

**PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP
MINAT MENABUNG MAHASISWA SANTRI KOTA MALANG
DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI



Oleh

LAILATUS SYARIFAH HN

NIM : 200503110043

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

**PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP
MINAT MENABUNG MAHASISWA SANTRI KOTA MALANG
DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

LAILATUS SYARIFAH HN

NIM : 200503110043

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP
MINAT MENABUNG MAHASISWA SANTRI KOTA MALANG DI
BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Oleh

Lailatus Syarifah HN

NIM : 200503110043

Telah Disetujui Pada Tanggal 20 November 2024

Dosen Pembimbing,



Prof.Dr.Siswanto,M.Si

NIP. 197509062006041

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP
MINAT MENABUNG MAHASISWA SANTRI KOTA MALANG DI
BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
SKRIPSI

Oleh
LAILATUS SYARIFAH HN
NIM : 200503110043

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (SE)
Pada 20 Desember 2024

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua Penguji
Dr. Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP.197705062003122001
2. Anggota Penguji
Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si
NIP.198908082020121002
3. Sekretaris Penguji
Prof. Dr. Siswanto, M.Si
NIP.197509062006041001

Tanda
Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM
NIP. 197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lailatus Syarifah HN
NIM : 200503110043
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT
MENABUNG MAHASISWA SANTRI KOTA MALANG DI BANK
SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

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

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

Malang, 16 Desember 2024
Hormat saya,



Lailatus Syarifah HN
NIM: 200503110043

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan saya kesehatan dan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bismillahirrohmanirrohim....

Karya skripsi ini saya persembahkan untuk :

Kedua orang tua saya Abdul Hamid dan Nur Aini yang telah memberikan segala bentuk dukungan baik finansial, doa, semangat serta kasih sayang dan cinta kalian. Terima kasih telah memberikan kepercayaan sampai titik ini. Terima kasih telah memperjuangkan pendidikan hingga di bangku perkuliahan untuk terus mengejar mimpi dan meraih kesuksesan. Adik saya Dara Afrysa, Aulia Izzatin Nisa', dan Ahmad Robith Quthbil 'Ulum yang menjadi pengingat saya untuk selalu giat belajar dan menjadi contoh yang baik.

Seluruh guru-guru saya yang telah memberikan banyak ilmu, pelajaran, serta pengalaman. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dimanapun kalian berada.

Seluruh sahabat dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah kebersamai saat duka maupun duka.

Semoga Allah Swt. selalu memberikan keberkahan, kesehatan dan rahmat kepada mereka semua
Amiinn Allahumma Aaamiin...

MOTTO

“Takdir selalu saja misterius, jangan diburu-buru atau kau akan merusak jalan ceritanya. Segala sesuatu yang baik, selalu datang disaat terbaiknya. Persis waktunya, tidak datang lebih cepat, pun tidak lebih lambat. Itulah kenapa rasa sabar itu harus disertai keyakinan”. (Tere Liye)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan terhadap Minat Menabung Mahasiswa Santri Kota Malang di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi”.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Prof. Siswanto M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan sumbangan pemikiran serta motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen serta tenaga pendidik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Bapak dan Ibuk tersayang yang selalu memberikan dukungan dalam hal apapun.
7. Ustadzah dan teman-teman serta sahabat di PPTQ Ulin Nuha, terima kasih atas segala bentuk dukungan yang diberikan kepada penulis.
8. Sahabat dan teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan kepada penulis

9. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu
10. Terakhir, untuk saya sendiri, terima kasih sudah bertahan sejauh ini dan berhasil melewati lika-liku yang terjadi, teruslah bertumbuh dari hari ke hari menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

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

Malang, 16 Desember 2024

Lailatus Syarifah HN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRAC.....	xvi
اطروحه	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 Persepsi	23
2.2.2 Pengetahuan	28
2.2.3 Minat Menabung	32
2.2.4 Religiusitas.....	35
2.2.5 Perbankan Syariah.....	40
2.3 Kerangka Konseptual	44
2.4 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	44

BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	48
3.2 Lokasi/Objek Penelitian	48
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	51
3.5 Data dan Jenis Data	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data	52
3.7 Definisi Operasional Variabel	53
3.8 Skala Pengukuran	58
3.9 Analisis Data	58
3.9.1 Pendekatam <i>Partial Least Square</i> (PLS)	58
3.9.1.1 Perancangan Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
3.9.1.2 Perancangan Model Strukturan (<i>Inner Model</i>)	61
3.9.2 Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN	63
4.1 Hasil Penelitian	63
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian	63
4.2 Karakteristik responden	63
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	68
4.4 Hasil Analisis	71
4.4.1 Analisis <i>Outer Model</i>	71
4.4.2 Analisis <i>Inner Model</i>	79
4.4.3 Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	82
4.5 Pembahasan	84
BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
DAFTAR LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Daftar Pondok Pesantren Mahasiswa di Kota Malang.....	49
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	53
Tabel 3.3 Skala Model <i>Likert</i>	58
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Uang Saku Tiap Bulan	66
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Lama Mondok.....	67
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Persentase Pengguna Bank Syariah..	68
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Variabel Persepsi (X1)	69
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Variabel Pengetahuan (X2)	69
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Variabel Minat Menabung (Y)	70
Tabel 4.9 Deskripsi Responden Variabel Religiusitas (Z)	71
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity	72
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	74
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Diskriminan Validity</i>	75
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	75
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	78
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Croanbach's Alpha</i>	78
Tabel 4.16 Hasil Uji R-Square (R2)	79
Tabel 4.17 Hasil Uji F2 <i>Effect Size</i>	81
Tabel 4.18 Q-Square.....	82
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Pengguna Bank Syariah.....	6
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	44
Gambar 41. Hasil Algoritma SmartPLS.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	98
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	99
Lampiran 3 Jawaban Responden.....	104
Lampiran 4 Hasil Output Penelitian.....	127
Lampiran 5 Hasil Output PLS MGA	134
Lampiran 6 Jurnal Bimbingan Tugas Akhir	135
Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	137
Lampiran 8 Biodata Peneliti	138

ABSTRAK

Syarifah HN, Lailatus. 2024. SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Santri Kota Malang Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi”

Pembimbing : Prof. Dr. Siswanto, M.Si

Kata Kunci : Persepsi, Pengetahuan, Religiusitas, Minat Menabung, Bank Syariah

Pertumbuhan aset industri keuangan syariah yang signifikan menunjukkan perlunya pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen. Operasional bank syariah yang berpedoman pada Al-Quran dan Hadist selaras dengan keyakinan santri yang memahami larangan riba. Meskipun memiliki tujuan dan motivasi yang sama, individu dapat menunjukkan perilaku yang berbeda karena persepsi mereka yang berbeda. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan yang dimiliki seorang individu. Faktor religiusitas juga merupakan variabel penentu kemampuan individu dalam mengambil keputusannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi dan pengetahuan terhadap minat menabung dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. Dari latar belakang itulah sehingga penelitian ini dilakukan dengan judul "Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat menabung Mahasiswa Santri Kota Malang di Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi".

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan SEM-PLS. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis pengambilan sampel *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa santri Kota Malang yang berjumlah 2464. Data primer didapatkan melalui kuesioner kepada 148 responden mahasiswa santri yang diperoleh dengan menggunakan rumus slovin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa santri Kota Malang di bank syariah. Pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa santri Kota Malang di bank syariah. Sedangkan, religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi terhadap minat menabung mahasiswa santri Kota Malang di Bank Syariah. Religiusitas juga tidak mampu memoderasi hubungan antara pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa santri Kota Malang di bank syariah.

ABSTRACT

Syarifah HN, Lailatus. 2024. THESIS. Title: "The Influence of Perception and Knowledge on the Interest in Saving Malang City Students in Sharia Banks with Religiosity as a Moderation Variable"

Supervisor : Prof. Dr. Siswanto, M.Si

Keywords: Perception, Knowledge, Religiosity, Interest in Saving, Sharia Bank

The significant growth of the Islamic finance industry's assets demonstrates the need for a deep understanding of consumer behavior. The operation of Islamic banks that are guided by the Quran and Hadith is in line with the beliefs of students who understand the prohibition of usury. Despite having the same goals and motivations, individuals can exhibit different behaviors due to their different perceptions. Consumer behavior is also influenced by the level of knowledge an individual has. The religiosity factor is also a variable that determines an individual's ability to make decisions. The purpose of this study is to analyze the perception and knowledge of saving interest with religiosity as a moderation variable. It is from that background that this research was conducted with the title "The Influence of Perception and Knowledge on the Interest in Saving Malang City Santri Students at Sharia Banks with Religiosity as a Moderation Variable".

This study uses a quantitative method with the SEM-PLS approach. The sampling method used is *non-probability sampling* by sampling type *purposive sampling*. The population in this study is Malang City students totaling 2464. Primary data was obtained through a questionnaire to 148 student respondents obtained using the slovin formula.

The results of the study show that perception has a positive and significant influence on the interest of Malang City students in saving money in Islamic banks. Knowledge has a positive effect on the interest of Malang City students in saving money at Islamic banks. Meanwhile, religiosity is not able to moderate the relationship between the perception of the interest in saving money of Malang City students at Sharia banks. Religiosity is also unable to moderate the relationship between knowledge and the interest of Malang City students in saving money in Islamic banks.

اطروحه

ليلة الشريعة ح ن. 2024. أطروحة. العنوان: "تأثير الإدراك والمعرفة على الاهتمام بإنقاذ طلاب مدينة مالانج في البنوك الشرعية مع التدين كمتغير وسطي"
المشرف : الأستاذ الدكتور سيسوانتو ، M.Si
الكلمات المفتاحية: الإدراك، المعرفة، التدين، المصلحة في الادخار، مصرف الشريعة

يوضح النمو الكبير لأصول صناعة التمويل الإسلامي الحاجة إلى فهم عميق لسلوك المستهلك. إن عمل البنوك الإسلامية التي تسترشد بالقرآن والحديث يتماشى مع معتقدات الطلاب الذين يفهمون تحريم الربا. على الرغم من وجود نفس الأهداف والدوافع ، يمكن للأفراد إظهار سلوكيات مختلفة بسبب تصوراتهم المختلفة. يتأثر سلوك المستهلك أيضا بمستوى المعرفة التي يمتلكها الفرد. عامل التدين هو أيضا متغير يحدد قدرة الفرد على اتخاذ القرارات. الغرض من هذه الدراسة هو تحليل إدراك ومعرفة ادخار الفائدة مع التدين كمتغير اعتدال. من هذه الخلفية تم إجراء هذا البحث تحت عنوان "تأثير الإدراك والمعرفة على المصلحة في إنقاذ طلاب مدينة مالانج سانترى في البنوك الشرعية مع التدين كمتغير وسطي".
تستخدم هذه الدراسة طريقة كمية مع نهج SEM-PLS. طريقة أخذ العينات المستخدمة هي /أخذ العينات غير الاحتمالية حسب نوع أخذ العينات/أخذ العينات/الهافية. السكان في هذه الدراسة هم طلاب مدينة مالانج الذين يبلغ مجموعهم ٢٤٦٤. تم الحصول على البيانات الأولية من خلال استبيان ل ١٤٨ طالبا مستجيبا تم الحصول عليها باستخدام صيغة سلوفين.
أظهرت نتائج الدراسة أن الإدراك له تأثير إيجابي وكبير على اهتمام طلاب مدينة مالانج بتوفير المال في البنوك الإسلامية. المعرفة لها تأثير إيجابي على اهتمام طلاب مدينة مالانج بتوفير المال في البنوك الإسلامية. وفي الوقت نفسه ، فإن التدين غير قادر على تخفيف العلاقة بين تصور الاهتمام بتوفير المال لطلاب مدينة مالانج في البنوك الشرعية. كما أن التدين غير قادر على تخفيف العلاقة بين المعرفة واهتمام طلاب مدينة مالانج بتوفير المال في البنوك الإسلامية.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank Syariah merupakan sebuah institusi yang memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara. Sebagai asosiasi yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan kemudian menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat, bank syariah bertujuan untuk meningkatkan mutu hidup khalayak banyak melalui kredit atau metode lain (Maghfiroh, 2018). Sesuai namanya, perbankan syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya mengandalkan prinsip syariah yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Berdasarkan Al-Quran dan Hadits, prinsip syariah ini mengacu pada kesejahteraan umat.

Dilihat dari beragamnya produk perbankan syariah, perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin meningkat. Konsumen lebih cenderung menggunakan layanan perbankan syariah untuk mendapatkan dana, seperti tabungan, giro, dan deposito. Meskipun perbankan syariah awalnya hanya dikenal oleh sejumlah kecil orang, kini banyak masyarakat di desa yang mengetahui tentangnya (Andriani, 2015). Selain itu, penerapan strategi pemasaran yang menggabungkan nilai-nilai Islam seperti *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh*, *Fathanah*, dan *Istikoma* dengan prinsip syariah akan menghasilkan budaya kerja yang mengikuti prinsip Islam. Pemasaran syariah berbeda dengan pemasaran konvensional yang berdasarkan materialisme. Perdagangan syariah menggunakan bidang ilmu yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah dan menghasilkan sikap spiritual (Rusby & Arif, 2022).

Upaya pendirian bank syariah di Indonesia pertama kali diresmikan pada tahun 1990 oleh Majelis Ulama Indonesia, dan bank Muamalat merupakan bank syariah pertama yang didirikan di Indonesia di tahun 1991. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan tahun 2017, terdapat 13 bank umum syariah, 21 unit usaha syariah bank umum konvensional, dan 102 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Hal ini menjadi bukti eksistensi dan perkembangan signifikan perbankan syariah dalam sistem perbankan nasional. Dengan kata lain, bank syariah dapat dianggap sebagai lembaga keuangan yang dapat berkembang dengan cepat karena kepercayaan masyarakat Indonesia, yang sebagian besar umat Islam. (Utama, 2020).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pertumbuhan aset industri keuangan syariah selama tahun 2022, mengalami peningkatan signifikan pada aset industri keuangan syariah yang mencapai Rp2.375,84 triliun. Angka ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 15,87%, lebih tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencatatkan angka pertumbuhan sebesar 13,82% *year on year* (yoy), dengan total aset mencapai Rp2.050,44 triliun (OJK, 2022). Keberlanjutan dan pertumbuhan perbankan syariah menimbulkan kebutuhan untuk memahami peran nasabah sebagai konsumen layanan perbankan syariah. Pemahaman ini menjadi aspek yang menarik untuk diteliti karena nasabah tidak hanya menjadi pengguna layanan, tetapi juga berperan dalam membentuk arah dan dinamika perbankan syariah itu sendiri. Salah satu target pasar potensial bagi bank syariah adalah santri dan pesantren sebagai organisasinya.

Pesantren sebagai lembaga pendidikan islam yang umumnya melibatkan santri memiliki potensi besar untuk mempengaruhi keputusan keuangan dan pandangan

ekonomi santri. Perbankan syariah yang berlandaskan al-quran dan hadist akan sejalan dengan santri yang mempelajari ilmu agama yang meyakini bahwa bunga bank sebagai riba . Hal ini tentu berpotensi terhadap minat menabung santri di bank syariah. Berdasarkan data Kemenag jumlah pondok pesantren terdapat 39.167 pesantren pada 2022/2023, dengan total jumlah santri sebanyak 4.847.197. Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi dengan jumlah santri terbanyak setelah provinsi Jawa Barat dengan jumlah santri sebanyak 992.889 (Kemenag, 2023). Pada tahun 2019 jumlah pesantren khusus mahasiswa yang ada di Kota Malang lebih dari 20 pesantren, namun yang terdata dalam *Education Management Information System* (EMIS) Kementerian Agama Kota Malang berjumlah 13 pesantren dengan santri 1.703 santri (Khamami, 2019). Sedangkan pada tahun 2024 jumlah pondok pesantren yang terdaftar di Kemenag Kota Malang sebanyak 34 pesantren dengan total 2464 santri. Hal ini membuktikan bahwa jumlah mahasiswa santri Kota Malang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sehingga dalam hal ini mahasiswa santri akan menjadi potensial untuk diteliti.

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan agama, memiliki peran dalam membentuk kesadaran keagamaan dan nilai-nilai moral pada santrinya. Keterlibatan pesantren dalam pendidikan keagamaan dapat mempengaruhi preferensi dan keputusan ekonomi santri, termasuk dalam hal pemilihan jenis layanan keuangan, seperti perbankan syariah. Dengan jumlah santri yang besar khususnya Jawa Timur, perbankan syariah dapat menjadi pilihan utama bagi mereka yang mengutamakan prinsip-prinsip keuangan berdasarkan syariah islam.

Dalam lembaga keuangan khususnya lembaga keuangan syariah tidak akan terlepas dari sebuah masalah. Salah satu tantangan bagi bank syariah adalah bagaimana bank syariah membuat strategi agar calon nasabah tertarik terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Pemasar harus menggunakan strategi untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Persepsi konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Andriani, 2015). Hal ini sejalan dengan penelitian Suryani (2008) yang mengatakan pemasar harus memahami persepsi konsumen dan proses yang terkait dengan persepsi agar mereka dapat membentuk persepsi yang tepat. Persepsi yang tepat pada konsumen menyebabkan mereka memiliki kesan dan membuat penilaian yang tepat, yang pada gilirannya menyebabkan mereka tertarik dan membeli barang. Pernyataan tersebut didukung oleh Munajim *et al.*, (2022) dan Andriani (2015) yang mengatakan persepsi berpengaruh positif terhadap minat menabung. Namun penelitian oleh Rachmawati *et al.*, (2016) menyatakan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

Adanya minat menabung konsumen tentang barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan merupakan faktor lain yang mempengaruhi minat menabung konsumen yang terbentuk. Minat menabung nasabah tidak muncul begitu saja. Upaya mereka untuk belajar sendiri tentang produk dan layanan perusahaan secara aktif turut berperan besar dalam memicu keinginan tersebut. Menurut Susyanti & Abs (2019). Beberapa hal penting bagi pelanggan agar memilih perbankan mana yang paling layak dan dapat dipercaya untuk mengelola dana mereka adalah pengetahuan. Sejalan dengan penelitian oleh Ramadhan (2019) dan Riska (2021)

yang mengatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan produk tabungan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Namun penelitian oleh Puspitaningsih (2014) pengetahuan wirausaha tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2016) yang mengatakan bahwa pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat menabung.

Selain persepsi dan pengetahuan, menurut Siswanto (2023) religiusitas merupakan variabel penentu kemampuan individu dalam mengambil keputusannya. Religiusitas berarti seseorang yang memiliki keyakinan yang kuat terhadap agama atau kepercayaan yang kemudian diterapkan dalam tindakan sehari-hari, seperti taat kepada perintah Allah dan menghindari larangan-Nya. Keyakinan ini akan membentuk kepribadian yang sangat religius, sehingga ia menggunakan agama sebagai dasar dalam membuat keputusan (Rosita, 2022). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa religiusitas merupakan dugaan kuat terhadap sebuah perilaku (Khalek & Lester, 2017). Hal tersebut sejalan dengan penelitian oleh Araffi & Haryono (2022) dan Rahmawati (2022) yang menunjukkan bahwa religiusitas dapat memoderasi persepsi terhadap minat menjadi nasabah. Pada penelitian terdahulu oleh Mubarak (2022) dan Rokhani & Nurkhin (2021) menunjukkan bahwa religiusitas mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung.

Untuk mengidentifikasi fenomena terkait latar belakang tersebut, dilakukan survei awal melalui penyebaran kuisioner prasurvey kepada 32 mahasiswa santri di Kota Malang. Tujuan dari survei ini adalah untuk mengidentifikasi fenomena terkait dengan variabel persepsi, pengetahuan, dan religiusitas yang berkaitan dengan minat menabung sebelumnya. Hasil persentase responden adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1 Persentase Pengguna Bank Syariah



Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Gambar diatas menunjukkan hasil 6% atau hanya terdapat 2 responden sebagai pengguna bank syariah, sedangkan sisanya sebanyak 94% atau 30 responden bukan pengguna bank syariah. Dari total 32 responden tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bank syariah masih rendah di Kota Malang. Penelitian ini perlu dilakukan lebih lanjut karena penelitian terbaru akan meneliti topik yang hampir sama dengan cakupan responden yang lebih luas, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih representatif.

Dengan memahami peran religiusitas sebagai variabel moderasi, penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam merancang pendekatan yang lebih tepat sasaran dalam mempromosikan layanan perbankan syariah. Penelitian ini tidak hanya memperluas cakupan responden tetapi juga memperdalam analisis dengan memasukkan faktor religiusitas, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada pengembangan dan peningkatan layanan bank syariah di Kota Malang. Salah satu lembaga pendidikan yang membentuk karakter sikap religiusitas adalah pondok pesantren. Pondok pesantren merupakan sebuah lembaga yang memberikan

pendidikan karakter, menanamkan nilai-nilai kemandirian, kedisiplinan, tanggung jawab, dan moralitas (Resya & Diantoro, 2021).

Penelitian ini difokuskan pada beberapa pondok pesantren di Kota Malang, yang menjadi tempat tinggal mahasiswa santri sebagai subjek penelitian. Kota Malang, dengan kekayaan warisan budaya dan sejarah pendidikannya, berperan penting sebagai pusat pembinaan karakter dan spiritualitas generasi muda melalui pondok pesantren. Sebagaimana hasil temuan oleh Panatagama & Hasan (2024) yang menunjukkan bahwa tingkat religiusitas dan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan bank syariah. Sejalan dengan penelitian oleh Siswanto *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan memiliki dampak negatif signifikan terhadap perilaku *switching behavior* atau perilaku berpindah bank, maka peran religiusitas dan status sebagai mahasiswa santri akan menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut dalam konteks keputusan finansial, termasuk minat menabung di bank syariah.

Beberapa penelitian terkait persepsi, pengetahuan dan religiusitas terhadap minat menabung pernah dilakukan sebelumnya. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Munajim *et al.*, (2022) yang mengatakan persepsi berpengaruh positif terhadap minat menabung. Sedangkan penelitian oleh Rachmawati *et al.*, (2016) menyatakan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2019) yang mengatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan produk tabungan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Namun, penelitian oleh Purwanto (2016) mengatakan bahwa pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung. Ketiga,

penelitian oleh Araffi & Haryono (2022) dan Rahmawati (2022) yang menunjukkan bahwa religiusitas dapat memoderasi persepsi terhadap minat menjadi nasabah. Selain itu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mubarak (2022) dan Rokhani & Nurkhin (2021) menunjukkan religiusitas mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2019) religiusitas tidak mampu memoderasi pengetahuan, persepsi produk dan pendapatan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Berdasarkan beberapa gap *research* diatas masih terdapat kontradiksi terhadap beberapa temuan. Selain hal tersebut juga terdapat perbedaan objek penelitian. Peneliti disini mengambil objek pondok pesantren mahasiswa yang berada di kota Malang. Dengan beragamnya latar belakang dan pandangan para peneliti yang terlibat, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA SANTRI KOTA MALANG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang yang telah dipaparkan, dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang?

3. Apakah religiusitas memoderasi persepsi terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang?
4. Apakah religiusitas memoderasi pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang
2. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang
3. Untuk menganalisis pengaruh moderasi religiusitas terhadap hubungan persepsi dengan minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang
4. Untuk menganalisis pengaruh moderasi religiusitas terhadap hubungan persepsi dengan minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik bagi kepentingan akademisi maupun praktisi. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi memberikan kontribusi bagi pengembangan teori ekonomi dan perbankan syariah, serta bermanfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung di perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi instansi

Studi ini dapat digunakan sebagai referensi di perpustakaan kampus dan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti yang akan datang.

b. Bagi pihak pondok pesantren

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan untuk mengembangkan kualitas dan kuantitas santri dengan memperhatikan pemahaman dan keyakinan para santri terhadap perbankan syariah

c. Bagi peneliti selanjutnya

Memberikan tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian yang relevan dengan topik ini

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini merupakan sarana yang penting sebagai penopang dan memperkuat beberapa teori yang sudah ada sebelumnya. Penyertaan penelitian sebelumnya menjadi langkah awal yang berfungsi sebagai sumber rujukan, pertimbangan, dan pijakan bagi peneliti dalam pengambilan keputusan yang lebih informatif.

Munajim Ahmad; Sukarnoto Toto, Pratama Gama dan Pratama, Fidya Arie (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di Bank Syariah (Studi kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah. Jenis penelitian menggunakan kuantitatif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Penelitian ini merupakan penelitian populasi, dengan mengambil data santri tingkat MA dengan jumlah 250 santri, kemudian untuk sampel penelitian adalah 30% dari jumlah populasi dengan jumlah 75 responden dengan menggunakan Accidental sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi dan religiusitas terhadap minat menabung santri Tarbiyatul Banin.

Ramadhan, Rikky (2019) dalam penelitiannya terkait “Pengaruh tingkat religiusitas dan pengetahuan produk tabungan santri pondok pesantren Al-Barokah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah”. Tujuan dari penelitian ini untuk

mengetahui pengaruh tingkat religiusitas dan pengetahuan produk tabungan santri terhadap minat menabung di Bank Syariah. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan data yang didapat dari pertanyaan angket. Berdasarkan hasil diperoleh kesimpulan bahwa (1) tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara tingkat religiusitas dan minat menabung santri di Bank Syariah, (2) terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan produk tabungan terhadap minat menabung santri di Bank Syariah (3) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara tingkat religiusitas dan pengetahuan tentang produk tabungan secara simultan terhadap minat santri untuk menabung di Bank Syariah.

Cahyono, Heru; Amin, Nur Muhammad Faiz, Tarjono dan Mardiansyah Agung (2021) dalam penelitiannya tentang “Pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di bank syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi dan religiusitas santri pondok pesantren tarbiyatul banin kelurahan kaliwadas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Penelitian ini merupakan penelitian populasi, dengan mengambil data santri tingkat MA dengan jumlah 250 santri, kemudian untuk sampel penelitian adalah 30% dari jumlah populasi dengan jumlah 75 responden dengan menggunakan *Accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Persepsi dan Religiusitas Santri Pondok pesantren Tarbiyatul Banin terhadap Minat menabung di bank syariah.

Hidayatulloh, Siti Fatimah (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh religiusitas dan persepsi santri terhadap minat menabung di perbankan syariah di pesantren Motivator Quran Ekselensia Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan persepsi santri pondok pesantren terhadap minat menabung di perbankan syariah baik secara parsial dan silmultan. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis linier berganda yang diujikan kepada 92 responden dari santri pondok pesantren Motivator Qur’an Ekselensia Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah. Dan tidak terdapat pengaruh antara persepsi terhadap minat menabung di bank syariah. Namun secara simultan terdapat pengaruh yang simultan antara religiusitas dan persepsi santri terhadap minat menabung di bank syariah.

Nurudin; Arifin, Johan dan Ma’ruf, Anang (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Tingkat pendidikan, literasi keuangan syariah, dan kebudayaan terhadap minat menabung santri kota Semarang dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan manfaat dengan menggali keterkaitan antara tingkat pendidikan, literasi keuangan syariah, kebudayaan, religiusitas, dan minat menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengisian angket untuk pengumpulan datanya. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan uji reabilitas, uji validitas, uji koefisien determinasi R^2 , uji F, uji t, uji multikolineritas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji *Moderated Regression Analisis (MRA)*. Hasil

dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan, literasi keuangan syariah dan kebudayaan memiliki pengaruh terhadap niat menabung. Variabel literasi keuangan syariah dan kebudayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung sedangkan variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif tidak signifikan. Sedangkan variabel religiusitas tidak mampu memoderasi variabel tingkat pendidikan, literasi keuangan syariah dan kedayaan terhadap minat menabung santri kota Semarang.

Afni (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan dilapangan dengan teori yang ada. Teknik pengumpulan datanya menggunakan metode kuisisioner, studi pustaka, dan dokumentasi. Data yang diolah menggunakan program SmartPLS 3.0 Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan religiusitas seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Implikasi dari penelitian relevan ini bagi pihak perbankan agar memperhatikan kembali apa saja pengaruh dalam minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Rosita, Malikhatul Luthfi Dwi (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh persepsi, religiusitas dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah dengan variabel lingkungan sosial sebagai mediasi”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi, religiusitas, dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah dengan variabel lingkungan sosial sebagai mediasi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Analisis data yang

digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji analisis *SEM (Structural Equation Modelling)*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STAI Denpasar sebanyak 244 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan 151 responden. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi, pengetahuan dan lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung, sedangkan variabel religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial mampu memediasi variabel pengetahuan, sedangkan variabel persepsi dan religiusitas tidak dapat dimediasi oleh variabel lingkungan sosial.

Rahmawati, Sulis (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi (Studi kasus pada mahasiswa ekonomi syariah pascasarjana UIN Malang 2020 dan 2021)”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan dan persepsi dalam teori perilaku terencana terhadap minat menabung di Bank Syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi pada mahasiswa ekonomi syariah program pascasarjana periode 2020-2021 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis penelitian. Teknik pengumpulan data dengan kuisisioner yang disebarakan kepada 104 responden. Data penelitian ini menggunakan data primer. Penelitian ini menggunakan alat analisis *Partial Least Square (PLS)* dengan

aplikasi WarpPLS versi 8.0. Analisis yang digunakan didalam penelitian ini meliputi uji outer model (*Convergent Validity, Discriminant Validity dan Composite Reliability*) dan uji inner model (R-Square). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Minat Menabung, Persepsi berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Minat menabung. Religiusitas tidak memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap Minat menabung. Sedangkan Religiusitas memoderasi Persepsi pada Minat Menabung secara positif dan signifikan.

Mubarak, Zaki (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan pengetahuan terhadap minat menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin pada bank syariah dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang didapat dari hasil angket sebanyak 100 responden dan dianalisis menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasilnya menunjukkan variabel *brand image* dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan pengetahuan tidak. Variabel moderasi religiusitas juga tidak memoderasi pengaruh *brand image* terhadap minat menabung di bank syariah, namun mampu memoderasi pengaruh pengetahuan.

Arrafi & Haryono (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Peran Religiusitas dalam Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis pengaruh persepsi, preferensi, dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert sebagai alat ukur. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis regresi dengan variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi memiliki pengaruh terhadap minat menjadi nasabah, sedangkan preferensi dan pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat tersebut. Selain itu, religiusitas terbukti memoderasi hubungan antara persepsi dan minat menjadi nasabah, tetapi tidak memoderasi hubungan antara preferensi maupun pengetahuan dengan minat menjadi nasabah.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, judul penelitian	Fokus penelitian	Metode/ analisis data	Hasil penelitian
1.	Ahmad Munajim, Toto Sukarnoto, Gama Pratama, Fidya Arie Pratama (2022), Pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di	Untuk mengetahui pengaruh persepsi dan religiusitas santri pondok pesantren tarbiyatul banin kelurahan kaliwadas kecamatan sumber kabupaten cirebon berpengaruh terhadap minat	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>accidental sampling</i> dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung di bank syariah .

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, judul penelitian	Fokus penelitian	Metode/ analisis data	Hasil penelitian
	Bank Syariah (Studi kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin)	menabung di bank syariah		
2.	Rikky Ramadhan (2019), Pengaruh tingkat religiusitas dan pengetahuan produk tabungan santri pondok pesantren Al-Barokah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah	untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas dan pengetahuan produk tabungan santri terhadap minat menabung di Bank Syariah.	Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan data yang didapat dari pertanyaan angket yang diajukan kepada responden (sampel).	Hasil penelitian diperoleh bahwa (1) tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara tingkat religiusitas dan minat menabung santri di Bank Syariah (2) terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan produk tabungan terhadap minat menabung santri di Bank Syariah (3) terdapat hubungan positif dan signifikan tingkat religiusitas dan pengetahuan produk tabungan secara bersama-sama terhadap minat menabung santri di Bank Syariah
3.	Heru Cahyono, Nur Muhammad Faiz Amin, Tarjono, Agung Mardiansyah (2021), pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat	untuk mengetahui apakah persepsi dan religiusitas santri pondok pesantren tarbiyatul banin kelurahan kaliwadas kecamatan sumber kabupaten cirebon ini berpengaruh	Penelitian ini merupakan penelitian populasi, dengan mengambil data santri tingkat MA dengan jumlah 250 santri, kemudian untuk sampel penelitian adalah 30% dari jumlah populasi dengan jumlah 75 responden dengan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Persepsi dan Religiusitas Santri Pondok pesantren Tarbiyatul Banin Kelurahan Kaliwadas Kecamatan Sumber Kabupaten Cirebon terhadap Minat menabung di bank syariah.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, judul penelitian	Fokus penelitian	Metode/ analisis data	Hasil penelitian
	menabung di bank syariah	terhadap minat menabung di bank syariah.	menggunakan <i>Accidental sampling</i> .	
4.	Siti Fatimah Hidayatulloh (2021), pengaruh religiusitas dan persepsi santri terhadap minat menabung di perbankan syariah di pesantren Motivator Quran Ekselensia Indonesia.	untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan persepsi santri pondok pesantren Motivator Qur'an Ekselensia Indonesia terhadap minat menabung di perbankan syariah baik secara parsial dan silmultan.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis linier berganda yang diujikan kepada 92 responden dari santri pondok pesantren Motivator Qur'an Ekselensia Indonesia.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah dengan hasil perhitungan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,846 > 1,665$). Dan tidak terdapat pengaruh antara persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dengan hasil perhitungan nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($1,045 < 1,665$). Namun secara simultam terdapat pengaruh yang simultan antara religiusitas dan persepsi santri terhadap minat menabung di bank syariah dengan perhitungan f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($6,735 > 3,12$).
5.	Nurudin, Johan Arifin, Anang Ma'ruf (2021), pengaruh tingkat pendidikan, literasi keuangan syariah, dan kebudayaan terhadap minat menabung	untuk memberikan manfaat dengan menggali keterkaitan antara tingkat pendidikan, literasi keuangan syariah, kebudayaan, religiusitas, dan minat	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengisian angket untuk pengumpulan datanya. Sebanyak 90 responden dari 600 populasi menggunakan rumus slovin. Teknik analisis pada penelitian ini	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan, literasi keuangan syariah dan kebudayaan memiliki pengaruh terhadap niat menabung dengan nilai f_{hitung} sebesar 154.020 dan nilai probabilitas sebesar 0,000. Uji t menghasilkan variabel literasi keuangan syariah dan kebudayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, judul penelitian	Fokus penelitian	Metode/ analisis data	Hasil penelitian
	santri kota Semarang dengan religiusitas sebagai Variabel Moderasi.	menabung di bank syariah.	menggunakan uji reabilitas, uji validitas, uji koefisien determinasi R^2 , uji F, uji t, uji multikolineritas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji <i>Moderated Regression Analisis (MRA)</i> .	menabung sedangkan variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif tidak signifikan dengan signifikansi sebesar 0,170. Variabel religiusitas tidak mampu memoderasi variabel tingkat pendidikan, literasi keuangan syariah dan kebudayaan terhadap minat menabung santri kota Semarang.
6.	Nur Afni (2022), pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia	Untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan dilapangan dengan teori yang ada.	Teknik pengumpulan datanya menggunakan metode kuisisioner, studi pustaka, dan dokumentasi. Data yang diolah menggunakan program SmartPLS 3.0.	Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan religiusitas seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Pertama, untuk variabel kualitas pelayanan dengan nilai path coeficien pada uji hipotesis adalah $t \text{ statistic} > t_{\text{tabel}}$ ($2,467 > 1,985$) atau $p \text{ value } 0,014 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di BSI. Kedua, untuk variabel Religiusitas dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, judul penelitian	Fokus penelitian	Metode/ analisis data	Hasil penelitian
7.	Malikhatul Luthfi Dwi Rosita (2022), Pengaruh Persepsi, Religiusitas, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Variabel Lingkungan Sosial Sebagai Mediasi	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi, religiusitas, dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah dengan variabel lingkungan sosial sebagai mediasi	Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji analisis SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STAI Denpasar sebanyak 244 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan 151 responden. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi, pengetahuan dan lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung, sedangkan variabel religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial mampu memediasi variabel pengetahuan, sedangkan variabel persepsi dan religiusitas tidak dapat dimediasi oleh variabel lingkungan sosial.
8.	Sulis Rahmawati (2022), Pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah dengan religiusitas sebagai	untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan dan persepsi dalam teori perilaku terencana terhadap minat menabung di Bank Syariah dengan religiusitas	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian <i>explanatory research</i> untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis penelitian. Teknik pengumpulan data dengan kuisisioner	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Minat Menabung, Persepsi berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Minat menabung. Religiusitas tidak memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap Minat menabung.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, judul penelitian	Fokus penelitian	Metode/ analisis data	Hasil penelitian
	variabel moderasi (Studi kasus pada mahasiswa ekonomi syariah pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)	sebagai variabel moderasi pada mahasiswa ekonomi syariah program pascasarjana periode 2020-2021 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.	yang disebarkan kepada 104 responden. Penelitian ini menggunakan analisis PLS dengan aplikasi Warp PLS. Analisis yang digunakan didalam penelitian ini meliputi uji outer model (<i>Convergent Validity, Discriminant Validity dan Composite Reliability</i>) dan uji inner model (R-Square).	Sedangkan Religiusitas memoderasi Persepsi pada Minat Menabung secara positif dan signifikan.
9.	Mubarak, Zaki (2022), Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi	untuk mengetahui pengaruh <i>brand image</i> dan pengetahuan terhadap minat menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin pada bank syariah dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer yang didapat dari hasil angket sebanyak 100 responden dan dianalisis menggunakan <i>Partial Least Square (PLS)</i> .	Hasilnya menunjukkan bahwa brand image dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah sedangkan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, dan untuk variabel moderasi religiusitas tidak memoderasi pengaruh brand image terhadap minat menabung di bank syariah tetapi mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, judul penelitian	Fokus penelitian	Metode/ analisis data	Hasil penelitian
10.	Mayogi Araffi dan Slamet Haryono (2022), Peran Religiusitas dalam Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia	untuk menguji pengaruh persepsi, preferensi dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan penilaian menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 responden. Dalam analisis data, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi yang di moderasi	Hasil penelitian menunjukkan persepsi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah, tetapi preferensi dan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah. Kemudian religiusitas dapat memoderasi persepsi terhadap minat menjadi nasabah, sedangkan religiusitas tidak dapat memoderasi preferensi dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Persepsi

2.2.1.1 Pengertian Persepsi

Kata persepsi berasal dari Bahasa Inggris, *perception* yang artinya: persepsi, penglihatan, tanggapan. Persepsi adalah hasil dari suatu proses yang muncul karena adanya sensasi, yang pada dasarnya adalah aktivitas merasakan atau pemicu keadaan emosi yang menyenangkan. Sensasi dapat diartikan sebagai respons cepat dari indra penerima kita terhadap stimulus

dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya semua ini, munculah persepsi. Persepsi sendiri dapat didefinisikan sebagai proses di mana stimulus dipilih, diorganisir, dan diinterpretasikan. Dengan kata lain, persepsi melibatkan cara kita menyaring, mengatur, dan memberikan makna pada rangsangan yang kita terima melalui indra-indra kita (Setiadi, 2013).

Menurut Stanton *et al.*, (1998) yang dikutip dalam buku karya Setiadi (2013) Persepsi dapat dijelaskan sebagai interpretasi makna yang kita berikan berdasarkan pengalaman masa lalu, terhadap rangsangan yang diterima melalui lima indra kita. Dengan kata lain, persepsi melibatkan cara kita menafsirkan dan memberikan arti pada stimuli berdasarkan pengalaman dan informasi sebelumnya yang kita miliki. Menurut Robbins (2003) yang dikutip dalam Subakti *et al.*, (2018) meskipun memiliki motivasi dan tujuan yang serupa, dua individu bisa bertindak atau memiliki persepsi yang berbeda karena mereka berada dalam konteks atau situasi yang berbeda. Proses persepsi melibatkan penerimaan stimulus oleh indera atau reseptor, yang tidak langsung aktif sejak individu lahir, tetapi berfungsi seiring dengan perkembangan fisiknya.

Al-Qur'an mencakup ayat-ayat yang berhubungan dengan panca indera manusia, salah satunya terdapat dalam QS. An-Nahl ayat 78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّن بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۚ لَعَلَّكُمْ

تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Artinya : “ Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam Keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.” (Q.S An-Nahl: 78)

Menurut Tafsir Tahlili Kementerian Agama (Kemenag RI), dalam surat An Nahl ayat 78 menjelaskan tentang kegaiban dan keajaiban yang sangat dekat dengan manusia, yakni kesempurnaan proses perkembangan janin. Selama manusia di dalam rahim, Allah SWT menganugerahi potensi, bakat, dan kemampuan seperti berpikir, berbahagia, mengindra, dan lain-lainnya dalam diri manusia. Setelah manusia tersebut lahir, maka anugerah tersebut kian berkembang. Hal ini dijelaskan untuk menyoroti bahwa kemampuan persepsi manusia, yang melibatkan indra pendengaran, indra penglihatan, dan akal budi (hati), adalah karunia dari Allah. Manusia diberikan alat-alat ini agar mereka dapat memahami dunia di sekitar mereka dan merenung atas kebesaran-Nya.

2.2.1.2 Faktor yang mempengaruhi Persepsi

Menurut Krech dan Crutchfield (1977) dalam Shambodo (2020) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut :

1. Faktor Fungsional

Faktor fungsional adalah aspek pribadi yang terdiri dari kebutuhan individu, usia, pengalaman, karakter, jenis kelamin, dan elemen subjektif lainnya. Faktor-faktor ini memengaruhi cara seseorang menafsirkan pesan yang diterimanya. Persepsi seseorang dipengaruhi oleh karakteristik orang yang memberikan respons terhadap topik yang sedang dibahas. Objek yang ditekankan menunjukkan objek yang dapat memenuhi tujuan individu yang sedang melakukan proses persepsi.

2. Faktor Personal

Dalam aspek personal, pengalaman dan konsep diri memiliki dampak signifikan terhadap cara kita mempersepsikan suatu hal. Pengalaman dapat mempengaruhi tingkat ketajaman persepsi, dimana rangkaian peristiwa masa lalu memainkan peran penting. Orang dengan pengalaman lebih banyak cenderung memiliki persepsi yang lebih tajam dibandingkan dengan mereka yang kurang berpengalaman. Di samping itu, kepribadian juga mencerminkan bagaimana seseorang menafsirkan stimulus yang diterima, dengan kualitas kepribadian yang baik dapat menghasilkan persepsi yang lebih baik pula.

3. Faktor Situasional

Faktor situasional menekankan bahwa kata-kata yang disampaikan pertama kali dapat membimbing seseorang untuk melakukan penilaian lebih lanjut. Persepsi juga berkembang melalui observasi terhadap perilaku seseorang, yang kemudian menjadi dasar untuk mengevaluasi karakter mereka. Selain itu, ekspresi wajah, cara berbicara, penggunaan simbol, dan atribut penampilan juga berkontribusi pada pembentukan persepsi.

4. Faktor Struktural

Faktor struktural mencakup elemen di luar aspek personal seseorang, seperti lingkungan, budaya, dan norma-norma yang memiliki pengaruh besar terhadap cara seseorang memahami suatu hal. Faktor

struktural ini berhubungan dengan stimulus fisik, seperti indera penciuman, peraba, pendengaran, perasa, dan pengelihatian.

2.2.1.3 Indikator Persepsi

Menurut Fijriah (2021) indikator persepsi dibagi menjadi 6 macam :

1. Pandangan terhadap lembaga keuangan konvensional. Hal ini mencakup bagaimana seseorang melihat dan menganggap lembaga keuangan konvensional seperti bank-bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip konvensional dalam keuangan.
2. Pandangan mengenai bunga atau riba dan kaitannya dengan hukum yang merujuk pada persepsi tentang keabsahan bunga atau riba dalam konteks keuangan dan hukum Islam.
3. Pandangan terhadap lembaga keuangan syariah dan produk tabungan yang ditawarkan. Hal ini mencakup bagaimana seseorang melihat lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam.
4. Pandangan terhadap kemampuan lembaga keuangan syariah dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah, seberapa baik lembaga keuangan syariah dapat mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dalam semua aspek operasionalnya, seperti transaksi, investasi, dan manajemen risiko.
5. Pandangan terhadap layanan-layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Hal ini mencakup bagaimana seseorang melihat dan menilai layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah,

termasuk kemudahan akses, keamanan, keuntungan, dan kepuasan pengguna.

6. Pendapat mahasiswa mengenai informasi yang tersedia. Dalam hal ini merujuk pada persepsi mahasiswa terhadap ketersediaan informasi mengenai lembaga keuangan syariah baik dari segi produk, prinsip syariah yang diterapkan, serta berbagai informasi yang relevan untuk membuat keputusan finansial yang cerdas.

2.2.2 Pengetahuan

2.2.2.1 Pengertian Pengetahuan

Menurut Kotler (2000) dalam Rosyid & Saidiah (2016) Perilaku konsumen dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh mereka. Dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, konsumen mampu mengolah informasi baru, melakukan pertimbangan, dan mengambil keputusan. Menurut Syahriyal (2018) pengetahuan mencakup kemampuan seseorang untuk memahami, mengingat, dan mendefinisikan ulang suatu topik tertentu. Dalam konteks pengambilan keputusan terkait pembelian, penggunaan, atau pemilihan produk, pengetahuan menjadi faktor pertimbangan yang signifikan. Pengaruh pengetahuan mencerminkan arah yang sangat penting dalam membentuk perilaku seseorang. Berdasarkan penelitian dan pengalaman, terungkap bahwa keputusan yang didasarkan pada pengetahuan cenderung memiliki ketahanan yang lebih lama dibandingkan dengan keputusan yang dibuat tanpa dasar pengetahuan.

Menurut Bawden dan Robison (2015) dalam Hendrawan (2019) pengetahuan personal didapat dari instruktur formal dan informal. Pengetahuan personal juga termasuk ingatan, cerita, hubungan pribadi, buku yang telah dibaca atau ditulis, catatan, dokumen, foto, intuisi, pengalaman, dan segala sesuatu yang dipelajari, mulai dari awal hingga pengembangannya. Menurut Notoadmodjo (2007) dalam Pranata (2023) pengetahuan berasal dari kognisi manusia dan umumnya muncul setelah individu mempersepsikan suatu objek, dengan bantuan panca indera seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan peraba. Kelima indera ini memegang peran kunci dalam proses dasar pembentukan tindakan oleh seorang individu.

Dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 31 Allah SWT berfirman:

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾

صَدَقِينَ ﴿٣١﴾

Artinya : *“Dan Dia ajarkan kepada Adam nama-nama (benda) semuanya, kemudian Dia perlihatkan kepada para malaikat, seraya berfirman, sebutkan kepada-Ku nama semua (benda) ini, jika kamu yang benar”*.

Dalam tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab, menjelaskan bahwa Q.S Al-Baqarah ayat 31 Allah mengajarkan nabi adam nama-nama benda seluruhnya. Ayat ini menginformasikan bahwa manusia dianugerahi Allah potensi untuk mengetahui nama atau fungsi dan karakteristik benda-benda. Hal tersebut dapat diartikan sebagai pendorong bagi manusia untuk mencari pengetahuan, memahami lingkungan, dan menggunakan intelektualitas mereka. Pemberian pengetahuan kepada manusia

memberikan tanggung jawab kepada manusia untuk memahami dan mengelola dunia di sekitarnya.

2.2.2.2 Dimensi Pengetahuan

Menurut Fatmawati (2013) dalam Pranata (2023) dimensi pengetahuan dibagi menjadi 4 macam :

a. Pengetahuan Faktual

Pengetahuan faktual mengacu pada informasi tentang elemen-elemen yang terpisah dan memiliki karakteristik unik dalam potongan-potongan informasi. Ini mencakup elemen-elemen dasar yang harus dipahami oleh seseorang ketika mereka belajar suatu disiplin ilmu atau mengatasi masalah di dalamnya.

b. Pengetahuan Konseptual

Pengetahuan Konseptual melibatkan pemahaman terhadap kategori, klasifikasi, serta relasi di antara dua atau lebih kategori atau klasifikasi. Ini berkaitan dengan pemahaman terhadap "struktur pengetahuan yang lebih kompleks dan terorganisir".

c. Pengetahuan Prosedural

Pengetahuan Prosedural melibatkan pemahaman mengenai cara melakukan suatu tindakan. Ini mencakup pemahaman terhadap keterampilan dan algoritme, teknik serta metode, dan juga kriteria-kriteria yang digunakan untuk menentukan dan/atau membenarkan "kapan melakukan suatu tindakan" di dalam berbagai ranah dan disiplin

ilmu tertentu. Dengan kata lain, pengetahuan prosedural adalah pengetahuan terkait berbagai "proses".

d. Pengetahuan Kognitif

Pengetahuan Metakognitif mencakup pemahaman mengenai kognisi secara keseluruhan, kesadaran dan pengetahuan terkait kognisi individu sendiri. Pengetahuan ini mencakup pemahaman strategis, pengetahuan tentang proses-proses kognitif, termasuk pengetahuan kontekstual dan kondisional, serta pengetahuan mengenai diri sendiri.

2.2.2.3 Indikator Pengetahuan

Menurut Rosyid & Saidiah (2016) indikator pengetahuan ada 4, diantaranya:

1. Pengetahuan mengenai karakteristik atau atribut produk;

Ketika seorang konsumen atau nasabah menilai suatu produk, mereka memperhatikan karakteristik atau ciri khusus yang dimiliki oleh produk tersebut. Contohnya, nasabah yang ingin melakukan investasi, seperti deposito atau tabungan, perlu memahami jenis investasi, durasi investasi, nisbah, bonus, dan faktor-faktor lainnya.

2. Pengetahuan mengenai manfaat produk

Jenis pengetahuan produk kedua berkaitan dengan manfaat yang dapat diperoleh dari produk. Sebagai contoh, nasabah memilih menabung atau berinvestasi di bank syariah karena mereka telah memahami manfaatnya, seperti menghindari riba dan perbuatan dzalim.

3. Pengetahuan mengenai kepuasan

Sebuah produk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika produk tersebut digunakan atau dikonsumsi dengan benar. Untuk mencapai kepuasan maksimal, konsumen perlu memiliki pengetahuan yang memadai untuk menggunakan atau mengonsumsi produk dengan tepat.

4. Pengetahuan mengenai konsep dasar bank syariah;

Pengetahuan ini mencakup pemahaman terhadap konsep dasar yang menjadi landasan bank syariah. Sebagai contoh, konsumen perlu memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip yang mendasari operasional bank syariah agar dapat memahami bagaimana bank tersebut beroperasi secara sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

2.2.3 Minat Menabung

2.2.3.1 Pengertian Minat

Menurut Suharyat (2009) Secara umum, minat memiliki dua makna. Pertama, merupakan upaya dan keinginan untuk belajar dan mengeksplorasi sesuatu. Kedua, mencakup dorongan pribadi seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Hurlock (1978) dalam Suharyat (2009) minat diartikan sebagai sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan ketika memiliki kebebasan untuk memilih. Ketertarikan muncul ketika individu merasa bahwa suatu hal akan memberikan keuntungan, dan minat mereka akan berkurang ketika kepuasan dari aktivitas tersebut berkurang.

Minat atau yang disebut juga sebagai "*interest*," dijelaskan sebagai kondisi seseorang sebelum melaksanakan suatu tindakan, dan dapat menjadi landasan untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli, yang merupakan respons terhadap suatu objek dan mencerminkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian (Syahriyal, 2018).

Dalam Al-Qur'an surah An-Nisa' ayat 9 Allah Swt. Berfirman :

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا

سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya : "Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar".

Dalam tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab menjelaskan, Muhammad Sayyid Thanthawi berpendapat bahwa ayat di atas ditujukan kepada semua pihak, siapapun, karena semua diperintahkan untuk berlaku adil, berucap yang benar dan tepat, dan semua khawatir akan mengalami apa yang digambarkan di atas. Dalam ayat tersebut, secara tak langsung disarankan kepada umat Muslim untuk bersiap-siap menghadapi hari berikutnya dengan lebih baik. Instruksi tersebut menekankan perlunya persiapan dan antisipasi untuk masa depan keturunan, baik dari segi rohaniah (iman atau taqwa) maupun secara finansial. Menabung dianggap sebagai bagian dari perencanaan yang disarankan untuk dilakukan (Damayanti, 2016).

2.2.3.2 Faktor yang mempengaruhi Minat

Faktor yang mempengaruhi minat menurut Aromasari (1991) , yaitu :

- a. Kebudayaan melibatkan kebiasaan yang ditanamkan oleh lingkungan sekitar, seperti guru yang memberi arahan kepada muridnya untuk rajin menabung.
- b. Keluarga berperan ketika orang tua secara konsisten menunjukkan kebiasaan menabung, yang secara tidak langsung menjadi contoh positif bagi anak-anaknya.
- c. Sikap dan Kepercayaan terkait dengan perasaan keamanan seseorang dalam mempersiapkan masa depan, termasuk aspek finansial, dengan memiliki perencanaan yang matang.
- d. Motif sosial mencakup kebutuhan seseorang untuk maju agar diterima di lingkungannya, seperti melalui pendidikan atau penampilan fisik, yang semuanya memerlukan biaya yang lebih mudah terpenuhi melalui menabung.
- e. Motivasi dapat muncul dari rencana-rencana terkait kebutuhan masa depan, mendorong seseorang untuk melibatkan diri dalam kegiatan menabung.

2.2.3.3 Indikator Minat

Menurut Ferdinand (2014) minat beli dapat dikenali melalui indikator-indikator berikut:

- a. Minat transaksional, merujuk pada kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian produk.

- b. Minat refrensial, menggambarkan kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, mencerminkan minat seseorang yang memiliki preferensi utama terhadap suatu produk. Preferensi ini hanya akan berubah jika terdapat perubahan signifikan terkait produk tersebut.
- d. Minat eksploratif, menggambarkan perilaku seseorang yang senantiasa mencari informasi terkait produk yang diminatinya dan mencari dukungan informasi untuk menegaskan sifat positif dari produk tersebut.

2.2.4 Religiusitas

2.2.4.1 Pengertian Religiusitas

Menurut Atmosuwito (1989) dalam Febriana & Qurniati (2021) Religiusitas dapat diartikan secara lebih luas dibandingkan dengan agama. Secara etimologis, kata "religi" berasal dari kata yang berarti ikatan atau pengikatan diri. Ini mengindikasikan suatu hubungan yang lebih personal dan pribadi. Oleh karena itu, konsep religiusitas bersifat dinamis karena menonjolkan eksistensi manusia. Dalam konteks ini, "religi" dapat diinterpretasikan sebagai penyerahan diri, ketaatan, dan tunduk. Namun, penting untuk dicatat bahwa interpretasi ini bersifat positif. Penyerahan diri atau ketaatan dihubungkan dengan kebahagiaan seseorang. Kebahagiaan tersebut mencakup pengalaman individu yang seolah-olah memasuki dunia baru yang penuh kemuliaan. Berbeda dengan agama yang seringkali terfokus pada ajaran-ajaran dan doktrin tertentu, religiusitas lebih menekankan pada hubungan pribadi dengan yang Ilahi. Dengan demikian,

konsep ini menggambarkan dimensi eksistensial manusia yang lebih luas dan mendalam.

Menurut Nashori *et al.*, (2002) religiusitas juga dapat diartikan sebagai ukuran sejauh mana seseorang memiliki pengetahuan, keyakinan yang kuat, pelaksanaan ibadah, serta kedalaman penghayatan terhadap agama yang dianutnya. Tingkat religiusitas seorang muslim dapat tercermin dari berbagai aspek, seperti sejauh mana dia melaksanakan ibadah, seberapa dalam pemahamannya tentang agama Islam, dan sekuat apa keyakinannya terhadap ajaran agama tersebut.

Menurut Sahlan (2011) Agama tidak hanya terbatas pada pelaksanaan tindakan ritual seperti shalat dan membaca doa. Lebih dari itu, agama mencakup seluruh perilaku manusia yang baik dan terpuji dan dilakukan dengan tujuan mendapatkan ridha Allah SWT.

Allah SWT. Berfirman di dalam Al-Quran dalam surah Al-Baqarah ayat 278-279:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُّوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلََكُمْ رَأْسُ أَمْوَالِكُمْ ۖ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan rasul-Nya akan menerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya” (Qs. Al-Baqarah /278-279 : 2).

Dalam tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab, Q.S Al-Baqarah ayat 278-279 menyampaikan pesan penting tentang riba dan pentingnya

bertaubat kepada Allah. Orang beriman diperingatkan untuk takut kepada Allah dan menghindari hukuman-Nya dengan menjauhi riba secara keseluruhan. Melakukan riba menunjukkan kurangnya kepercayaan kepada Allah dan janji-Nya. Namun, bagi mereka yang bertaubat dari riba dan meninggalkan riba, Allah menjanjikan keselamatan dari hukuman.

2.2.4.2 Dimensi-dimensi religiusitas

Dimensi religiusitas menurut Caroline (1999) dalam Andriani (2015) religiusitas (agama Islam) terdiri dalam lima aspek:

- a. Aspek iman melibatkan keyakinan dan hubungan manusia dengan Tuhan, malaikat, para nabi, dan elemen-elemen spiritual lainnya.
- b. Aspek Islam mencakup frekuensi dan intensitas pelaksanaan ibadah yang telah ditentukan, seperti shalat, puasa, dan zakat.
- c. Aspek ihsan menyangkut pengalaman dan perasaan terkait kehadiran Tuhan, ketakutan terhadap pelanggaran larangan, dan aspek-aspek emosional lainnya.
- d. Aspek ilmu mencakup pengetahuan seseorang tentang ajaran-ajaran agama dan pemahaman terhadap konsep-konsep keagamaan.
- e. Aspek amal melibatkan perilaku dalam kehidupan berkelompok, seperti menolong sesama, membela yang lemah, serta keterlibatan dalam pekerjaan dan sejenisnya.

2.2.4.3 Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark (1989) dalam Rachmatulloh (2020) terdapat 5 macam dimensi religiusitas, yaitu :

a. Dimensi keyakinan dan ideologis

Dimensi ini mengacu pada keimanan seseorang yang diukur melalui keyakinannya terhadap kebenaran agama yang dianut. Dimensi ini mencakup harapan-harapan yang dianut oleh individu yang menjalankan kehidupan religius dan tetap setia pada satu ajaran yang diyakininya sebagai benar. Dalam setiap agama, terdapat keyakinan dan kepercayaan yang menuntut pengikutnya untuk patuh. Meskipun demikian, lingkup keyakinan dan ideologis tidak hanya terbatas pada aspek keagamaan, seringkali melibatkan tradisi atau adat istiadat yang dijunjung tinggi dalam masyarakat yang memiliki kepercayaan yang sama. Hal ini kadang-kadang memunculkan perdebatan di antara anggota masyarakat.

b. Dimensi praktik agama / ibadah

Dimensi ini mencakup tingkat keagamaan atau aspek ritualistik seseorang yang dinilai berdasarkan sejauh mana ketaatannya dalam menjauhi larangan dan melaksanakan kewajiban sesuai dengan petunjuk agama yang dianut. Masyarakat yang mengikuti suatu ajaran agama biasanya melibatkan diri dalam pelaksanaan ritual keagamaan sebagai bentuk ibadah dan hubungan spiritual dengan tuhan mereka. Dalam konteks ajaran agama Islam, praktik ibadah ini mencakup kewajiban seperti shalat dan puasa pada bulan-bulan tertentu, serta pelaksanaan ibadah sunnah seperti membaca Al-Qur'an, bersedekah, menolong

sesama, menjalankan ibadah haji, dan melibatkan diri dalam praktik muamalah lainnya.

c. Dimensi pengalaman

Dimensi ini mencakup pemahaman seseorang terhadap keyakinan keagamaan, pengalaman spiritual, dan pengetahuan yang memengaruhi sejauh mana tingkat ketaatan mereka dalam menjalankan ibadah, baik yang wajib maupun yang sunnah, dari hari ke hari dan dari waktu ke waktu sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya.

d. Dimensi pengetahuan agama intelektual

Dalam konteks Islam, agama membahas ayat-ayat yang terdapat dalam Al-Quran, yang menjadi panduan dalam menjalankan segala aspek kehidupan. Selain itu, pengetahuan keagamaan juga mencakup pemahaman terhadap hukum yang harus dijalankan serta larangan-larangan yang sebaiknya dihindari sesuai dengan ajaran agama.

e. Dimensi konsekuensi

Dimensi ini mengukur bagaimana seorang Muslim berperilaku dan bersikap terhadap sesama Muslim, didasarkan pada motivasi yang berasal dari ajaran-ajaran agama Islam yang memengaruhi aspek sosial dan kehidupan keagamaan mereka. Konsekuensinya adalah bahwa tindakan kebaikan akan menghasilkan kebaikan, sementara tindakan buruk akan mendatangkan konsekuensi buruk.

2.2.5 Perbankan Syariah

2.2.5.1 Pengertian perbankan syariah

Bank syariah adalah lembaga perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Dalam kerangka hukum Islam, praktik pemberian bunga atau riba dianggap sebagai larangan (haram). Oleh karena itu, model bisnis bank konvensional yang menerapkan sistem bunga, baik dalam produk simpanan maupun pinjaman, dianggap tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Bank syariah membedakan dirinya dengan tidak menerapkan sistem bunga, melainkan menerapkan sistem bagi hasil. Sistem ini mencakup pengelolaan dana berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Perhitungan bagi hasil dilakukan melalui kesepakatan antara bank syariah dan nasabah yang menanamkan dana mereka di bank tersebut. Besar hak nasabah terhadap bank, yang dikenal sebagai nisbah, ditentukan melalui sebuah angka ratio atau proporsi yang disepakati (Sari, 2016).

Dari segi regulasi, keberadaan Bank Syariah memiliki dasar hukum yang kuat, sebagaimana diatur dalam Undang-undang Pokok Perbankan, yakni Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 yang telah diubah menjadi Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Lebih spesifik, regulasi ini diatur dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang ini merupakan hasil inisiatif DPR RI yang telah mendapatkan persetujuan dan pengesahan dari berbagai fraksi

partai politik serta pemerintah yang diwakili oleh Menteri Keuangan dan Menteri Agama (Kholid, 2018).

Bank syariah mengalami sejumlah permasalahan dalam perkembangannya. Salah satu kendala utamanya adalah masalah hukum. Problem hukum ini menjadi salah satu dari berbagai tantangan yang dihadapi oleh bank syariah, selain masalah-masalah lain seperti persepsi dan tingkah laku masyarakat yang masih seringkali menganggap bank syariah sama dengan bank konvensional (Andriani, 2015). Padahal dari segi akad, imbalan yang diberikan dan sasaran kredit atau pembiayaan pada perbankan syariah dan bank konvensional berbeda (Antonio, 2001)

Allah Swt. Berfirman dalam Al-Qur'an surah ali imron ayat 130, yaitu :

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

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”*.

Dalam tafsir Al-Misbah karya Quraish Shihab Q.S ali imron ayat 130 riba merupakan sesuatu yang terlarang, atau sesuatu yang lebih dari yang wajar, itulah yang mengundang ayat ini untuk mengajak orang-orang beriman agar tidak memakan riba sebagaimana yang sering terjadi dalam masyarakat Jahiliah ketika itu. Mereka diajak untuk menghindari siksa Allah di dunia dan di akhirat dengan perintah-Nya. Dalam ayat tersebut juga diperintah untuk bertakwa kepada Allah supaya mendapat keberuntungan di dunia dan di akhirat.

2.2.5.2 Dimensi perbankan syariah

Menurut Yarmunida (2018) secara garis besar, terdapat 7 dimensi kepatuhan syariah dalam operasional perbankan syariah:

1. Tidak mengandung transaksi riba

Bank syariah tidak boleh menerapkan sistem riba dalam transaksi apapun. Riba, atau bunga, dianggap sebagai praktik yang diharamkan dalam Islam karena bertentangan dengan prinsip keadilan ekonomi.

2. Menghindari *Bai' al-'Inah*

Prinsip ini menekankan agar bank syariah menghindari praktik *Bai' al-'Inah*, yaitu transaksi jual beli dengan menggunakan metode yang bisa menimbulkan ketidakjelasan atau kecurangan.

3. Menghindari Gharar

Bank syariah harus menghindari gharar, atau unsur ketidakpastian dan risiko yang berlebihan, dalam transaksi bisnisnya. Ini bertujuan untuk memastikan keadilan dan keamanan dalam perjanjian.

4. Tidak Ada Maisir dalam Transaksi Bank

Prinsip ini melarang praktik maisir atau perjudian dalam transaksi bank. Hal ini mencerminkan ketidaksetujuan terhadap kegiatan yang bersifat spekulatif dan merugikan pihak lain.

5. Bisnis Berbasis Keuntungan yang Halal

Bank syariah harus menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip keuntungan yang halal dan sesuai dengan ajaran Islam. Ini mencakup

memastikan bahwa sumber pendapatan bank berasal dari aktivitas yang diperbolehkan oleh syariah.

6. Pelaksanaan Amanah Nasabah

Bank syariah bertanggung jawab menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah. Ini menekankan pentingnya kepercayaan dan integritas dalam pengelolaan dana yang diamanahkan kepada bank.

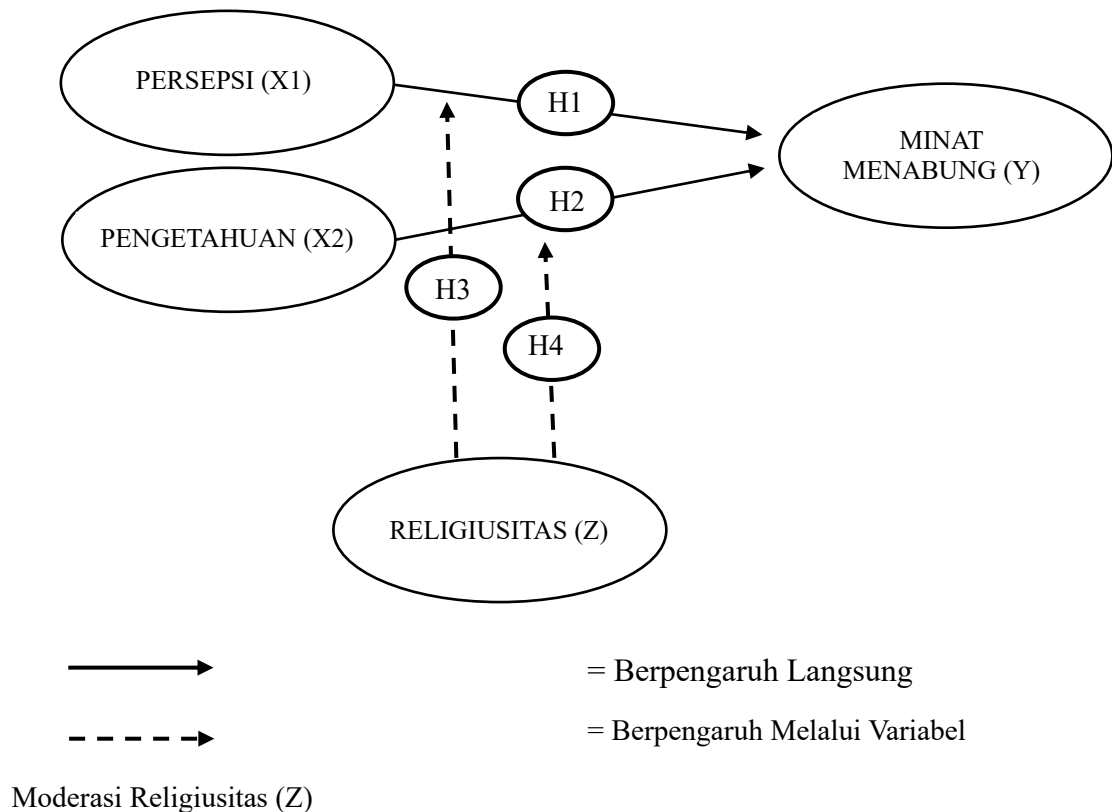
7. Pengawasan Kepatuhan Bank Syariah

Adanya pengawasan yang ketat terhadap kepatuhan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Hal ini mencakup audit internal dan eksternal untuk memastikan bahwa operasional bank selalu sesuai dengan ketentuan syariah.

2.3 Kerangka Konseptual

Untuk mengenali permasalahan yang sedang dibahas, diperlukan pembuatan kerangka konseptual sebagai dasar untuk mengevaluasi masalah tersebut. Kerangka konseptual juga berperan dalam menguji validitas suatu penelitian. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi (X1) dan pengetahuan (X2) terhadap minat menabung mahasiswa santri (Y) yang di moderasi oleh religiusitas (Z). Kerangka konseptual dapat dirinci sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



2.4 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

a) Hubungan persepsi terhadap minat menabung

Menurut Robins (2007) persepsi merupakan proses berpikir yang dilakukan individu untuk memahami dunia di sekitarnya. persepsi tidak hanya terbatas pada stimulus yang diterima melalui panca indera. Individu juga dapat menggunakan informasi lain, seperti konteks dan pengetahuan sebelumnya, untuk menafsirkan dunia di sekitarnya. Persepsi merupakan proses yang kompleks dan subjektif. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pikiran, perasaan, dan pengalaman individu.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Munajim *et al.*, (2022) mengatakan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan

terhadap variabel minat menabung. Cahyono *et al.*, (2021) mengungkapkan persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Kemudian menurut Rosita (2022) persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Oleh karena itu disusun hipotesis yang kedua sebagai berikut :

H1: Persepsi berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang

b. Hubungan pengetahuan terhadap minat menabung

Menurut Syahriyal (2018) pengetahuan mencakup kemampuan seseorang untuk memahami, mengingat, dan mendefinisikan ulang suatu topik tertentu. Dalam konteks pengambilan keputusan terkait pembelian, penggunaan, atau pemilihan produk, pengetahuan menjadi faktor pertimbangan yang signifikan. Pengaruh pengetahuan mencerminkan arah yang sangat penting dalam membentuk perilaku seseorang. Berdasarkan penelitian dan pengalaman, terungkap bahwa keputusan yang didasarkan pada pengetahuan cenderung memiliki ketahanan yang lebih lama dibandingkan dengan keputusan yang dibuat tanpa dasar pengetahuan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amanati (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung. Ramadhan (2019) dalam penelitiannya juga mengatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap minat menabung. Kemudian Susyanti & Khoirul (2021) dalam penelitiannya

menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Oleh karena itu disusun hipotesis yang ketiga sebagai berikut :

H2: Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang

- c. Hubungan persepsi terhadap minat menabung yang dimoderasi oleh religiusitas

Penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap kegiatan menabung. Faktor-faktor seperti keyakinan moral dan nilai-nilai keagamaan dapat memperkuat motivasi untuk mengembangkan kebiasaan menabung. Dengan demikian, religiusitas dapat memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku terkait keuangan, dengan meningkatkan minat dan komitmen terhadap praktik menabung.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Araffi dan Haryono (2022) menunjukkan bahwa religiusitas dapat memoderasi persepsi terhadap minat menjadi nasabah. Kemudian penelitian menurut Sulis Rahmawati (2022) variabel religiusitas mampu memoderasi persepsi pada minat menabung secara positif dan signifikan. Oleh karena itu disusun hipotesis yang ketiga sebagai berikut :

H3: Persepsi berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang dengan dimoderasi oleh religiusitas

- d. Hubungan pengetahuan terhadap minat menabung yang dimoderasi oleh religiusitas

Pengetahuan mencakup pemahaman dan informasi yang dimiliki oleh konsumen terkait suatu produk yang dipasarkan. Pengetahuan tersebut bersifat melekat dan memiliki potensi untuk memengaruhi perilaku konsumen dalam proses pembelian (Inayah, 2017). Pengetahuan tentang manfaat menabung memainkan peran penting dalam membentuk minat individu untuk menabung. Faktor religiusitas dapat memoderasi hubungan ini, di mana individu yang lebih religius cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menabung.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Safitri & Mubarak (2022) menunjukkan bahwa religiusitas mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung Masyarakat Kota Banjarmasin. Kemudian penelitian oleh Rokhani dan Nurkhin (2021) mengatakan bahwa religiusitas secara signifikan mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Oleh karena itu disusun hipotesis yang ketiga sebagai berikut :

H4: Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung yang dimoderasi oleh religiusitas

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut Creswell (2009) dalam Kusumastuti *et al.*, (2020) metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode yang berfungsi untuk menguji sebuah teori dengan meneliti hubungan antar variabel. Variabel yang digunakan kemudian diukur menggunakan instrument penelitian dan dianalisis sesuai dengan prosedur statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa santri Kota Malang di Bank Syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi.

3.2 Lokasi/Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kota Malang dengan mahasiswa santri sebagai objeknya. Data dari kemenag menunjukkan bahwa Jawa Timur merupakan salah satu provinsi dengan jumlah santri terbanyak. Oleh karena itu, peneliti memilih Kota Malang sebagai lokasi penelitian untuk mendalami lebih lanjut mengenai aspek yang relevan dengan populasi mahasiswa santri di wilayah tersebut.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari wilayah yang melibatkan subjek atau objek tertentu, dengan jumlah dan ciri-ciri khusus yang ditentukan oleh peneliti

untuk dianalisis, dan dari situ peneliti membuat kesimpulan (Sugiono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa santri di Kota Malang. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Agama (Kemenag) Kota Malang, jumlah mahasiswa santri yang terdaftar mencapai 2.467 mahasiswa santri. Namun, perlu ditekankan bahwa data ini hanya mencakup pondok pesantren yang telah terdaftar di Kemenag Kota Malang. Meskipun di Kota Malang terdapat sejumlah pondok pesantren yang menyediakan layanan bagi mahasiswa, populasi yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada mahasiswa santri yang mondok di pondok pesantren secara resmi di Kemenag. Oleh karena itu, beberapa pondok pesantren yang tidak terdaftar di Kemenag tidak termasuk dalam data populasi yang di analisis dalam penelitian ini. Berdasarkan data Kemenag, berikut merupakan daftar pondok pesantren mahasiswa yang terdaftar:

Tabel 3.1
Daftar Pondok Pesantren Mahasiswa Di Kota Malang

No	Nama Pondok	Total
1	Al Mukmin	24
2	Tahfidz Al-Qur'an Nurul Huda	102
3	Al Hikam	57
4	Al Barokah	75
5	Tahfidzul Qur'an As-Sa'adah	67
6	Miftahul Huda	30
7	PP. Putri Darul Hikmah	18
8	Al Falah	65
9	Pesantren Tahfidz Bani Yusuf	48
10	Raudhatussalihin	41
11	Al Hikmah Al Fathimiyyah	79
12	Pptq Nurul Furqon	195
13	Ainul Yaqin Unisma	316
14	Roudhotul Jannah	20
15	Darul Ulum Al-Fadholi	136

Lanjutan Tabel 3.1

No	Nama Pondok	Total
16	Darul Hikmah Al Hasani	17
17	Pondok Pesantren Khaira Ummah	28
18	Sabilurrosyad	58
19	PP. Al Azkiya'	76
20	Darul Hikmah	95
21	PPM. Al Kautsar	136
22	Luhur	102
23	Nurul Huda	113
24	Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah	190
25	Pondok Pesantren Imam Ad-Damanhuri	33
26	Firdaus	61
27	An-Nur	26
28	Pesantren Mahasiswa Ar-Rahman	3
29	Darul Khoir	68
30	Al-Adzkiya' Nurus Shofa (Anshofa)	23
31	PP. Tahfidz Oemah Al-Qur'an	52
32	Tahfidz Ribathul Qur'an Wal Qira'at	39
33	Darun Nun	35
34	Al Hikmah	36
	Total Populasi	2464

Sumber : Kemenag Kota Malang, diolah penulis (2024)

2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi. Dengan kata lain, sampel merupakan bagian dari keseluruhan objek yang akan diteliti dan memiliki ciri-ciri tertentu yang mencerminkan populasi secara keseluruhan (Sugiono, 2016).

Dalam penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin (Umar, 2004).

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

Keterangan:

n = Besarnya sampel

N = Populasi

e = Tingkat error (dalam penelitian ini 8%)

Dengan jumlah populasi atau N sebanyak 2464 mahasiswa santri dan taraf kesalahan sebanyak 8%, maka :

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

$$n = \frac{2464}{1 + 2464 (0,08)^2}$$

$$n = 148$$

Berdasarkan hasil dari rumus slovin diatas, maka ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 148 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Berdasarkan populasi sasaran, metode pengambilan pada sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan arti setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian. Jenis pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* disini digunakan karena jumlah populasi yang cukup besar sehingga tidak dapat mempelajari seluruh komponen populasinya. Selain itu, teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih sampel penelitian berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu:

- a) Mahasiswa aktif di salah satu perguruan tinggi Kota Malang
- b) Memiliki pengalaman menabung (baik di bank syariah maupun perbankan konvensional)
- c) Usia 19-30 tahun

3.5 Data dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu :

1) Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data ke peneliti (Sugiyono, 2016). Proses pengumpulan data primer didapat berdasarkan pengamatan yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner yang dibagikan kepada responden.

2) Data Sekunder

Sugiono (2016) menjelaskan bahwa data sekunder adalah informasi yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti. Sumber data sekunder yang digunakan mencakup jurnal, artikel, buku, dan e-book.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan suatu metode pengumpulan data yang melibatkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk google form dan disebarakan secara online kepada responden. Tujuan penggunaan kuesioner adalah untuk mengumpulkan data mengenai variabel yang menjadi fokus penelitian dari para responden. Setiap pertanyaan dalam kuesioner dirancang dengan memilih instrumen yang sesuai dengan indikator yang ditetapkan. Setiap pertanyaan juga dilengkapi dengan lima opsi jawaban beserta skor nilai, sesuai dengan pendekatan yang digunakan dalam penelitian sebelumnya (Supriyanto dan Ekowati, 2019). Dalam penelitian ini pengumpulan datanya menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada responden.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan batas-batas dan metode pengukuran untuk variabel yang akan kita teliti. Dari variabel tersebut terdapat beberapa indikator serta item yang akan menjadi acuan pengukuran dalam sebuah penelitian. Berikut merupakan definisi operasional dan variabel penelitian ini adalah:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Persepsi (X1)	1. Pandangan terhadap lembaga keuangan konvensional	1. Mengetahui bunga bank konvensional termasuk riba 2. Pengalokasi dana bank konvensional tidak memperhatikan aspek kehalalan atau keberkahan transaksi 3. Saya berminat menabung di Bank Syariah dikarenakan saya mengetahui larangan riba	Fijriah (2021)
	2. Pendapat mengenai bunga atau riba dan kaitannya dengan hukum	4. Mengetahui landasan hukum Islam tentang riba 5. Riba merupakan suatu hal yang dilarang agama 6. Memahami bahwa bank syariah berpedoman pada prinsip syariah	
	3. Pandangan terhadap lembaga keuangan syariah dan produk tabungan yang ditawarkan	7. Keyakinan bahwa produk Bank Syariah bebas riba 8. Keyakinan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan bank syariah amanah 9. Bank Syariah merupakan bank yang aman untuk menabung	

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel	Indikator	Item	Sumber
	4. Pandangan terhadap kemampuan lembaga keuangan syariah dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah	10. Bank syariah merupakan bank yang menghindari riba (bunga) 11. Percaya pada kinerja Bank Syariah terbebas dari spekulasi (maysir) 12. Bank Syariah merupakan bank yang terbebas dari ketidakpastian (gharar)	
	5. Pandangan mahasiswa terhadap layanan-layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah	13. Bank syariah memiliki jasa (service) perbankan syariah yang sangat baik 14. Bank syariah memberikan layanan yang lengkap 15. Bank syariah memiliki karyawan yang ramah	
	6. Pendapat mahasiswa mengenai informasi yang tersedia	16. Bank Syariah memiliki publisitas yang bagus, baik cetak maupun online 17. Seringkali mendapatkan informasi tentang bank syariah dari keluarga/teman 18. Sering melihat informasi di beberapa tempat mengenai bank syariah	
Pengetahuan (X2)	1. Pengetahuan mengenai karakteristik atau atribut produk	19. Pernah mendegar/mengetahui tentang bank syariah 20. Mengetahui bahwa bank syariah menerapkan pembiayaan berbasis syariah (murabahah, mudharabah, musyarakah) 21. Mengetahui bank syariah memiliki produk tabungan haji	Rosyid & Saidiah (2016)
	2. Pengetahuan mengenai	22. Bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil	

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel	Indikator	Item	Sumber
	manfaat produk	23. Bank syariah memiliki produk bebas biaya bulanan 24. Bank syariah memiliki produk investasi yang sesuai dengan prinsip syariah	
	3. Pengetahuan mengenai kepuasan	25. Bank syariah transparan dalam mengelola dana sesuai prinsip syariah 26. Bank syariah memudahkan layanan berbasis digital 27. Bank syariah memiliki kemudahan akses dan proses transaksi	
	4. Pengetahuan mengenai konsep dasar bank syariah	28. Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam 29. Bank syariah menawarkan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah 30. Bank syariah menekankan pada pembagian keuntungan (bagi hasil)	
Minat Menabung (Y)	1. Minat Transaksional	31. Tertarik untuk menggunakan layanan transaksi perbankan syariah 32. Tertarik dengan fitur-fitur transaksi syariah yang ditawarkan 33. Bank syariah merupakan pilihan terbaik untuk menabung	Ferdinand (2014)

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel	Indikator	Item	Sumber
	2. Minat Referensial	34. Mendapatkan referensi positif tentang bank syariah dari teman atau keluarga 35. Bank syariah memiliki reputasi yang baik dalam menangani transaksi keuangan 36. Bank syariah merupakan bank yang transparan dan akuntabel	
	3. Minat preferensial	37. Lebih tertarik menabung di bank syariah daripada bank konvensional 38. Bank syariah memiliki produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi 39. Bank syariah memiliki produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan	
	4. Minat eksploratif	40. Tertarik untuk memahami prinsip bank syariah sebelum memutuskan untuk menabung 41. Tertarik untuk menawarkan/mengajak orang lain untuk menabung di bank syariah 42. Bank syariah merupakan pilihan terbaik untuk menabung	
Religiusitas (Z)	1. Keyakinan dan ideologis	43. Keyakinan terhadap rukun iman 44. Keyakinan terhadap pedoman agama islam adalah Al-Quran dan Hadist 45. Keyakinan terhadap kewajiban menolong sesama	Glock dan Stark (1989) dalam Rachmatul loh (2020)
	2. Praktik agama/ibadah	46. Melaksanakan shalat, puasa, haji dan ibadah lainnya (bila mampu)	

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel	Indikator	Item	Sumber
		47. Keyakinan akan kewajiban shalat, puasa dan ibadah lainnya (bila berkemampuan) 48. Selalu berusaha untuk bersikap jujur dan amanah dalam kehidupan sehari-hari	
	3. Pengalaman	49. Merasa semua tingkah laku akan dipertanggung jawabkan 50. Merasa tentram dan bahagia karena melakukan ibadah 51. Merasa bahwa melaksanakan ibadah dapat meningkatkan kualitas hidup	
	4. Pengetahuan agama intelektual	52. Mengetahui hukum islam dan pokok pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan 53. Memahami kaidah ekonomi islam bahwa riba adalah haram 54. Pengetahuan agama dapat membantu memahami nilai moral dan etika	
	5. Dimensi konsekuensi	55. Mematuhi norma islam dalam berekonomi (transaksis bisnis/perbankan) secara non riba 56. Memahami bahwa melanggar larangan riba adalah dosa 57. Memahami bahwa larangan agama islam tidak boleh dilakukan	

3.8 Skala Pengukuran

Dalam sebuah penelitian kuantitatif biasanya menggunakan instrumen atau pengukuran untuk memperoleh sebuah hasil data. Pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala Likert adalah cara yang mudah dan efektif untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna. Skala ini membantu peneliti memahami persepsi pengguna dan mendapatkan informasi yang berharga untuk meningkatkan produk, layanan, atau pengalaman (Setyawan & Atapukan, 2018). Responden harus memilih salah satu pilihan jawaban, yaitu setuju atau tidak setuju untuk setiap pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang ingin dinilai. Penelitian ini memiliki lima kategori dalam pengukuran variabel pengetahuan, persepsi, religiusitas dan minat menabung yaitu :

Tabel 3.3 Skala Model *Likert*

Jawaban	Kode	Bobot Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : diolah peneliti

3.9 Analisis Data

3.9.1 Pendekatan *Partial Least Square (PLS)*

Analisis *Partial Least Square* (PLS) merupakan teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda serta penyelesaian masalah pada regresi berganda. Tujuan PLS adalah memprediksi pengaruh variabel

X terhadap variabel Y dan menjelaskan tujuan teoritis diantara kedua variabel (Jogiyanto dan Abdillah, 2015). Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *Partial Least Square* (PLS). Metode tersebut memiliki keunggulan alat analisis yang kuat dan tidak mengasumsikan adanya batasan pada skala pengukuran data maupun jumlah data serta dapat digunakan untuk mengonfirmasi teori (Ananda, 2015). Hal tersebut sejalan dengan tujuan penelitian serta uji hipotesis yang diajukan yaitu untuk menganalisis pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap minat menabung dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. Jogiyanto dan Abdillah (2015) mengemukakan evaluasi model PLS dilakukan dengan 2 tahapan pengevaluasian, yakni:

3.9.1.1 Perancangan Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan model pengukuran untuk mengevaluasi validitas dan reabilitas model (Jogiyanto dan Abdillah, 2015). Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan beberapa indikator dari uji validitas dan uji reabilitas menurut Jogiyanto dan Abdillah (2015) :

1. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan validitas konstruk yang menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai dengan teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk. Korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaan dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya

merupakan salah satu cara untuk menguji validitas konstruk (*construct validity*). Validitas konstruk dibagi menjadi 2 indikator:

a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen merupakan indikator yang mengukur besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel laten Ghazali dan Latan, (2015). Menurut Hartono (2008) seperti yang dikutip oleh Jogiyanto dan Abdillah (2015) Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Menurut Chin (1995) seperti yang dikutip oleh Jogiyanto dan Abdillah (2015). Rule of thumb yang digunakan untuk validitas konvergen adalah outer loading > 0.7 , communality > 0.5 dan *Average Variance Extracted* (AVE) > 0.5 . Dengan demikian, semakin tinggi nilai faktor loading, semakin penting peranan loading dalam menginterpretasi matrik faktor.

b. Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruknya. Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa suatu pengukuran memiliki validitas diskriminan yang baik jika memenuhi kriteria nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0.5 .

2. Uji Reabilitas

Selain uji validitas terdapat uji reabilitas untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Terdapat 2 indikator dalam pengujian reabilitas dalam PLS:

a. *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha mengukur batas bawah nilai reabilitas suatu konstruk. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach's alpha* apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,7$ (Adawiyah, 2021).

b. *Composite Reliability*

Composite reliability mengukur nilai sesungguhnya reabilitas suatu konstruk. *Rule of thumb* nilai *alpha* atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun 0,6 masih bisa diterima (Jogiyanto dan Abdillah, 2015).

3.9.1.2 Perancangan Model Struktural (*Inner Model*)

Inner Model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten (Jogiyanto dan Abdillah, 2015). Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien path atau t-values tiap path untuk uji signifikansi antarkonstruk dalam model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Sebagai contoh, jika nilai R^2

sebesar 0,7 artinya variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 70 persen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diajukan. Namun, R^2 bukanlah parameter absolut dalam mengukur ketepatan model prediksi karena dasar hubungan teoretis adalah parameter yang paling utama untuk menjelaskan hubungan kausalitas tersebut.

3.9.2 Uji Hipotesis

Penggunaan uji t dalam penelitian ini mencerminkan pendekatan untuk menguji sebuah hipotesis. Dalam konteks ini, nilai kritis yang digunakan adalah 1,65, yang diambil dari tabel distribusi t. Jika dalam uji hipotesis nilai t-statistik lebih dari 1,65, maka temuan dianggap signifikan. Sebaliknya, jika nilai t-statistik kurang dari 1,65, pengujian dianggap tidak signifikan. (Chin dalam Ghazali dan Latan, 2015).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Mahasiswa dan santri merupakan 2 objek yang berbeda. Namun mahasiswa santri akan menjadi objek yang menarik untuk dikaji. Dimana mahasiswa santri tetap berstatus sebagai mahasiswa di perguruan tinggi, namun tidak meninggalkan identitas kesantriannya. Mereka tidak hanya mendalami kitab klasik, tetapi juga ilmu pengetahuan umum seperti ekonomi, sosial, ilmu alam dan lainnya. Konsep ini melahirkan santri yang unggul dalam ilmu agama dan ilmu umum yang siap bersaing dengan kalangan mahasiswa diluar sana. (Khamami, 2019).

Penelitian ini menggunakan objek penelitian mahasiswa santri kota Malang. Jumlah pesantren mahasiswa di Kota Malang menurut data Kemenag terdapat lebih dari 50 pesantren, namun yang terdaftar di Kemenag sebanyak 34 pondok pesantren khusus mahasiswa dengan total santri sebanyak 2464. Jumlah ini tergolong besar, terutama jika digunakan untuk mengembangkan dan meningkatkan pangsa pasar keuangan syariah khususnya dalam hal minat menabung di bank syariah.

4.2 Karakteristik Responden

A. Jenis Kelamin

Analisis karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden sangat penting dalam penelitian ini. Terdapat penelitian yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan literasi keuangan antara laki-laki dan perempuan (Ramly

& Fahlauddin, 2022). Dalam hal ini pengelompokan data berdasarkan jenis kelamin diperlukan untuk memahami pengaruhnya terhadap penelitian ini. Hal ini memungkinkan identifikasi pola yang lebih spesifik terkait hubungan antara jenis kelamin dengan variabel yang diteliti. Dari hasil perhitungan terhadap 148 mahasiswa santri di Kota Malang diperoleh jumlah dan presentase jenis kelamin responden penelitian. Data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-laki	50	33,8%
2.	Perempuan	98	66,2%
Total		148	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Dari hasil tabel 4.2 didapatkan responden laki-laki sebanyak 50 dengan persentase sebanyak 33,8%. Sedangkan responden perempuan diperoleh responden sebanyak 98 dengan persentase sebanyak 66,2%. Hal ini menunjukkan jumlah responden perempuan lebih banyak dibanding responden laki-laki.

B. Usia

Analisis karakteristik berdasarkan usia responden juga sangat penting. Terdapat penelitian yang mengatakan bahwa usia dapat memengaruhi tingkat pengetahuan dan pengalaman seseorang, termasuk dalam hal keuangan (Andespa, 2017). Mahasiswa santri yang lebih tua mungkin memiliki pengetahuan yang lebih tinggi tentang bank syariah dan memiliki minat menabung yang lebih tinggi. Dalam hal ini pengelompokan

data berdasarkan usia diperlukan untuk memahami pengaruhnya terhadap penelitian ini. Hal ini memungkinkan identifikasi pola yang lebih spesifik terkait hubungan antara usia dengan variabel yang diteliti. Dibawah ini merupakan data jumlah responden berdasarkan usia, yakni:

Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	>20 Tahun	36	24,3%
2.	20-25 Tahun	107	72,3%
3.	26-30 Tahun	5	3,4%
Total		148	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Dari hasil tabel 4.2 diatas didapatkan hasil sebanyak 36 responden dengan kategori usia >20 tahun. Selanjutnya sebanyak 107 responden dengan kategori usia 20-25 tahun. Dan sebanyak 5 responden dengan kategori usia 26-30 tahun. Hal ini menunjukkan mayoritas usia responden berusia 20-25 tahun.

C. Uang Saku Tiap Bulan

Analisis karakteristik responden berdasarkan uang saku tiap bulan juga dibutuhkan dalam penelitian ini. Hasil penelitian oleh Ovika *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa minat menabung dari individu dipengaruhi oleh uang saku. Pemberian uang saku baik banyak ataupun sedikit akan mempengaruhi minat menabung seseorang. Uang saku merupakan sumber pendapatan utama mahasiswa santri. Mahasiswa santri dengan uang saku yang lebih tinggi memungkinkan memiliki lebih banyak kesempatan untuk menabung. Dalam hal ini pengelompokan data berdasarkan uang saku tiap

bulan diperlukan untuk memahami pengaruhnya terhadap penelitian ini. Hal ini memungkinkan identifikasi pola yang lebih spesifik terkait hubungan antara uang saku tiap bulan dengan variabel yang diteliti. Dibawah ini merupakan data jumlah responden berdasarkan uang saku tiap bulan, yakni:

Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Uang Saku Tiap Bulan

No	Uang Saku Tiap Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	<1.000.000	64	43,2%
2.	1.000.000-2.000.000	69	46,7%
3.	>2.000.000	15	10,1%
Total		148	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas didapatkan hasil sebanyak 64 responden dengan uang saku <1.000.000. Selanjutnya sebanyak 69 responden dengan uang saku 1.000.000-2.000.000. Kemudian sebanyak 15 responden dengan uang saku sebanyak >2.000.000. Hal ini menunjukkan mayoritas responden memiliki uang saku <1.000.000 setiap bulannya.

D. Lama Mondok

Analisis karakteristik responden berdasarkan lama mondok juga sangat penting dalam penelitian ini. Mahasiswa santri dengan lama mondok yang lebih lama berpotensi memiliki kesempatan dan pemahaman yang berbeda terkait menabung karena religiusitasnya yang semakin tinggi. Hasil penelitian Pratama (2021) bahwa tingkat religiusitas santri berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah yang dipengaruhi oleh faktor internal seperti sikap, keyakinan, motivasi, dan agama. Dalam hal ini pengelompokan data berdasarkan lama mondok diperlukan untuk

memahami pengaruhnya terhadap penelitian ini. Hal ini memungkinkan identifikasi pola yang lebih spesifik terkait hubungan antara lama mondok responden dengan variabel yang diteliti. Berikut ini merupakan data jumlah responden berdasarkan lama mondok, yakni:

Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Lama Mondok

No	Lama Mondok	Frekuensi	Persentase (%)
1.	<1 Tahun	28	18,9%
2.	1-2 Tahun	28	18,9%
3.	2-4 Tahun	36	24,3%
4.	>4 Tahun	56	37,8%
Total		148	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diatas didapatkan hasil sebanyak 28 responden dengan frekuensi lama mondok <1 tahun. Selanjutnya sebanyak 28 responden dengan frekuensi lama mondok 1-2 tahun. Kemudian, sebanyak 36 responden dengan frekuensi lama mondok 2-4 tahun. Dan terakhir, sebanyak 56 responden dengan frekuensi lama mondok >4 tahun. Hal ini menunjukkan mayoritas responden dengan frekuensi lama mondok >4 tahun.

E. Pengguna Bank Syariah

Pengelompokan responden berdasarkan status pengguna bank syariah (ya/tidak) merupakan aspek penting dalam penelitian ini. Klasifikasi ini memungkinkan pengujian pengaruh religiusitas sebagai variabel moderasi, dengan membandingkan persepsi, pengetahuan, dan minat menabung antara mahasiswa santri pengguna dan non-pengguna bank syariah. Analisis ini diperlukan untuk memahami pengaruhnya terhadap temuan penelitian. Hal ini memungkinkan identifikasi pola yang lebih

spesifik terkait hubungan antara status pengguna bank syariah (ya/tidak) dengan variabel yang diteliti. Dibawah ini merupakan data jumlah responden berdasarkan status pengguna bank syariah (ya/tidak), yakni:

Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Persentase Pengguna Bank Syariah

No	Nasabah Bank Syariah	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Ya	69	46,6%
2.	Tidak	79	53,4%
Total		148	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 diatas didapatkan hasil sebanyak 69 responden yang menjadi nasabah bank syariah sedangkan sisanya sebanyak 79 responden yang bukan merupakan nasabah bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden bukan merupakan nasabah bank syariah.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan skor 1-5. Nilai skor 1 digunakan untuk jawaban sangat tidak setuju (STS), nilai skor 2 digunakan untuk jawaban tidak setuju (TS), nilai skor 3 digunakan untuk jawaban ragu-ragu (RG), nilai skor 4 digunakan untuk jawaban setuju (S), dan nilai skor 5 digunakan untuk jawaban sangat setuju (SS).

1. Variabel Persepsi

Pengukuran pada variabel persepsi pada penelitian ini menggunakan 6 indikator dengan 18 item pertanyaan. Setiap indikator dalam penelitian ini memiliki masing-masing 3 pertanyaan.

Tabel 4.6 Deskripsi Responden Variabel Persepsi (X1)

Item variabel		STS		TS		N		S		SS		Total		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Persepsi	X1.1	0	0%	1	0,6%	7	4,7%	75	50,6%	65	43,9%	148	100%	4,38
	X1.2	0	0%	2	1,3%	6	4%	67	45,2%	73	49,3%	148	100%	4,43
	X1.3	0	0%	1	0,6%	8	5,4%	82	55,4%	57	38,5%	148	100%	4,32
	X1.4	0	0%	1	0,6%	6	4%	88	59,4%	53	35,8%	148	100%	4,30
	X1.5	0	0%	1	0,6%	6	4%	73	49,3%	68	45,9%	148	100%	4,41
	X1.6	0	0%	0	0%	9	6%	69	46,6%	70	47,3%	148	100%	4,41
	X1.7	0	0%	2	1,3%	6	4%	78	52,7%	62	41,8%	148	100%	4,35
	X1.8	0	0%	0	0%	13	8,7%	90	60,8%	45	30,4%	148	100%	4,22
	X1.9	0	0%	2	1,3%	7	4,7%	90	60,8%	49	33,1%	148	100%	4,26
	X1.10	0	0%	0	0%	10	6,7%	82	55,4%	56	37,8%	148	100%	4,31
	X1.11	0	0%	0	0%	7	4,7%	82	55,4%	59	39,8%	148	100%	4,35
	X1.12	0	0%	1	0,6%	8	5,4%	79	53,3%	60	40,5%	148	100%	4,34
	X1.13	0	0%	1	0,6%	14	9,4%	85	57,4%	48	32,4%	148	100%	4,22
	X1.14	0	0%	1	0,6%	6	4%	84	56,7%	57	38,5%	148	100%	4,33
	X1.15	0	0%	1	0,6%	8	5,4%	89	60,1%	50	33,7%	148	100%	4,27
	X1.16	0	0%	1	0,6%	11	7,4%	84	56,7%	52	35,1%	148	100%	4,26
	X1.17	0	0%	2	1,3%	9	6%	81	54,7%	56	37,8%	148	100%	4,29
	X1.18	0	0%	1	0,6%	14	9,4%	81	54,7%	52	35,1%	148	100%	4,24

2. Variabel Pengetahuan

Variabel Pengetahuan pada penelitian ini menggunakan 4 indikator

dengan 12 item pertanyaan. Setiap indikator dalam penelitian ini memiliki

masing-masing 3 pertanyaan

Tabel 4.7 Deskripsi Responden Variabel Pengetahuan (X2)

Item variabel		STS		TS		N		S		SS		Total		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Pengetahuan	X2.1	0	0%	1	0,6%	8	5,4%	80	54%	59	39,8%	148	100%	4,33
	X2.2	0	0%	1	0,6%	7	4,7%	79	53,3%	61	41,2%	148	100%	4,35
	X2.3	0	0%	1	0,6%	8	5,4%	73	49,3%	66	44,5%	148	100%	4,38
	X2.4	0	0%	1	0,6%	10	6,7%	74	50%	63	42,5%	148	100%	4,34
	X2.5	0	0%	1	0,6%	1	0,6%	76	51,3%	62	41,8%	148	100%	4,45
	X2.6	0	0%	1	0,6%	10	6,7%	70	47,3%	67	45,2%	148	100%	4,37
	X2.7	2	1,3%	1	0,6%	7	4,7%	76	51,3%	62	41,8%	148	100%	4,32
	X2.8	0	0%	0	0%	10	6,7%	73	49,3%	65	43,9%	148	100%	4,37
	X2.9	0	0%	0	0%	8	5,4%	80	54%	60	40,5%	148	100%	4,35

Lanjutan Tabel 4.7

		STS		TS		N		S		SS		Total		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
	X2.10	0	0%	1	0,6%	10	6,7%	79	53,3%	58	39,1%	148	100%	4,31
	X2.11	0	0%	0	0%	6	4%	81	54,7	61	41,2	148	100%	4,37
	X2.12	0	0%	0	0%	4	2,7%	81	54,7%	63	42,5%	148	100%	4,40

3. Variabel Minat Menabung

Variabel minat menabung pada penelitian ini menggunakan 4 variabel dengan 12 item pertanyaan. Setiap indikator dalam penelitian ini memiliki masing-masing 3 pertanyaan.

Tabel 4.8 Deskripsi Responden Variabel Minat Menabung (Y)

Item variabel		STS		TS		N		S		SS		Total		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Minat Menabung	Y.1	0	0%	0	0%	8	5,4%	72	48,6%	68	45,9%	148	100%	4,41
	Y.2	0	0%	0	0%	4	2,7%	60	40,5%	84	56,7%	148	100%	4,54
	Y.3	0	0%	1	0,6%	12	8,1%	72	48,6%	63	42,5%	148	100%	4,33
	Y.4	0	0%	0	0%	1	0,6%	61	41,2%	86	58,1%	148	100%	4,57
	Y.5	0	0%	1	0,6%	2	1,3%	67	45,2%	78	52,7%	148	100%	4,50
	Y.6	0	0%	0	0%	1	0,6%	1	0,6%	85	57,4%	148	100%	4,57
	Y.7	0	0%	0	0%	9	6%	72	48,6%	67	45,2%	148	100%	4,39
	Y.8	0	0%	0	0%	1	0,6%	60	40,5%	87	58,7%	148	100%	4,58
	Y.9	0	0%	0	0%	3	2%	80	54%	65	43,9%	148	100%	4,42
	Y.10	0	0%	0	0%	7	4,7	66	44,5%	75	50,6	148	100%	4,46
	Y.11	0	0%	0	0%	4	2,7%	75	50,6%	69	46,6%	148	100%	4,44
	Y.12	0	0%	0	0%	10	6,7%	81	54,7%	57	38,5%	148	100%	4,32

4. Religiusitas

Variabel religiusitas pada penelitian ini menggunakan 5 indikator pertanyaan dengan total 15 pertanyaan. Setiap indikator dalam penelitian ini memiliki masing-masing 3 pertanyaan.

Tabel 4.9 Deskripsi Responden Variabel Religiusitas (Z)

Item variabel		STS		TS		N		S		SS		Total		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	
Religiusitas	Z.1	0	0%	4	2,7%	12	8,1%	66	44,5%	66	44,5%	148	100%	4,31
	Z.2	0	0%	1	0,6%	7	4,7%	69	46,6%	71	47,9%	148	100%	4,42
	Z.3	0	0%	2	1,3%	6	4%	81	54,7%	59	39,8%	148	100%	4,33
	Z.4	0	0%	6	4%	15	10,1%	62	41,8%	65	43,9%	148	100%	4,26
	Z.5	0	0%	4	2,7%	9	6%	68	45,9%	67	45,2%	148	100%	4,34
	Z.6	0	0%	7	4,7%	12	8,1%	63	42,5%	66	44,5%	148	100%	4,27
	Z.7	0	0%	1	0,6%	8	5,4%	81	54,7%	58	39,1%	148	100%	4,32
	Z.8	0	0%	2	1,3%	7	4,7%	74	50%	65	43,9%	148	100%	4,36
	Z.9	0	0%	2	1,3%	12	8,1%	70	47,3%	64	43,2%	148	100%	4,32
	Z.10	0	0%	4	2,7%	9	6%	53	35,8%	82	55,4%	148	100%	4,44
	Z.11	0	0%	4	2,7%	9	6%	53	35,8%	82	55,4%	148	100%	4,39
	Z.12	0	0%	0	0%	6	4%	72	48,6%	70	47,3%	148	100%	4,43
	Z.13	0	0%	0	0%	4	2,7%	68	45,9%	76	51,3%	148	100%	4,49
	Z.14	0	0%	0	0%	5	3,3%	65	43,9%	78	52,7%	148	100%	4,49
	Z.15	0	0%	0	0%	4	2,7	68	45,9	76	51,3%	148	100%	4,49

4.4 Hasil Analisis

4.4.1 Analisis *Outer Model*

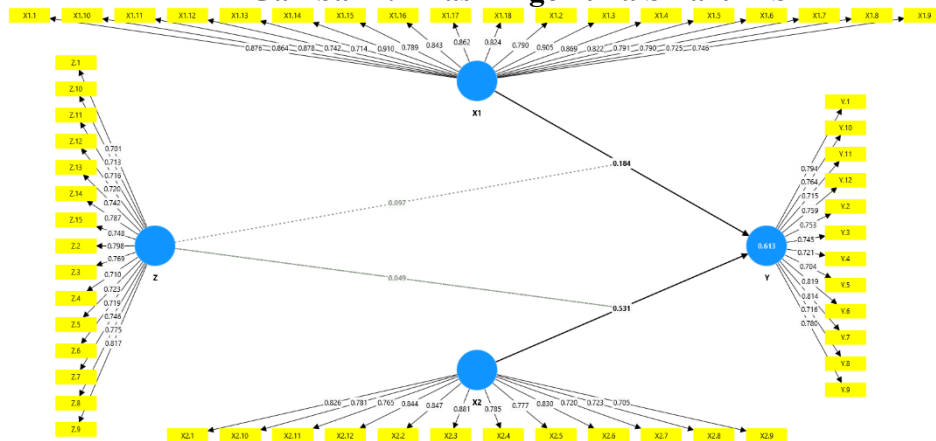
1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2015:39) tujuan dari evaluasi outer model adalah untuk menilai validitas melalui *convergent validity* dan *discriminant validity*, serta reliabilitas model yang di evaluasi *composite reliability* serta *cronbach's alpha* untuk blok indikatornya.

a. *Convergent Validity*

Pengujian *convergent validity* diuji dari masing-masing indikator konstruk. Menurut Chin (2015), suatu indikator dikatakan valid jika nilainya lebih besar dari 0,70, sedangkan *loading factor* 0,50 sampai 0,60 dapat dianggap cukup. Berdasarkan kriteria ini bila ada *loading factor* dibawah 0,50 maka akan di drop dari model.

Gambar 4.1 Hasil Algoritma SmartPLS



Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data primer diolah, 2024

Tabel 4.10 Hasil Pengujian *Convergent Validity*

	X1	X2	Y	Z	Z * X2	Z * X1
X1.1	0,876					
X1.10	0,864					
X1.11	0,878					
X1.12	0,742					
X1.13	0,714					
X1.14	0,910					
X1.15	0,789					
X1.16	0,843					
X1.17	0,862					
X1.18	0,824					
X1.2	0,790					
X1.3	0,905					
X1.4	0,869					
X1.5	0,822					
X1.6	0,791					
X1.7	0,790					
X1.8	0,725					
X1.9	0,746					
X2.1		0,826				
X2.10		0,781				
X2.11		0,765				
X2.12		0,844				
X2.2		0,847				
X2.3		0,881				

Lanjutan Tabel 4.10

	X1	X2	Y	Z	Z*X2	Z*X1
X2.4		0,785				
X2.5		0,777				
X2.6		0,830				
X2.7		0,720				
X2.8		0,723				
X2.9		0,705				
Y.1			0,794			
Y.10			0,764			
Y.11			0,715			
Y.12			0,759			
Y.2			0,753			
Y.3			0,745			
Y.4			0,721			
Y.5			0,704			
Y.6			0,819			
Y.7			0,814			
Y.8			0,716			
Y.9			0,780			
Z.1				0,701		
Z.10				0,713		
Z.11				0,716		
Z.12				0,720		
Z.13				0,742		
Z.14				0,787		
Z.15				0,748		
Z.2				0,798		
Z.3				0,769		
Z.4				0,710		
Z.5				0,723		
Z.6				0,719		
Z.7				0,746		
Z.8				0,775		
Z.9				0,817		
Z x X1						1,000
Z x X2					1,000	

Sumber: Output Pengolahan dengan SmartPLS, data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua indikator variabel penelitian ini dinyatakan valid, karena nilai *Outer Loadings* masing-masing indikator lebih besar dari 0,7. Dengan demikian item kuesioner dapat digunakan pada analisis-analisis selanjutnya.

b. *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE bertujuan untuk mengukur tingkat variasi suatu komponen konstruk yang dihimpun dari indikatornya dengan menyesuaikan pada tingkat kesalahan. Pengujian dengan nilai AVE bersifat lebih kritis dari pada *composite reliability*. Nilai AVE minimal yang direkomendasikan adalah 0,50. Output AVE yang diperoleh dari Smart PLS tersaji pada tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average variance extracted (AVE)
X1	0,674
X2	0,628
Y	0,574
Z	0,557

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat dilihat bahwa nilai AVE telah lebih besar dari 0,50 yang berarti semua indikator tersebut telah memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan dan mempunyai reliabilitas yang potensial untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.

c. *Diskriminan Validity*

Pemeriksaan selanjutnya adalah membandingkan korelasi antar variabel dengan akar AVE ($\sqrt{AVE}$). Model pengukuran mempunyai *discriminant validity* yang baik jika $\sqrt{AVE}$ setiap variabel lebih besar dari

pada korelasi antar variabel. Nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ dapat dilihat dari Output *Fornell Larcker Criterion* Smart-PLS yang tersaji dalam tabel 4.12 sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)

	X1	X2	Y	Z
X1	0,821			
X2	0,312	0,792		
Y	0,442	0,702	0,758	
Z	0,373	0,541	0,601	0,746

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data diolah peneliti, 2024

Dari tabel 4.12 di atas dapat disimpulkan bahwa akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk yang satu dan konstruk lainnya dalam model. Nilai berdasarkan pernyataan diatas maka konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*. Nilai berdasarkan pernyataan diatas maka konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*. Adapun di bawah ini adalah hasil dari *Cross Loading*:

Tabel 4.13
Hasil Uji Cross Loading

	X1	X2	Y	Z	Z * X2	Z * X1
X1.1	0,876	0,215	0,386	0,320	-0,146	-0,029
X1.10	0,864	0,246	0,361	0,339	-0,123	-0,002
X1.11	0,878	0,249	0,427	0,270	-0,048	0,063
X1.12	0,742	0,285	0,394	0,376	-0,104	0,085
X1.13	0,714	0,377	0,328	0,397	-0,320	-0,119
X1.14	0,910	0,314	0,376	0,386	-0,281	-0,119
X1.15	0,789	0,348	0,378	0,423	-0,299	-0,108
X1.16	0,843	0,336	0,377	0,349	-0,256	-0,103

Lanjutan Tabel 4.13

	X1	X2	Y	Z	Z * X2	Z * X1
X1.17	0,862	0,328	0,397	0,395	-0,275	-0,126
X1.18	0,824	0,316	0,341	0,372	-0,267	-0,125
X1.2	0,790	0,173	0,342	0,184	-0,137	0,054
X1.3	0,905	0,228	0,389	0,324	-0,166	-0,030
X1.4	0,869	0,199	0,316	0,252	-0,198	0,004
X1.5	0,822	0,147	0,383	0,187	-0,038	0,111
X1.6	0,791	0,223	0,337	0,266	-0,041	-0,007
X1.7	0,790	0,187	0,345	0,216	-0,043	0,097
X1.8	0,725	0,212	0,305	0,177	-0,089	0,044
X1.9	0,746	0,203	0,300	0,240	-0,089	0,083
X2.1	0,230	0,826	0,561	0,435	-0,290	-0,210
X2.10	0,242	0,781	0,551	0,364	-0,091	-0,132
X2.11	0,200	0,765	0,496	0,521	-0,197	-0,252
X2.12	0,314	0,844	0,682	0,464	-0,124	-0,186
X2.2	0,231	0,847	0,558	0,503	-0,295	-0,231
X2.3	0,267	0,881	0,614	0,451	-0,273	-0,184
X2.4	0,106	0,785	0,480	0,427	-0,234	-0,187
X2.5	0,215	0,777	0,516	0,475	-0,258	-0,252
X2.6	0,259	0,830	0,559	0,442	-0,241	-0,182
X2.7	0,234	0,720	0,580	0,330	-0,135	-0,118
X2.8	0,340	0,723	0,560	0,389	-0,152	-0,103
X2.9	0,292	0,705	0,460	0,341	-0,156	-0,096
Y.1	0,390	0,672	0,794	0,463	-0,152	-0,010
Y.10	0,342	0,625	0,764	0,351	-0,110	-0,099
Y.11	0,284	0,460	0,715	0,516	-0,003	0,066
Y.12	0,356	0,510	0,759	0,472	-0,037	0,000
Y.2	0,375	0,543	0,753	0,335	-0,144	-0,091
Y.3	0,356	0,533	0,745	0,457	-0,092	0,051
Y.4	0,285	0,450	0,721	0,474	-0,057	-0,072
Y.5	0,241	0,410	0,704	0,473	-0,033	-0,013
Y.6	0,345	0,550	0,819	0,480	-0,153	-0,067
Y.7	0,339	0,504	0,814	0,504	-0,020	-0,119
Y.8	0,378	0,469	0,716	0,504	-0,082	-0,128
Y.9	0,306	0,604	0,780	0,454	-0,115	-0,006
Z.1	0,140	0,217	0,366	0,701	-0,036	-0,111
Z.10	0,244	0,383	0,418	0,713	-0,161	-0,203
Z.11	0,274	0,486	0,484	0,716	-0,100	-0,031
Z.12	0,235	0,311	0,436	0,720	-0,111	-0,170
Z.13	0,444	0,418	0,525	0,742	-0,105	-0,187
Z.14	0,343	0,440	0,495	0,787	-0,111	-0,271

Lanjutan Tabel 4.13

	X1	X2	Y	Z	Z * X2	Z * X1
Z.15	0,318	0,386	0,421	0,748	-0,094	-0,157
Z.2	0,213	0,443	0,459	0,798	-0,106	-0,165
Z.3	0,357	0,502	0,522	0,769	-0,260	-0,271
Z.4	0,248	0,288	0,332	0,710	-0,202	-0,156
Z.5	0,294	0,361	0,425	0,723	-0,189	-0,235
Z.6	0,192	0,272	0,362	0,719	-0,099	-0,177
Z.7	0,180	0,492	0,490	0,746	-0,165	-0,106
Z.8	0,334	0,471	0,492	0,775	-0,279	-0,279
Z.9	0,278	0,459	0,399	0,817	-0,228	-0,260
Z * X1	-0,016	-0,224	-0,053	-0,250	0,495	1,000
Z * X2	-0,198	-0,256	-0,113	-0,202	1,000	0,495

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data diolah peneliti, 2024

Dari temuan cross-loading pada tabel 4.13 jelas terlihat bahwa terdapat hubungan yang lebih kuat antara indikator dari suatu konstruk dan konstruk itu sendiri daripada antara indikator dari konstruk lain. Terdapat tingkat validitas diskriminan yang tinggi di semua variabel laten dan konstruk, yang berarti bahwa indikator dalam blok indikator setiap konstruk sangat terkait satu sama lain.

d. HTMT

Sementara itu, tingkat ambang validitas diskriminan yang dapat diterima juga diperoleh dilihat dari nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yang lebih kecil dari 0,90 seperti yang disarankan oleh (Hair et al., 2017). Semua nilai HTMT lebih rendah dari 0,9. Output HTMT yang diperoleh dari *SmartPLS* tersaji pada tabel 4.14 sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	X1	X2	Y	Z	Z * X2	Z * X1
X1						
X2	0,323					
Y	0,460	0,736				
Z	0,380	0,562	0,634			
Z * X2	0,201	0,265	0,114	0,206		
Z * X1	0,090	0,231	0,082	0,256	0,495	

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data diolah peneliti, 2024

2. Uji Reabilitas

a. Cronbach Alpha dan Composite Reability

Untuk memastikan bahwa tidak ada masalah terkait pengukuran maka langkah terakhir dalam evaluasi outer model adalah menguji uji reliabilitas dari model. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan indikator *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*.

Pengujian *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* bertujuan untuk menguji reliabilitas instrumen dalam suatu model penelitian. Apabila seluruh nilai variabel laten memiliki nilai *Composite Reliability* maupun *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ hal itu berarti konstruk memiliki reliabilitas yang baik atau kuesioner yang digunakan sebagai alat dalam penelitian ini telah konsisten.

Tabel 4.15
Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
X1	0,971	0,973	0,974
X2	0,946	0,949	0,953
Y	0,932	0,935	0,942
Z	0,943	0,946	0,950

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai yang memuaskan, yaitu semua variabel laten telah reliabel karena seluruh nilai variabel laten memiliki nilai *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$. Jadi dapat disimpulkan bahwa, kuesioner yang digunakan sebagai alat penelitian ini telah andal atau konsisten.

4.4.2 Analisis *Inner Model*

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria *Outer Model*, berikutnya dilakukan pengujian model struktural (*Inner Model*). Pengujian *inner model* adalah pengembangan model berbasis konsep dari teori dalam rangka menganalisis pengaruh variabel eksogen dan endogen telah dijabarkan dalam kerangka konseptual. Tahapan pengujian terhadap model struktural (*inner model*) dilakukan dengan langkah-langkah berikut ini:

a. Nilai R-Square (R^2)

Uji R-squared (R^2) digunakan untuk menganalisis sejauh mana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, sekaligus mengukur kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen (Bawono, 2006). Output R-Square (R^2) yang diperoleh dari *SmartPLS* tersaji pada tabel 4.16 sebagai berikut :

Tabel 4.16
Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Y	0,613	0,599

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data diolah peneliti, 2024

Nilai R-Square untuk variabel Y sebesar 0,613 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 61,3% variasi yang terjadi pada Y, sedangkan sisanya sebesar 38,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Sementara itu, nilai *R-Square adjusted* sebesar 0,599 menunjukkan bahwa setelah penyesuaian untuk jumlah variabel dalam model, kemampuan model menjelaskan variabilitas Y sedikit menurun menjadi 59,9%. Nilai ini tetap mengindikasikan bahwa model memiliki kekuatan prediktif yang baik.

b. f^2 Effect Size

Nilai f-square (f^2) menunjukkan besar pengaruh parsial masing-masing variabel prediktor terhadap variabel endogen. Berikut interpretasi mengenai nilai f-square (Ghozali, 2014):

- 1) Apabila nilai f-Square bernilai $\geq 0,35$, maka dapat diinterpretasikan bahwa predictor variabel laten memiliki pengaruh kuat.
- 2) Apabila nilai f-Square bernilai $0,15 \leq f \leq 0,35$, maka memiliki pengaruh medium.
- 3) apabila nilai f-Square bernilai $0,02 \leq f \leq 0,15$, maka memiliki pengaruh lemah.

Berikut hasil nilai f^2 masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen:

Tabel 4.17
Hasil Uji f^2 Effect Size

	Y
X1	0,071
X2	0,491
Z * X2	0,007
Z * X1	0,022

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data diolah peneliti, 2024

Berikut adalah interpretasi hasil nilai f-square (f^2) untuk masing-masing model:

1. Nilai f^2 untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar 0,071 menunjukkan bahwa X1 memiliki pengaruh lemah terhadap Y karena berada dalam rentang $0,02 \leq f \leq 0,15$.
2. Nilai f^2 untuk pengaruh X2 terhadap Y sebesar 0,491 menunjukkan bahwa X2 memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Y karena nilainya lebih besar dari 0,35.
3. Nilai f^2 untuk interaksi Z dengan X2 terhadap Y sebesar 0,007 menunjukkan bahwa interaksi ini memiliki pengaruh yang sangat lemah terhadap Y karena nilainya di bawah 0,02.
4. Nilai f^2 untuk interaksi Z dengan X1 terhadap Y sebesar 0,022 menunjukkan bahwa interaksi ini memiliki pengaruh lemah terhadap Y, berada tepat di atas batas bawah 0,02.

c. Q-Square (*Goodness of Fit Model*)

Pengujian *Goodness of Fit Model* structural pada inner model menggunakan nilai *predictive relevance* (Q^2). Nilai Q-Square lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai

predictive relevance. Nilai R-Square tiap-tiap variabel endogen dalam penelitian ini dapat dilihat pada perhitungan berikut ini:

Tabel 4.18
Q-Square

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Y	1776,000	1171,038	0,341

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data diolah peneliti, 2024

Nilai Q-Square untuk variabel Y sebesar 0,341 menunjukkan bahwa model memiliki predictive relevance yang cukup baik. Artinya, sekitar 34,1% variasi pada Y dapat dijelaskan oleh model struktural, sementara sisanya sebesar 65,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Karena nilai Q-Square lebih besar dari 0, model ini memiliki kemampuan prediktif yang memadai untuk variabel dependen Y.

4.4.3 Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)

Nilai estimasi untuk pengaruh jalur dalam model structural harus signifikan. Nilai signifikan ini dapat diperoleh dengan prosedur bootstrapping. Melihat signifikan pada hipotesis dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikan t-statistik pada algorithm bootstrapping report. Untuk mengetahui signifikan atau tidak signifikan dilihat dari t-tabel pada alpha 0,01 (10%) = 1,65. Kemudian t-tabel dibandingkan dengan t-hitung (t-statistik).

Berikut merupakan output hasil pengujian hipotesis yang tersaji pada tabel 4.19 sebagai berikut :

Tabel 4.19
Hasil Pengujian Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0,184	0,191	0,067	2,763	0,006
X2 -> Y	0,531	0,530	0,079	6,699	0,000
X1 * Z -> Y	0,097	0,079	0,079	1,219	0,223
X2 * Z -> Y	0,049	0,036	0,080	0,616	0,538

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS, data diolah peneliti, 2024.

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis pada model struktural:

H1: Persepsi berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang

Hasil pengujian pengaruh X1 terhadap Y menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,184 dengan t-statistik 2,763 dan p-value 0,006. Karena t-statistik lebih besar dari t-tabel (1,65) dan p-value kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa X1 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y.

H2: Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang

Pengujian pengaruh X2 terhadap Y menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,531 dengan t-statistik 6,699 dan p-value 0,000. Dengan t-statistik yang jauh lebih besar dari 1,65 dan p-value yang sangat kecil, dapat disimpulkan bahwa X2 juga berpengaruh signifikan terhadap Y.

H3: Persepsi berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa santri di Kota Malang dengan dimoderasi oleh religiusitas

Pengujian interaksi Z dengan X1 terhadap Y menunjukkan koefisien sebesar 0,097 dengan t-statistik 1,219 dan p-value 0,223. Karena t-statistik

lebih kecil dari 1,65 dan p-value lebih besar dari 0,05, maka dapat dipastikan interaksi antara Z dan X1 terhadap Y tidak signifikan.

H4: Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung yang dimoderasi oleh religiusitas

Hasil pengujian interaksi Z dengan X2 terhadap Y menghasilkan koefisien sebesar 0,049 dengan t-statistik 0,616 dan p-value 0,538. Dengan t-statistik yang lebih kecil dari t-tabel (1,65) dan p-value yang lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan pengaruh interaksi Z dengan X2 terhadap Y tidak signifikan.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Persepsi Mahasiswa Santri Kota Malang di Bank Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Hal ini dibuktikan dari hasil koefisien jalur sebesar 0,184 dengan t-statistik $2,763 > 1,65$ dan p-value $0,006 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi bank syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa santri di bank syariah. Artinya semakin baik atau tinggi persepsi seseorang terhadap bank syariah maka akan meningkatkan minat menabung di bank syariah. Dan sebaliknya, semakin buruk persepsi masyarakat terhadap bank syariah, maka minat menabung di bank syariah akan semakin rendah.

Berdasarkan dari jawaban responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada indikator pandangan terhadap lembaga keuangan konvensional dimana pada item pertanyaan “Pengalokasian dana bank konvensional tidak memperhatikan aspek kehalalan atau keberkahan transaksi” memiliki nilai paling tinggi dari semua item pertanyaan. Indikator pandangan terhadap lembaga keuangan konvensional menjadi indikator yang dominan dibanding indikator lain. Nilai tersebut mempengaruhi tingkat kemampuan indikator pandangan terhadap lembaga keuangan konvensional dalam mengukur tingkat pengaruh variabel persepsi terhadap minat menabung sehingga didapatkan bahwa terdapat pengaruh didalamnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa indikator pandangan terhadap lembaga keuangan konvensional merupakan indikator paling dominan dalam membentuk variabel persepsi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munajim *et al.*, (2022) yang mengatakan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung. Cahyono (2021) juga mengungkapkan persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Kemudian menurut Rosita (2022) persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Persepsi terhadap bank syariah menjadi sangat penting mengingat dalam memutuskan suatu hal persepsi terhadap sesuatu akan mempengaruhi seseorang mengambil keputusan. Dalam Al-Quran surah An-nahl ayat 78,

Allah menjelaskan tentang penyempurnaan penciptaan manusia yang dilengkapi dengan fungsi pendengaran dan penglihatan. Dalam Islam, persepsi adalah proses manusia dalam memahami suatu informasi melalui mata, telinga, hidung, dan hati. Informasi tersebut kemudian disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman. Al-Qur'an mencakup ayat-ayat yang berhubungan dengan pancaindera manusia, salah satunya terdapat dalam QS. An-Nahl: 78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّن بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ
وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Artinya : “ Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam Keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.”(Q.S An-Nahl:78).

Menurut Tafsir Tahlili Kementerian Agama (Kemenag RI), dalam surat An Nahl ayat 78 menjelaskan tentang kegaiban dan keajaiban yang sangat dekat dengan manusia, yakni kesempurnaan proses perkembangan janin. Selama manusia di dalam rahim, Allah SWT menganugerahi potensi, bakat, dan kemampuan seperti berpikir, berbahagia, mengindra, dan lain-lainnya dalam diri manusia. Setelah manusia tersebut lahir, maka anugerah tersebut kian berkembang. Hal ini dijelaskan untuk menyoroti bahwa kemampuan persepsi manusia, yang melibatkan indra pendengaran, indra penglihatan, dan akal budi (hati), adalah karunia dari Allah. Manusia diberikan alat-alat ini agar mereka dapat memahami dunia di sekitar mereka dan merenung atas kebesaran-Nya.

4.5.2 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung Mahasiswa Santri

Kota Malang di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Hal ini dibuktikan dari hasil koefisien jalur sebesar 0,531 dengan t-statistik $6,699 > 1,65$ dan p-value $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan terhadap bank syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa santri di bank syariah. Semakin luas pengetahuan seseorang tentang bank syariah, baik terkait operasional maupun produk-produknya, maka minat untuk menabung di bank syariah akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika tingkat pengetahuan rendah, minat untuk menabung di bank syariah juga cenderung menurun.

Berdasarkan dari jawaban responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada indikator pengetahuan mengenai manfaat produk dimana pada item pertanyaan “Saya mengetahui bank syariah memiliki produk bebas biaya bulanan” memiliki nilai paling tinggi dari semua item pertanyaan. Indikator pengetahuan mengenai manfaat produk menjadi indikator yang dominan dibanding indikator lain. Nilai tersebut mempengaruhi tingkat kemampuan indikator pengetahuan mengenai manfaat produk dalam mengukur tingkat pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat menabung sehingga didapatkan bahwa terdapat pengaruh didalamnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa indikator pengetahuan

mengenai manfaat produk merupakan indikator paling dominan dalam membentuk variabel pengetahuan.

Hal ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amanati (2021) yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung. Ramadhan (2019) dalam penelitiannya juga mengatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap minat menabung. Kemudian Susyanti & Khoirul (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Menurut Pranata (2023) pengetahuan berasal dari kognisi manusia dan umumnya muncul setelah individu mempersepsikan suatu objek, dengan bantuan panca indera seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan peraba. Kelima indera ini memegang peran kunci dalam proses dasar pembentukan tindakan oleh seorang individu.

Dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 31 Allah SWT. Berfirman:

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾

صَدِّقِينَ ﴿٣١﴾

Artinya : “Dan Dia ajarkan kepada Adam nama-nama (benda) semuanya, kemudian Dia perlihatkan kepada para malaikat, seraya berfirman, “Sebutkan kepada-Ku nama semua (benda) ini, jika kamu yang benar”.

Dalam tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab, menjelaskan bahwa Q.S Al-Baqarah ayat 31 Allah mengajarkan nabi adam nama-nama benda seluruhnya. Ayat ini menginformasikan bahwa manusia dianugerahi Allah potensi untuk mengetahui nama atau fungsi dan

karakteristik benda-benda. Hal tersebut dapat diartikan sebagai pendorong bagi manusia untuk mencari pengetahuan, memahami lingkungan, dan menggunakan intelektualitas mereka. Pemberian pengetahuan kepada manusia memberikan tanggung jawab kepada manusia untuk memahami dan mengelola dunia di sekitarnya.

4.5.3 Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung Mahasiswa Santri Kota Malang di Bank Syariah yang dimoderasi oleh Variabel Religiusitas

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil pengujian interaksi Z dengan X1 terhadap Y menunjukkan koefisien sebesar 0,097 dengan t-statistik 1,219 dan p-value 0,223. Karena t-statistik lebih kecil dari 1,65 dan p-value lebih besar dari 0,05, maka interaksi antara Z dan X1 terhadap Y tidak signifikan. Artinya persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung setelah di moderasi oleh religiusitas. Disini dapat dikatakan bahwa tingkat religiusitas mahasiswa tidak dapat memoderasi persepsi atau pendapat mengenai produk-produk yang ada di bank syariah sehingga timbulnya minat untuk menabung. Masih terdapat beberapa santri yang beranggapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional.

Temuan ini dapat dijelaskan dengan memperhatikan karakteristik santri yang cenderung memiliki tingkat religiusitas yang sudah tinggi sejak awal. Data karakteristik responden berdasarkan lama mondok menunjukkan bahwa sebelumnya santri telah menjalani masa pendidikan

di pesantren rata-rata lebih dari 4 tahun, mereka telah memiliki pemahaman mendalam tentang konsep religiusitas, terutama terkait dengan keuangan syariah. Religiusitas mereka telah menjadi bagian inheren dari pola pikir dan persepsi mereka tentang bank syariah. Dengan kata lain, nilai-nilai religiusitas sudah terinternalisasi dalam persepsi mereka sebelumnya, sehingga religiusitas sebagai variabel moderasi tidak memiliki banyak ruang untuk memberikan tambahan pengaruh. Bahkan ketika mereka berada pada tahap pendidikan yang lebih tinggi, seperti menjadi mahasiswa, religiusitas cenderung tidak memiliki peran signifikan untuk lebih meningkatkan persepsi mereka.

Pendekatan PLS-MGA (*Partial Least Squares Multi-Group Analysis*) yang digunakan dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel religiusitas tetap tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi terhadap minat menabung. Hal ini mendukung argumen bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi tidak memiliki peran yang mandiri, melainkan sudah tercakup dalam persepsi yang telah terbentuk pada santri tersebut. Metode PLS-MGA sering digunakan untuk menguji efek moderasi dengan mempertimbangkan heterogenitas data, dan hasil konsistensi menunjukkan bahwa religiusitas tidak memberikan efek tambahan yang signifikan.

Berdasarkan dari jawaban responden pada penelitian ini, bahwa pada variabel religiusitas pada indikator praktik agama/ibadah pada item pertanyaan “Saya melaksanakan shalat, puasa, haji dan ibadah lainnya

(bila berkemampuan)” dan item “Saya selalu berusaha untuk bersikap jujur dan amanah dalam kehidupan sehari-hari” memiliki nilai paling rendah. Nilai tersebut mempengaruhi tingkat pengaruh variabel religiusitas untuk memoderasi variabel persepsi sehingga didapatkan bahwa tidak terdapat pengaruh atau moderasi didalamnya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2019) yang mengatakan bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi variabel persepsi terhadap minat menabung. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Araffi dan Haryono (2022) menunjukkan bahwa religiusitas dapat memoderasi persepsi terhadap minat menjadi nasabah. Kemudian penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulis Rahmawati (2022) yang mengatakan variabel religiusitas mampu memoderasi persepsi pada minat menabung secara positif dan signifikan.

Hasil penelitian menunjukkan kompleksitas hubungan antara religiusitas, persepsi terhadap perbankan syariah, dan minat menabung. Meskipun religiusitas responden tinggi, pengaruhnya terhadap minat menabung tidak signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Hal ini sesuai dengan Al-Quran surah Al-Baqarah (2):267 mengingatkan akan pentingnya konsistensi antara keyakinan dan tindakan dalam semua aspek kehidupan, termasuk aspek keuangan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا

الْحَبِيشَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخَذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji. (QS Al-Baqarah (2):267)*

4.5.4 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung Mahasiswa

Santri Kota Malang di Bank Syariah yang dimoderasi oleh Variabel Religiusitas

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil pengujian interaksi Z dengan X2 terhadap Y menghasilkan koefisien sebesar 0,049 dengan t-statistik 0,616 dan p-value 0,538. Dengan t-statistik yang lebih kecil dari t-tabel (1,65) dan p-value yang lebih besar dari 0,05, maka dapat diartikan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah setelah di moderasi oleh variabel religiusitas. Sehingga religiusitas tidak mampu memoderasi pengetahuan terhadap minat menabung.

Pada karakteristik responden berdasarkan persentase pengguna bank syariah, 53,4% merupakan pengguna bank konvensional sedangkan sisanya adalah pengguna bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa santri tentang perbankan syariah masih belum optimal, sehingga belum cukup untuk mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih jasa perbankan. Hasil olah data responden memiliki

tingkat religiusitas yang tinggi dan seragam, sehingga homogenitas ini mengurangi kemungkinan variasi religiusitas untuk berperan sebagai moderator yang signifikan dalam hubungan antara pengetahuan dan minat menabung. Homogenitas tersebut juga membuat efek moderasi sulit terdeteksi karena kurangnya perbedaan mencolok antar kelompok.

Pendekatan PLS-MGA (*Partial Least Squares Multi-Group Analysis*) untuk variabel pengetahuan menunjukkan bahwa religiusitas tetap tidak mampu memoderasi hubungan antara pengetahuan terhadap minat menabung. Hasil ini konsisten dengan temuan pada variabel persepsi, yang mengindikasikan bahwa religiusitas tidak memberikan efek tambahan yang signifikan dalam konteks moderasi.

Berdasarkan dari jawaban responden pada penelitian ini, bahwa pada variabel religiusitas pada indikator praktik agama/ibadah pada item pertanyaan “Saya melaksanakan shalat, puasa, haji dan ibadah lainnya (bila berkemampuan)” dan item “Saya selalu berusaha untuk bersikap jujur dan amanah dalam kehidupan sehari-hari” memiliki nilai paling rendah. Nilai tersebut mempengaruhi tingkat pengaruh variabel religiusitas untuk memoderasi variabel persepsi sehingga didapatkan bahwa tidak terdapat pengaruh atau moderasi didalamnya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Araff & Haryono (2022) dan penelitian Rahmawati (2022) yang mengatakan bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Safitri & Mubarak (2022) serta Rokhani & Nurkhin (2021) yang mengatakan bahwa religiusitas secara signifikan mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah.

Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki religiusitas tinggi, pengetahuan mereka tentang perbankan syariah tidak secara langsung meningkatkan minat menabung di bank syariah, mengindikasikan perlunya pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip-prinsip Islam dalam aspek keuangan. Hal ini sesuai dengan Al-Quran surah Ar-Rum (30): 39:

وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوهُ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوهُ عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ

اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Artinya : *Riba yang kamu berikan agar berkembang pada harta orang lain, tidaklah berkembang dalam pandangan Allah. Adapun zakat yang kamu berikan dengan maksud memperoleh keridaan Allah, (berarti) merekalah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya) (QS.Ar-Rum (30): 39).*

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terkait persepsi, pengetahuan, religiusitas dan minat menabung maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi bank syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa santri. Hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi yang dimiliki oleh mahasiswa santri baik terhadap bank syariah maka keinginan atau minat menabung di bank syariah akan semakin tinggi
2. Pengetahuan terhadap bank syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa santri. Hal ini menunjukkan bahwa jika pengetahuan yang dimiliki oleh mahasiswa santri tinggi dan bertambah maka dapat meningkatkan loyalitas atau minat menabung di bank syariah
3. Religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi dan minat menabung di bank syariah, sebagaimana dibuktikan oleh pengaruh statistik yang tidak signifikan. Hal ini disebabkan oleh tingkat religiusitas responden yang sudah tinggi dan terinternalisasi sejak awal, sehingga tidak memberikan tambahan pengaruh terhadap persepsi mereka. Dengan demikian, religiusitas tidak berperan sebagai variabel moderasi yang efektif dalam konteks ini.
4. Religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara pengetahuan dan minat menabung di bank syariah, sebagaimana dibuktikan oleh hasil uji statistik yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor religiusitas, meskipun tinggi dan seragam di

antara responden, tidak cukup berperan dalam memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan :

1. Bagi pihak perbankan syariah dengan mengadakan program edukasi untuk mahasiswa santri mengenai produk dan manfaat bank syariah, guna meningkatkan pengetahuan dan minat menabung serta mengembangkan strategi pemasaran yang membangun persepsi positif, melalui kegiatan sosial dan seminar yang menonjolkan nilai-nilai syariah.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat menabung mahasiswa santri di bank syariah, dengan melibatkan variabel tambahan dan memperluas topik penelitian. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek yang berbeda untuk mendapatkan wawasan yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdel Khalek, A. M., & Lester, D. (2017). The association between religiosity, generalized self-efficacy, mental health, and happiness in Arab college students. *Personality and Individual Differences*, 109, 12–16.
- Adawiyah, Robiatul. (2021). *Pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap kesejahteraan dengan religiusitas sebagai variabel moderasi: Studi kasus pada Sukses Berkah Community SBC Kota Malang* (Tesis , Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). <http://etheses.uin-malang.ac.id/34023/>
- Afni, Nur. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(1), 57–71.
- Ananda, S. H. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0. *Modul Ajar, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Andriani, Ayu. (2015). *Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Tulungagung. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/2055/>
- Andespa, Roni. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Jakarta : Gema Insani.
- Araffi, M., & Haryono, S. (2022). Peran religiusitas dalam memoderasi persepsi, preferensi dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 461–467.
- Aromasari, T. (1991). Hubungan Antara Sikap terhadap Tabungan Berhadiah dengan Minat Menabung Mahasiswa pada Bank di Beberapa Universitas di Yogyakarta. *Skripsi Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada*.
- Bawono, Anton. (2006). *Multivariety Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Cahyono, H., Amin, N. M. F., Tarjono, T., & Mardiansyah, A. (2021). Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), 80–87.
- Damayanti, Sisca. (2016). *Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan*

Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 17–34.

Dewi, F. P. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Kota Salatiga Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating* (Skripsi, IAIN SALATIGA).

Fauzi, R. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1), 37–46.

Febriana, L., & Qurniati, A. (2021). Pendidikan agama Islam berbasis religiusitas. *EL-TA'DIB (Journal of Islamic Education)*, 1(1).

Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Fijriah, Nuril. (2021). *Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Metro)* (Skripsi, IAIN Metro). <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/4433/>

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, 4(1).

Hendrawan, M. R. (2019). *Manajemen Pengetahuan: Konsep dan Praktik Berpengetahuan pada Organisasi Pembelajaran*. Universitas Brawijaya Press.

Hidayat, Hidayat. (2022). *Pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat, dan religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). <http://etheses.uin-malang.ac.id/35918/>

Hidayatulloh, S. F. (2021). *Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Santri Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah Di Pesantren Motivator Qur'an Ekselensia Indonesia* (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57558>

Inayah, Nurul. (2017). *Analisis keputusan nasabah menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT BPRS Puduarta Insani)*. Pascasarjana UIN Sumatera Utara.

Jogiyanto, H. M., & Abdillah, W. (2015). Partial least square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Andi*.

Kementerian Agama (2024). *Emis PD-Pontren*. (pp.1). Jakarta. Diperoleh tanggal 7 Februari 2024 dari <https://emispendis.kemenag.go.id/pdpontrenv2/Statistik/Pp>

Khamami, Muhamad. (2019). *Analisis pengaruh faktor demografi terhadap tingkat literasi keuangan santri pada lembaga keuangan syariah: Studi pada santri mahasiswa di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Kholid, Muhamad. (2018). Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah. *Jurnal Asy-Syari'ah*, 20(2), 147–148.

Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogtakarta : Deepublish.

Maghfiroh, Sayyidatul. (2018). Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswi Darush Shalihat. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.

Mubarak, Zaki. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2875–2881.

Munajim, A., Sukarnoto, T., Pratama, G., & Pratama, F. A. (2022). Pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin). *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 3(1), 14–21.

Nashori, F., Mucharam, R. D., & Ru'iyah, S. (2002). Mengembangkan kreativitas dalam perspektif psikologi Islami. Yogyakarta: Menara Kudus

Nurudin, N., Arifin, J., & Ma'ruf, A. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *EL MUDHORIB: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 1–19.

Otoritas Jasa Keuangan (2023). *Otoritas Jasa Keuangan (OJK)*. (pp.1). Jakarta. Diperoleh tanggal 21 Februari 2024 dari [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/OJK-Luncurkan-Buku-Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-\(LPKSI\)-2022.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/OJK-Luncurkan-Buku-Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-(LPKSI)-2022.aspx)

Ovika, S. K. W. G., Priambudi, T. W., & Martono, S. (2024). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung: Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(1), 275-294.

Panatagama, A. R., & Hasan, I. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi

keputusan menggunakan jasa bank syariah di PT. BSI Kota Batu. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 5397-5412.

Pranata, A. A. (2023). *Pengaruh pengetahuan dan lingkungan sosial terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah UIN Malang di Bank Syariah dengan religiusitas sebagai mediasi*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/59731>

Pratama, Koko. (2021). *Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Nahdlotut Tholibin Gondang Rejo Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).

Purwanto, Aris. (2016). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung DI Bank Syariah Boyolali*. IAIN SALATIGA.

Puspitaningsih, Flora. (2014). Pengaruh efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 223–235.

Rachmatulloh, D. P. (2020). *Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah: Studi pada generasi milenial di Indonesia* (Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). <http://etheses.uin-malang.ac.id/23415/>

Rachmawati, R. M., Wahyudi, H. D., & AP, A. H. (2016). Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli melalui persepsi risiko pada transaksi jual beli online melalui media sosial (studi pada mahasiswa Program Studi S1 Manajemen angkatan 2014). *Ekonomi Bisnis*, 21(2).

Rahmawati, Sulis. (2022). *Pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi: Studi kasus pada mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Malang 2020 dan 2021*. (Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). <http://etheses.uin-malang.ac.id/44732/>

Ramadhan, Rikky. (2019). *Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan Produk Tabungan Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah*. (Skripsi, IAIN Ponorogo). <http://etheses.iainponorogo.ac.id/8468/>

Ramly, A., & Fahlaudin, F. (2022). Analisis Literasi Keuangan pada Mahasiswa STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh. *Bertuah*, 3(1), 37-53.

Resya, N. F. S., & Diantoro, F. (2021). Sistem Pendidikan Nasional Di Pondok Pesantren. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan Islam*, 19(2), 209–230.

Retnawati, Heri. (2017, September). Teknik pengambilan sampel. In *Disampaikan*

pada workshop update penelitian kuantitatif, teknik sampling, analisis data, dan isu plagiarisme (pp. 1-7).

- Riska, Amanati. (2021). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Pendapatan Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Hidayah Karangsucu Purwokerto Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. Skripsi, IAIN Purwokerto. <https://eprints.uinsaizu.ac.id/11387/1/>
- Robbins, Stephen. (2007). *Perilaku Organisasi Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rokhani, S., & Nurkhin, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Business and Accounting Education Journal*, 2(2), 235–243.
- Rosita, M. L. D. (2022). *Pengaruh persepsi, religiusitas, dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah dengan variable lingkungan sosial sebagai mediasi*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://etheses.uin-malang.ac.id/39282/>
- Rosyid, M., & Saidiah, H. (2016). Pengetahuan perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri dan guru. *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 7(2).
- Rusby, Z., & Arif, M. (2022). *Manajemen Perbankan Syariah*. Riau : UIR PRESS.
- Sahlan, Asmaun. (2011). *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Pengembangan Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. UIN maliki press.
- Sari, Nurma. (2016). Manajemen Dana Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Syariah: Al-Maslahah*, 12(1), 45–61.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen (Revisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran usability website e-commerce Sambal Nyoss menggunakan metode Skala Likert. *Jurnal Compiler*, 7(1), 54-61.
- Supriyanto, A. S., & Ekowati, V. M. (2019). Riset manajemen SDM untuk skripsi, tesis, disertasi, dan dilengkapi dengan contoh artikel rurnal.
- Shambodo, Yoedo. (2020). Faktor yang mempengaruhi persepsi khalayak mahasiswa pendatang UGM terhadap siaran pawartos ngayogyakarta Jogja TV. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 98–110.
- Siswanto, S., Asnawi, N., & Safitri, R. (2020). Determinan perilaku berpindah bank syariah: peran gender dan pendidikan. *Jurnal Arkeologi Mesir/Egyptogy*,

Palarch , 17 (3), 34-49.

Siswanto, Siswanto. (2023). Religiosity and entrepreneurial motivation roles in the goal-specific relation: A case of Muslim students in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIABR-02-2022-0056/full/html>

Stephen, Robins. (2007). *Perilaku Organisasi Buku I*. Jakarta: Salemba Empat.

Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31–38.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta

Suharyat, Yayat. (2009). Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.

Suryani, Tatik. (2008). Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran. *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 118, 162.

Susyanti, J., & Abs, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi Di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(19).

Syahriyal, Syahriyal. (2018). Pengaruh persepsi nilai dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung serta dampaknya kepada keputusan menabung pada perbankan syariah di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam (Darussalam Journal of Economic Perspec*, 4(1), 139–156.

Utama, A. S. (2020). Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *UNES Law Review*, 2(3), 290–298.

Yarmunida, Miti. (2018). Dimensi Syariah Compliance Pada Operasional Bank Syariah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1).

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian



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

Jl. Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881
Website : fe.uin-malang.ac.id Email : fe@uin-malang.ac.id

Nomor : B-1542/F.Ek.1/PP.00.9/05/2024
Perihal : Izin Penelitian Skripsi

29 Mei 2024

Yth. Kepala Kantor Kementerian Agama Kota Malang

Jl. Raden Panji Suroso No.2, Polowijen, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65126
di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk melakukan penelitian lapangan pada lembaga atau perusahaan.

Oleh karena itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya berkenan untuk memberikan ijin penelitian di instansi atau perusahaan Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa kami :

Nama : Lailatus Syarifah HN

NIM : 200503110043

Program Studi : Perbankan Syariah

Semester : VIII (Delapan)

Contact Person : 087756522106

Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan terhadap Minat Menabung Mahasiswa Santri Kota Malang di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Siswanto, M.Si

Waktu Pelaksanaan : 29 Mei 2024 s.d 31 Mei 2024

Perlu kami sampaikan bahwa data-data yang diperlukan sebatas kajian keilmuan dan tidak dipublikasikan.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Siswanto

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Dekan Sebagai Laporan,
2. Kabag Tata Usaha,
3. Arsip.

Lampiran 2. Kuisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA SANTRI KOTA MALANG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

A. IDENTITAS RESPONDEN

- NAMA :
- JENIS KELAMIN : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
- USIA : ☐ <20 tahun ☐ 20-25 tahun
☐ 26-30 tahun
- UANG SAKU TIAP BULAN : ☐ <1000.000 ☐ 1000.000-2000.000
☐ >3000.000
- BERAPA LAMA MONDOK : ☐ <1 tahun ☐ 1-2 tahun ☐ 2-4 tahun ☐ >5 tahun
- NASABAH BANK SYARIAH : ☐ Ya ☐ Tidak

B. PETUNJUK PENGISIAN

Silahkan Saudara pilih jawaban yang menurut Saudara paling sesuai dengan kondisi yang Saudara alami dan rasakan dengan cara memberikan tanda (√) pada pilihan jawaban yang tersedia dimulai dari skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju) Masing-masing pilihan jawaban memiliki skor sebagai berikut :

- Sangat Tidak Setuju (STS) Skor 1
- Tidak Setuju (TS) Skor 2
- Netral (N) Skor 3
- Setuju (S) Skor 4
- Sangat Setuju (SS) Skor 5

C. PERNYATAAN

Persepsi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui bahwa bunga bank konvensional termasuk riba					

2.	Pengalokasian dana bank konvensional tidak memperhatikan aspek kehalalan atau keberkahan transaksi					
3.	Saya berminat menabung di Bank Syariah dikarenakan saya mengetahui larangan riba					
4.	Saya mengetahui landasan hukum Islam tentang Riba					
5.	Menurut saya riba merupakan suatu hal yang dilarang agama					
6.	Saya memahami bahwa bank syariah berpedoman pada prinsip syariah					
7.	Saya yakin bahwa produk bank syariah bebas riba					
8.	Saya yakin bahwa produk dan layanan yang ditawarkan bank syariah amanah					
9.	Bank syariah merupakan bank yang aman untuk menabung					
10.	Bank syariah merupakan bank yang menghindari riba (bunga)					
11.	Saya percaya pada kinerja Bank Syariah terbebas dari spekulasi (maysir)					
12.	Bank Syariah merupakan bank yang terbebas dari ketidakpastian (gharar)					
13.	Menurut saya bank syariah memiliki jasa (service) perbankan syariah sangat baik					
14.	Menurut saya bank syariah memberikan layanan yang lengkap					
15.	Menurut saya bank syariah memiliki karyawan yang ramah					
16.	Bank Syariah memiliki publisitas yang bagus, baik cetak maupun online					
17.	Saya sering mendapatkan informasi tentang bank syariah dari keluarga/teman					
18.	Saya sering melihat informasi di beberapa tempat mengenai bank syariah					

Pengetahuan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya pernah mendengar/mengetahui tentang bank Syariah					
2.	Saya mengetahui bahwa bank syariah menerapkan Pembiayaan berbasis syariah (murabahah, mudharabah, musyarakah)					
3.	Saya mengetahui bank syariah memiliki produk tabungan haji					
4.	Saya mengetahui bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil					
5.	Saya mengetahui bank syariah memiliki produk bebas biaya bulanan					
6.	Saya mengetahui bank syariah memiliki produk investasi yang sesuai dengan prinsip syariah					
7.	Saya mengetahui bank syariah transparan dalam mengelola dana sesuai prinsip syariah					
8.	Saya mengetahui bank syariah memudahkan layanan berbasis digital					
9.	Saya mengetahui bank syariah memiliki kemudahan akses dan proses transaksi					
10.	Saya mengetahui bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam					
11.	Saya mengetahui bank syariah menawarkan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah					
12.	Saya mengetahui bank syariah menekankan pada pembagian keuntungan (bagi hasil)					

Minat Menabung

No	Penyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik untuk menggunakan layanan transaksi perbankan syariah					
2.	Saya tertarik dengan fitur-fitur transaksi syariah yang ditawarkan					
3.	Bank syariah merupakan pilihan terbaik untuk menabung					
4.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena referensi positif tentang bank syariah dari teman/keluarga					
5.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena memiliki reputasi yang baik dalam menangani keuangan					
6.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena bank syariah merupakan bank yang transparan dan akuntabel					
7.	Saya lebih tertarik menabung di bank syariah daripada bank konvensional					
8.	Saya tertarik dengan bank syariah karena memiliki produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi					
9.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena bank syariah memiliki produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan					
10.	Saya tertarik untuk memahami prinsip bank syariah sebelum memutuskan untuk menabung					
11.	Saya tertarik untuk menawarkan/mengajak orang lain untuk menabung di bank syariah					
12.	Bank syariah merupakan pilihan terbaik untuk menabung					

Religiusitas (Z)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Sebagai umat islam saya yakin terhadap rukun iman					
2.	Saya meyakini bahwa pedoman umat islam adalah Al-Quran dan Hadist					
3.	Saya meyakini bahwa umat islam memiliki kewajiban menolong sesama					
4.	Saya melaksanakan kewajiban seperti sholat, puasa, serta zakat dan haji (bila berkemampuan)					
5.	Saya meyakini akan kewajiban sholat, puasa, serta zakat dan haji (bila berkemampuan)					
6.	Saya selalu berusaha untuk bersikap jujur dan amanah dalam kehidupan sehari-hari					
7.	Saya mengetahui semua tingkah laku akan dipertanggung jawabkan					
8.	Saya merasa tentram dan bahagia setelah melakukan ibadah					
9.	Saya merasa bahwa melaksanakan ibadah dapat meningkatkan kualitas hidup					
10.	Saya mengetahui hukum islam dan pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan					
11.	Saya memahami kaidah ekonomi islam tentang perbankan bahwa riba adalah haram					
12.	Saya mengetahui bahwa pengetahuan agama dapat membantu memahami nilai moral dan etika					
13.	Saya mematuhi norma islam dalam berekonomi (transaksi bisnis/perbankan) secara non riba					
14.	Saya memahami bahwa melanggar larangan riba adalah dosa					
15.	Saya memahami bahwa larangan agama tidak boleh dilakukan					

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	5	3	4	5	3	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4

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

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

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	3	3	5	3	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3
5	5	5	3	4	5	5	5	3	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4

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

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

Minat Menabung (Y)											
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3
5	5	3	4	3	5	4	5	5	5	5	4
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4
3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5

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

Religiusitas (Z)														
Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11	Z.12	Z.13	Z.14	Z.15
3	5	5	5	5	3	5	5	5	2	4	4	5	5	5
2	4	4	2	4	2	3	4	4	5	5	4	5	5	5
3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5

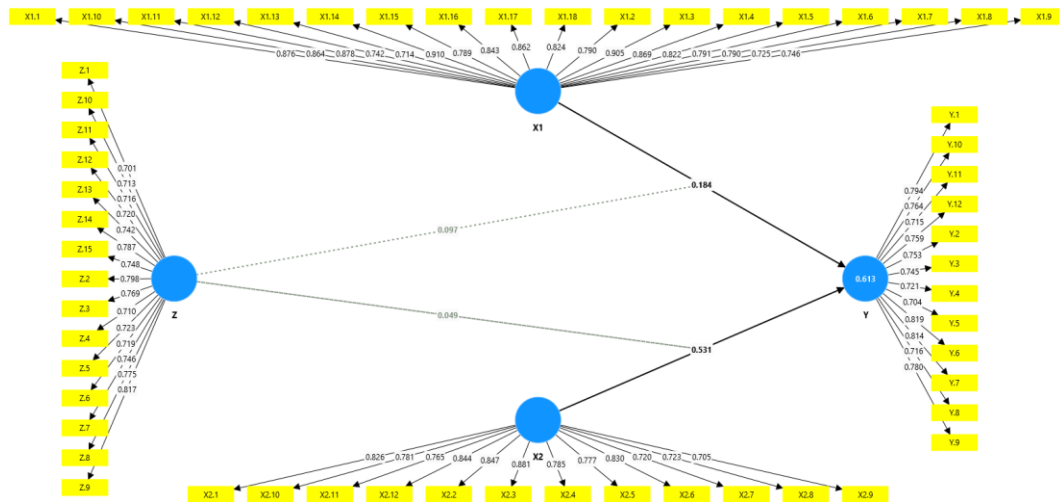
5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	5
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
4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

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

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

Lampiran 4. Hasil Output SEM-PLS

Hasil Algoritma Smart-PLS



Hasil Pengujian *Convergent Validity*

	X1	X2	Y	Z	Z x X2	Z x X1
X1.1	0,876					
X1.10	0,864					
X1.11	0,878					
X1.12	0,742					
X1.13	0,714					
X1.14	0,910					
X1.15	0,789					
X1.16	0,843					
X1.17	0,862					
X1.18	0,824					
X1.2	0,790					
X1.3	0,905					
X1.4	0,869					
X1.5	0,822					
X1.6	0,791					
X1.7	0,790					

X1.8	0,725					
X1.9	0,746					
X2.1		0,826				
X2.10		0,781				
X2.11		0,765				
X2.12		0,844				
X2.2		0,847				
X2.3		0,881				
X2.4		0,785				
X2.5		0,777				
X2.6		0,830				
X2.7		0,720				
X2.8		0,723				
X2.9		0,705				
Y.1			0,794			
Y.10			0,764			
Y.11			0,715			
Y.12			0,759			
Y.2			0,753			
Y.3			0,745			
Y.4			0,721			
Y.5			0,704			
Y.6			0,819			
Y.7			0,814			
Y.8			0,716			
Y.9			0,780			
Z.1				0,701		
Z.10				0,713		

Z.11				0,716		
Z.12				0,720		
Z.13				0,742		
Z.14				0,787		
Z.15				0,748		
Z.2				0,798		
Z.3				0,769		
Z.4				0,710		
Z.5				0,723		
Z.6				0,719		
Z.7				0,746		
Z.8				0,775		
Z.9				0,817		
Z x X1						1,000
Z x X2					1,000	

Hasil Pengujian *Average Variance Extracted* (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
X1	0,674
X2	0,628
Y	0,574
Z	0,557

Hasil Uji Cross Loading

	X1	X2	Y	Z	Z x X2	Z x X1
X1.1	0,876	0,215	0,386	0,320	-0,146	-0,029
X1.10	0,864	0,246	0,361	0,339	-0,123	-0,002
X1.11	0,878	0,249	0,427	0,270	-0,048	0,063
X1.12	0,742	0,285	0,394	0,376	-0,104	0,085
X1.13	0,714	0,377	0,328	0,397	-0,320	-0,119
X1.14	0,910	0,314	0,376	0,386	-0,281	-0,119
X1.15	0,789	0,348	0,378	0,423	-0,299	-0,108
X1.16	0,843	0,336	0,377	0,349	-0,256	-0,103
X1.17	0,862	0,328	0,397	0,395	-0,275	-0,126
X1.18	0,824	0,316	0,341	0,372	-0,267	-0,125
X1.2	0,790	0,173	0,342	0,184	-0,137	0,054
X1.3	0,905	0,228	0,389	0,324	-0,166	-0,030
X1.4	0,869	0,199	0,316	0,252	-0,198	0,004
X1.5	0,822	0,147	0,383	0,187	-0,038	0,111
X1.6	0,791	0,223	0,337	0,266	-0,041	-0,007
X1.7	0,790	0,187	0,345	0,216	-0,043	0,097
X1.8	0,725	0,212	0,305	0,177	-0,089	0,044
X1.9	0,746	0,203	0,300	0,240	-0,089	0,083
X2.1	0,230	0,826	0,561	0,435	-0,290	-0,210
X2.10	0,242	0,781	0,551	0,364	-0,091	-0,132
X2.11	0,200	0,765	0,496	0,521	-0,197	-0,252
X2.12	0,314	0,844	0,682	0,464	-0,124	-0,186
X2.2	0,231	0,847	0,558	0,503	-0,295	-0,231
X2.3	0,267	0,881	0,614	0,451	-0,273	-0,184
X2.4	0,106	0,785	0,480	0,427	-0,234	-0,187
X2.5	0,215	0,777	0,516	0,475	-0,258	-0,252

X2.6	0,259	0,830	0,559	0,442	-0,241	-0,182
X2.7	0,234	0,720	0,580	0,330	-0,135	-0,118
X2.8	0,340	0,723	0,560	0,389	-0,152	-0,103
X2.9	0,292	0,705	0,460	0,341	-0,156	-0,096
Y.1	0,390	0,672	0,794	0,463	-0,152	-0,010
Y.10	0,342	0,625	0,764	0,351	-0,110	-0,099
Y.11	0,284	0,460	0,715	0,516	-0,003	0,066
Y.12	0,356	0,510	0,759	0,472	-0,037	0,000
Y.2	0,375	0,543	0,753	0,335	-0,144	-0,091
Y.3	0,356	0,533	0,745	0,457	-0,092	0,051
Y.4	0,285	0,450	0,721	0,474	-0,057	-0,072
Y.5	0,241	0,410	0,704	0,473	-0,033	-0,013
Y.6	0,345	0,550	0,819	0,480	-0,153	-0,067
Y.7	0,339	0,504	0,814	0,504	-0,020	-0,119
Y.8	0,378	0,469	0,716	0,504	-0,082	-0,128
Y.9	0,306	0,604	0,780	0,454	-0,115	-0,006
Z.1	0,140	0,217	0,366	0,701	-0,036	-0,111
Z.10	0,244	0,383	0,418	0,713	-0,161	-0,203
Z.11	0,274	0,486	0,484	0,716	-0,100	-0,031
Z.12	0,235	0,311	0,436	0,720	-0,111	-0,170
Z.13	0,444	0,418	0,525	0,742	-0,105	-0,187
Z.14	0,343	0,440	0,495	0,787	-0,111	-0,271
Z.15	0,318	0,386	0,421	0,748	-0,094	-0,157
Z.2	0,213	0,443	0,459	0,798	-0,106	-0,165
Z.3	0,357	0,502	0,522	0,769	-0,260	-0,271
Z.4	0,248	0,288	0,332	0,710	-0,202	-0,156
Z.5	0,294	0,361	0,425	0,723	-0,189	-0,235
Z.6	0,192	0,272	0,362	0,719	-0,099	-0,177

Z.7	0,180	0,492	0,490	0,746	-0,165	-0,106
Z.8	0,334	0,471	0,492	0,775	-0,279	-0,279
Z.9	0,278	0,459	0,399	0,817	-0,228	-0,260
Z x X1	-0,016	-0,224	-0,053	-0,250	0,495	1,000
Z x X2	-0,198	-0,256	-0,113	-0,202	1,000	0,495

Hasil Uji HTMT

	X1	X2	Y	Z	Z x X2	Z x X1
X1						
X2	0,323					
Y	0,460	0,736				
Z	0,380	0,562	0,634			
Z x X2	0,201	0,265	0,114	0,206		
Z x X1	0,090	0,231	0,082	0,256	0,495	

Hasil Uji Cronbach Alpha dan Composite Reability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
X1	0,971	0,973	0,974
X2	0,946	0,949	0,953
Y	0,932	0,935	0,942
Z	0,943	0,946	0,950

Hasil Uji R-Square (R^2)

	R-square	R-square adjusted
Y	0,613	0,599

Hasil Uji f^2 Effect Size

	Y
X1	0,071
X2	0,491
Z x X2	0,007
Z x X1	0,022

Hasil Uji Q-Square

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Y	1776,000	1171,038	0,341

Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ($ O/STDEV $)	P values
X1 -> Y	0,184	0,191	0,067	2,763	0,006
X2 -> Y	0,531	0,530	0,079	6,699	0,000
Z x X2 -> Y	0,049	0,036	0,080	0,616	0,538
Z x X1 -> Y	0,097	0,079	0,079	1,219	0,223

Lampiran 5. Hasil Output PLS MGA

	Difference (Group_1 – Group_2)	1-tailed (Group_1 vs Group_2) p value	1-tailed (Group_1 vs Group_2) p values
X1 -> Y	0,059	0,367	0,733
X2 -> Y	-0,308	0,929	0,143
Z x X2 -> Y	0,032	0,420	0,839
Z x X1 -> Y	0,110	0,258	0,515

	Difference (Group_Tidak – Group_Ya)	1-tailed (Group_Tidak vs Group_Ya) p value	1-tailed (Group_Tidak vs Group_Ya) p values
X1 -> Y	0,131	0,182	0,363
X2 -> Y	-0,082	0,671	0,658
Z x X2 -> Y	-0,131	0,791	0,417
Z x X1 -> Y	-0,048	0,622	0,756

Lampiran 6. Jurnal Bimbingan Tugas Akhir

12/9/24, 1:38 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



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

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 200503110043
Nama : Lailatus Syarifah HN
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Siswanto, M.Si
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT
MENABUNG MAHASISWA SANTRI KOTA MALANG DI BANK SYARIAH
DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	21 Desember 2023	Bimbingan Pertama dengan Dosen Pembimbing, Judul telah di ACC kemudian melanjutkan Pengerjaan Bab 1	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	22 Februari 2024	Revisi Bab 1 dan Bimbingan Bab 2	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	13 Maret 2024	Bimbingan Bab 1 dan Bab 2 yang telah di Revisi	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	30 April 2024	Konsultasi Bab 1-3	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	2 Mei 2024	Konsultasi Item Pertanyaan pada Indikator Variabel	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	7 Mei 2024	Konsultasi Item Pertanyaan yang Sudah di Revisi dan Kuisisioner	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	27 Agustus 2024	Bimbingan Revisi Setelah Sidang Sempro + ACC untuk Melanjutkan Bab Selanjutnya	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	9 Oktober 2024	Bimbingan Bab 4 dan 5	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	12 November 2024	Bimbingan Keseluruhan Skripsi + Bab 4 dan 5 yang Telah di Revisi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 12 November 2024
Dosen Pembimbing

12/9/24, 1:38 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



Prof. Dr. Siswanto, M.Si

Lampiran 7. Surat Keterangan Bebas Plagiasi

12/16/24, 2:21 PM

Print Bebas Plagiarisme



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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kartika Ratnasari, M.Pd
NIP : 198304022023212026
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Lailatus Syarifah HN
NIM : 200503110043
Konsentrasi : Entrepreneur

Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT
MENABUNG MAHASISWA SANTRI KOTA MALANG DI BANK SYARIAH
DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

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

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
22%	24%	12%	9%

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

Malang, 16 Desember 2024

UP2M



Kartika Ratnasari, M.Pd

2022-2024 : Pondok Pesantren Tarbiyatul Qur'an Ulin Nuha

Aktivitas dan Pelatihan

- Pelatihan Software Statistik Smart PLS (2023)
- Pelatihan Pendamping Proses Produk Halal (PPH) (2023)
- Presenter di Internasional Conference of Islamic Economics & Bussiness (2024)
- Publikasi Jurnal Internasional Terindeks Copernicus (2024)