

**PENGARUH RELIGIUSITAS, INFORMASI DAN REPUTASI
BANK TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT
KLATEN PADA BANK SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**



Oleh:

ALFINA KISDAYANTI

NIM. 19.52.31.185

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENGARUH RELIGIUSITAS, INFORMASI DAN REPUTASI BANK
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT KLATEN
PADA BANK SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

ALFINA KISDAYANTI
NIM. 19.52.31.185

Surakarta, 25 Agustus 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I
NIP. 19780318 200912 2 001

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ALFINA KISDAYANTI
NIM : 195231185
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“PENGARUH RELIGIUSITAS, INFORMASI, DAN REPUTASI BANK TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT KLATEN PADA BANK SYARIAH”**.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti atau dilakukan sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 25 Agustus 2023



Alfina Kisdayanti

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ALFINA KISDAYANTI
NIM : 195231185
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul **“PENGARUH RELIGIUSITAS, INFORMASI, DAN REPUTASI BANK TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT KLATEN PADA BANK SYARIAH”**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data dari masyarakat Kota Klaten. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 25 Agustus 2023

A red circular stamp with a Garuda emblem in the center and the text 'UNIVERSITAS ISLAM SURABAYA' around the perimeter. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

Alfina Kisdayanti

Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Alfina Kisdayanti

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Alfina Kisdayanti NIM 195231185 yang berjudul:

**“PENGARUH RELIGIUSITAS, INFORMASI DAN REPUTASI
BANK TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT KLATEN
PADA BANK SYARIAH”.**

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami memohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 25 Agustus 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I
NIP. 19780318 200912 2 001

PENGESAHAN

**PENGARUH RELIGIUSITAS, INFORMASI, DAN REPUTASI BANK
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT KLATEN
PADA BANK SYARIAH**

Oleh:

ALFINA KISDAYANTI
NIM. 19.52.31.185

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
pada hari Jumat tanggal 08 September 2023 M / 22 Safar 1445 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

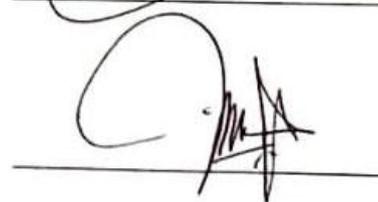
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si
NIP. 19720304 200112 1 004



Penguji II
Alvin Yahya, S.H., M.H.
NIK. 19821113 201701 11091



Penguji III
Meliana Widyaningsih, S.E.Sy., M.E.
NIP. 19920518 202012 2013



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Dapatkan pengetahuan sebelum kamu menjadi pemimpin dan kesombongan menghalangi kamu untuk belajar dan kamu hidup dalam ketidaktahuan”

(Umar Bin Khattab)

“Ketika kamu merasa gagal dalam mencapai impian, jangan menyerah dan jangan pernah berhenti untuk terus mencoba sampai akhirnya tidak ada lagi kekuatan untuk mencobanya”

PERSEMBAHAN

“Dengan mengucapkan Alhamdulillah

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk Bapak dan Ibu tercinta,

Yang selama ini telah memberikan doa, semangat, pengorbanan serta kasih

sayang yang tulus dan tiada ternilai besarnya”

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Informasi Dan Reputasi Bank Terhadap Intensi Menabung Masyarakat Klaten Pada Bank Syariah”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Mudofir, S.Ag.,M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dra. Hj. Ani Sofiyani, M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Masyarakat Kota Klaten yang sudah membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi data demi kelancaran penelitian.

8. Bapak dan Ibu tercinta terimakasih atas doa, cinta serta pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, dan selalu mendukung semua pilihan perjalanan yang telah penulis jalani selama hidup, semua usaha tidak akan pernah berhasil apabila tidak ada restu dan doa tulus mereka.
9. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

Amin.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Surakarta, 22 Agustus 2023



Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the level of religiosity, information and bank reputation on interest in saving at Islamic banks. The data used are primary data derived from questionnaires and secondary data derived from books, journals, magazines, home pages, and the internet. The population in this study were Klaten City people who had never used an Islamic bank.

The sampling technique used is non-probability sampling using purposive sampling method. The number of samples in this study were 100 respondents. This study uses quantitative research methods and the data analysis techniques used are multiple linear regression analysis and hypothesis testing (t) using SPSS version 22.

Based on the test results with the t test, it shows that religiosity has no significant effect on interest in saving in Islamic banks as evidenced by the significance value of $0.095 > 0.05$, information has a significant effect on interest in saving in Islamic banks as evidenced by the significance value of $0.000 < 0.05$, and bank reputation has a significant effect on interest in saving in Islamic banks as evidenced by the significance value of $0.013 < 0.05$.

Keywords: Religiosity, Information, Reputation

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Tingkat Religiusitas, Informasi Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah . Data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuisioner dan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, majalah, home page, dan internet. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Klaten yang belum pernah menggunakan bank syariah.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling menggunakan metode purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teknis analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis (t) dengan menggunakan SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil pengujian dengan uji t menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah terbukti dari nilai signifikasinya $0,095 > 0,05$, informasi berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah terbukti dari nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$, dan reputasi bank berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah terbukti dari nilai signifikasinya $0,013 < 0,05$.

Kata kunci : Religiusitas, Informasi, Reputasi

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Penelitian	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Minat.....	11
2.1.2 Menabung	16
2.1.3 <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB).....	19
2.1.4 Religiusitas	22

2.1.5 Informasi.....	26
2.1.6 Reputasi Bank.....	28
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	31
2.3 Kerangka Berfikir.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
3.2.1 Tempat Penelitian.....	39
3.2.2 Waktu Penelitian.....	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.5 Data Sumber Data.....	42
3.5.1 Data Primer.....	42
3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6.1 Kuesioner.....	42
3.6.2 Kepustakaan.....	43
3.7 Variabel Penelitian.....	43
3.7.1 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	43
3.7.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	43
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.9 Teknik Analisis Data.....	45

3.9.1 Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas	45
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	46
1. Uji Normalitas	46
2. Uji Heteroskedastisitas	46
3. Uji Multikolinearitas.....	46
3.9.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	47
3.9.4 Uji Ketetapan Model.....	47
1. Koefisien Determinan (R ²).....	47
2. Uji F.....	48
3.9.5 Uji-t (Uji Hipotesis).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum	49
4.1.1 Gambar Umum Penelitian	49
4.2 Hasil Analisis Data.....	52
4.2.1 Hasil Uji Instrumen.....	52
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	54
1. Uji Normalitas	54
2. Uji Multikolonieritas	55
3. Uji Heteroskedastisitas	56
4.2.3 Hasil Uji Ketetapan Model	57
1. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	57
2. Uji Statistik F.....	57
4.2.4 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	58

4.2.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	60
4.3 Pembahasan	62
1. Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah	62
2. Pengaruh informasi terhadap minat menabung di Bank Syariah.....	64
3. Pengaruh reputasi bank terhadap minat menabung di Bank Syariah	67
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.8 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²)	57
Tabel 4.10 Uji Statistik F	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah	2
Gambar 1.2 Indeks Literasi Keuangan Indonesia Tahun 2016-2019.....	3
Gambar 2.1 Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>Theory Of Planned Behavior</i>	20
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuesioner	80
Lampiran 3 : Output Olah Data SPSS.....	90
Lampiran 4 : Tabel r.....	95
Lampiran 5 : Titik Presentase Distribusi t	100
Lampiran 6 : Bukti Penyebaran Kuesioner	105
Lampiran 7 : Jadwal Penelitian	108
Lampiran 8 : Hasil Cek Plagiasi.....	108
Lampiran 9 : Riwayat Hidup.....	109

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan industri keuangan syariah telah membuat Asia Tenggara adalah bagian penting dari keuangan Islam global, dengan Negara-negara Asia Tenggara (ASEAN) memiliki variasi yang berbeda untuk mengembangkannya. Malaysia dan Indonesia adalah dua negara pertama dari ASEAN tanpa henti mendirikan bank Islam, diikuti oleh Brunei Darussalam. Selain itu, Singapura, negara dengan minoritas Muslim, Filipina dan Thailand juga berambisi untuk mengembangkan industri ini. Persaingan di industri semakin sengit dan jasa keuangan memiliki dampak negatif terhadap kinerja bank syariah (Iqbal et al., 2022).

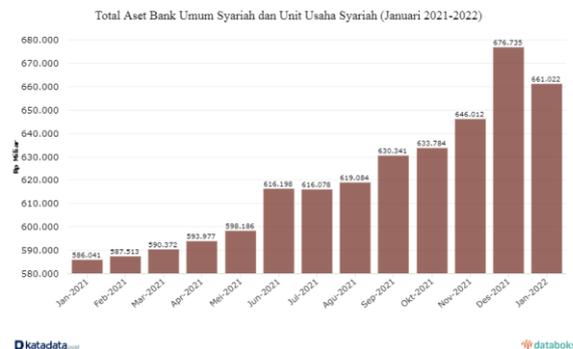
Faktor penghambat pertumbuhan perbankan syariah dapat ditelusuri dari beberapa permasalahan yang saling berkaitan seperti modal yang terbatas, biaya modal yang tinggi, dan kondisi likuiditas. Oleh karena itu, diperlukan terobosan strategis dalam pengembangan perbankan syariah untuk mendorong pengembangan bisnis, layanan perbankan syariah untuk mendorong perekonomian masyarakat. Selain itu, Indonesia memiliki penduduk muslim terbesar di dunia dan pemahaman perbankan syariah yang semakin berkembang (Brier & lia dwi jayanti, 2020).

Tentu saja, metode (produk keuangan) yang digunakan dalam situasi tertentu untuk bertransaksi dengan nasabah merupakan kebijaksanaan bankir syariah. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan memulai penilaian kepatuhan syariah pada bank syariah. Oleh karena itu, pengembangan sistem peringkat yang sesuai

dengan syariah akan sangat membantu klien dan investor muslim dalam mengidentifikasi lebih banyak organisasi yang sesuai dengan syariah (Hanif, 2018).

Perbankan Islam adalah cara untuk melakukan keuangan atau perbankan yang didasarkan pada iman islam tanpa melakukan investasi berisiko. Bank syariah diatur dengan undang-undang yang sudah ada, seperti UU No. 7 Tahun 1992, yang menyatakan bahwa bank tidak memberikan pinjaman yang melibatkan bunga (Lestari, 2019). Pesatnya bank syariah dibuktikan dengan kenaikan aset bank umum syariah dan unit usaha syariah pada tahun 2021-2022. Kenaikan aset tersebut dapat digambarkan pada grafik dibawah ini.

Gambar 1.1 Total Aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah
(Januari 2021-2022)



Sumber: databoks.katadata.co.id

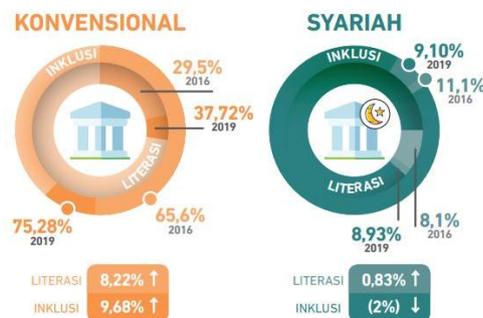
Seperti dapat dilihat pada Gambar 1.1, aset bank umum dan badan usaha syariah dari Januari 2021 hingga Januari 2022 meningkat 12,8% dari tahun ke tahun. Peningkatan aset ini menunjukkan adanya respon positif dari masyarakat dalam menggunakan jasa keuangan oleh bank syariah dan bertransaksi sesuai dengan syariat Islam. Meskipun aset bank syariah mengalami peningkatan, namun pada

kenyataannya pangsa pasar bank tradisional lebih besar dibandingkan dengan bank syariah.

Bank syariah semakin berkembang serta sudah tersebar di Indonesia, namun literasi keuangan syariah di Indonesia masih rendah literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan menunjukkan perilaku keuangan yang sehat untuk mengidentifikasi kebutuhan prioritas (Herawati, 2017). Tingkat literasi keuangan masyarakat yang rendah menyebabkan terbatasnya akses keuangan dan dapat menghambat pertumbuhan ekonomi.

Sebaliknya, jika tingkat literasi keuangan tinggi akan berdampak pada peningkatan grafik pertumbuhan keuangan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut dikatakan dan didasari oleh kesadaran masyarakat untuk menabung dan berinvestasi di bank syariah (Thohari & Hakim, 2021). Hal ini dibuktikan dengan gambar indeks literasi keuangan di Indonesia pada tahun 2016-2019 di bawah ini.

Gambar 1.2 Indeks Literasi Keuangan Indonesia Tahun 2016-2019



Sumber: bisnisindonesia.id

Seperti yang terlihat pada Gambar 1.2, Indeks Kecakapan Keuangan Syariah sebesar 8,93%. Meskipun mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, tingkat literasi keuangan di kalangan umat Islam masih tergolong rendah dibandingkan dengan literasi keuangan konvensional. Pemangku kepentingan memiliki peran penting dalam mempromosikan pemahaman yang lebih baik tentang layanan lembaga keuangan Islam. Pendidikan keuangan yang tepat dianggap memiliki potensi untuk meningkatkan literasi keuangan umat Islam dan dianggap sebagai metode yang paling efektif untuk meningkatkan literasi keuangan umat Islam di kalangan masyarakat umum.

Edukasi yang dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah adalah pendidikan dasar dan pengembangan lembaga keuangan syariah dan direncanakan inisiatif untuk mengimplementasikan program-program tersebut dalam bentuk aksi dengan melibatkan masyarakat khususnya pemangku kepentingan dan regulator keuangan (Otoritas Jasa Keuangan) (Asyhad & Handono, 2017).

Minat adalah keinginan atau preferensi seseorang dalam menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan kepuasan yang dirasakannya dengan kepuasan pelayanan (Sulistiyandari & Ramadhan, 2021). Intensi atau preferensi seseorang didasarkan pada faktor internal atau eksternal yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan suatu perilaku (Swastawan & Dewi, 2021). Menabung adalah kegiatan seseorang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masa depannya. Agar perencanaan menabung dapat berjalan dengan baik maka menabung memerlukan niat dan kemauan dari orang yang akan menabung agar sesuai dengan apa yang

diharapkan (Fatmawati, 2015). Minat seseorang untuk menabung di bank syariah tergantung pada banyak faktor, termasuk religiusitas, informasi, dan reputasi bank.

Religiusitas merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan masyarakat. Faktor agama bersumber dari keimanan seseorang kepada Allah SWT yang dapat mempengaruhi perilaku melakukan sesuatu menurut hukum Islam (Defiansih, 2021). Religiusitas adalah derajat komitmen dan konsepsi seseorang terhadap agamanya dan pemahaman seseorang terhadap aturan-aturan yang ditetapkan atau dilarang oleh agama untuk menjalankan aktivitas sehari-hari (Trihudiyatmanto & Putranto, 2019).

Menurut penelitian sebelumnya oleh Muhammad Zuhirsyan Nurlinda (2021) hasilnya menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Berbeda dengan penelitian Erol, Kaynak dan El-Bdour (1990) mengungkapkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan agama dalam menentukan kriteria pemilihan bank, karena menurutnya faktor penting nasabah dalam memilih bank yaitu dilihat dari layanan yang efisien, citra bank, dan kerahasiaan nasabah (Iskamto, 2017).

Perkembangan dan perubahan teknologi informasi terjadi begitu cepat dan berdampak cepat pada perilaku manusia. Informasi yang masuk dapat dengan mudah diperoleh dari berbagai sumber dan diserap oleh masyarakat bahkan di pelosok desa sekalipun. Dengan menggunakan teknologi informasi ini, khalayak dapat mengidentifikasi produk yang tepat dan membandingkannya dengan produk sejenis berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka (Zainul & Zakia, 2020).

Informasi mengenai bank syariah cenderung lebih terbatas dibandingkan dengan bank konvensional, promosi bank syariah cenderung marak di perkotaan, begitu pula di perkotaan, di pedesaan mungkin masih sedikit informasi mengenai bank syariah. Selain itu, bank syariah juga jarang berlokasi di kota kecil atau pedesaan sehingga sulit untuk masuk ke bank syariah. Kredibilitas bank adalah sejauh mana perhatian masyarakat terhadap bank tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi popularitas suatu bank antara lain tingkat pelayanan perbankan, produk perbankan, kepatuhan terhadap peraturan, dan lain sebagainya.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur Hapidah (2016), hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang baik dan signifikan pada faktor personal, faktor sosial dan elemen fakta terhadap niat menabung pada PT bank syariah. Bank Mandiri Syariah. Sementara itu, sesuai penelitian sebelumnya melalui Shanti Hermina Rangkuti (2009), hasilnya tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fajar Mujadid dkk (2019), hasilnya menunjukkan bahwa reputasi mempunyai pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, menurut Syaima (Syaima: 2017: 117), dalam penelitiannya menyatakan bahwa reputasi bank tidak berpengaruh luas terhadap pilihan nasabah untuk menabung di bank syariah (Mujaddid & Nugroho, 2019).

Berdasarkan uraian unsur-unsur yang disajikan dan akibat dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dimana terdapat perbedaan hasil dan perlu dilakukan pengujian ulang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian serupa terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah dengan objek serta variabel

yang berbeda, khususnya masyarakat yang berada di Kabupaten Klaten, karena seiring dengan berkembangnya bank syariah, namun minat masyarakat yang berada di Kabupaten Klaten terhadap perbankan syariah masih rendah, hal ini dibuktikan dengan banyaknya rekening bank syariah yang di Klaten sebanyak 22.118 pada tahun 2021 (bps.go.id) dan untuk mengetahui apakah tingkat religiusitas, informasi dan reputasi bank menjadi motif atau minat nasabah dalam memilih menggunakan lembaga keuangan syariah dalam melakukan transaksi..

Menurut data BPS Jateng, jumlah penduduk muslim di Klaten sebanyak 1.234.511 jiwa (jateng.bps.go.id). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu religiusitas, informasi dan reputasi bank. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Religiusitas, Informasi Dan Reputasi Bank Terhadap Intensi Menabung Masyarakat Klaten Pada Bank Syariah”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang muncul. Adapun permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pesatnya perkembangan bank syariah di Indonesia dan didukungnya dengan Indonesia merupakan penduduk muslim terbesar, namun literasi keuangan syariah masih rendah (Herawati, 2017).
2. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah serta kurangnya sosialisasi dan promosi bank syariah sehingga minimnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah (Lubis, 2019).

3. Peningkatan aset bank syariah menunjukkan adanya respon positif dari masyarakat. Meskipun aset bank syariah mengalami peningkatan, namun pangsa pasar bank konvensional lebih besar dibandingkan dengan bank syariah (databoks.katadata.co.id).
4. Masih jarang ditemukannya bank syariah di kota-kota kecil atau pedesaan sehingga sulit untuk mengakses (Hapidah, 2017).

1.3 Batasan Penelitian

Fokus penelitian ini menitikberatkan pada intensi masyarakat untuk menabung di bank syariah yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Dengan banyaknya faktor yang memengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, maka peneliti hanya mengambil tiga faktor, yaitu religiusitas, informasi dan reputasi bank.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas masyarakat dapat memengaruhi minat seseorang untuk menabung di bank syariah?
2. Apakah informasi dapat memengaruhi minat seseorang untuk menabung di bank syariah?
3. Apakah reputasi bank dapat memengaruhi minat seseorang untuk menabung di bank syariah?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.
2. Pengaruh informasi terhadap minat menabung di bank syariah.
3. Pengaruh reputasi bank terhadap minat menabung di bank syariah.

1.6 Manfaat Penelitian

Dibuatnya penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang Pengaruh Religiusitas, Informasi Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Masyarakat Klaten Pada Bank Syariah.
2. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan wawasan yang diperoleh peneliti saat kuliah.
3. Diharapkan dapat bermanfaat bagi industri perbankan syariah di Indonesia.
4. Dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk penelitian yang serupa.

1.7 Sistematika Penulisan Penelitian

Peneliti mensistematisasikan penelitian dalam lima bab untuk mendapatkan gambaran keseluruhan yang jelas, yaitu. sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini membahas tentang latar belakang masalah penelitian, religiusitas, pengetahuan dan pengaruh reputasi bank terhadap minat menabung masyarakat Klaten pada bank syariah, identifikasi masalah, definisi, rumusan masalah, tujuan penelitian, keunggulan penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORITIS, bab ini memuat tinjauan pustaka yang mendukung penelitian yaitu teori tentang pengaruh religiusitas, informasi dan reputasi bank terhadap minat menabung pada bank syariah di masyarakat Klaten, sebagai tolak ukur dalam analisis masalah, penelitian dan penelitian ter'dahulu. bingkai pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini berisi penjelasan tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian yang digunakan, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan disini. belajar

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini menguraikan tentang gambaran umum penelitian, uraian hasil analisis penelitian beserta teori-teori yang digunakan yaitu pengaruh religiusitas, pengetahuan dan reputasi bank terhadap niat menabung di Klaten. masyarakat dalam perbankan syariah.

BAB V KESIMPULAN, bab terakhir ini merupakan rangkaian penelitian yang memuat kesimpulan dan keterbatasan serta saran yang diberikan oleh peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Minat

1. Pengertian Minat

Minat merupakan ketertarikan pada suatu objek atau kegiatan dan cenderung berkecimpung dalam kegiatan tersebut (Andika & Syahputra, 2021). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), niat atau preferensi adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Menurut Slamet (2010), minat adalah kesukaan seseorang terhadap sesuatu tanpa diminta (Krisdayanti, 2020). Minat menurut Damayanti (2017:19), minat adalah kecenderungan seseorang untuk memperhatikan aktivitas. Seseorang yang mempunyai minat akan selalu sadar akan aktivitas tertentu dan merasa puas (Y. Putri et al., 2019).

Minat bisa menjadi tanda kekuatan orang-orang di bidang yang sama, maka mereka akan termotivasi untuk mempelajarinya dan menunjukkan kinerja yang tinggi. Keterampilan yang dibutuhkan akan sulit untuk dikembangkan dengan baik jika tidak membuat mereka tertarik pada bidang yang akan ditekuni. Ketertarikan pada aturan orang dewasa penting dalam pengembangan pribadi dan perilaku (Indri & Maulana, 2012). Minat digambarkan sebagai sesuatu dalam dirinya sendiri seseorang dengan harapan, perasaan, nilai-nilai yang bercampur dan hadir dalam satu wadah yang memberikan arah yang jelas kepada orang tersebut, atas suatu keputusan atau pilihan (Kabib et al., 2021).

2. Jenis-Jenis Minat

Menurut Krapp dkk pada tahun 1996, minat dibagi menjadi tiga, yaitu:

a. Minat Pribadi

Minat pribadi merupakan kestabilan karakteristik atau kepribadian yang melekat pada diri seseorang. Minat pribadi dapat mengarahkan seseorang secara langsung pada suatu pekerjaan atau kegiatan tertentu. *Self interest* terlihat ketika seseorang memilih suatu kegiatan atau topik karena alasan tertentu, cenderung tertarik pada topik atau kegiatan tersebut, menimbulkan kesenangan pribadi, dan topik atau kegiatan tersebut mempunyai arti penting bagi orang tersebut.

b. Minat Situasi

Minat situasi merupakan preferensi yang sangat dipicu oleh kondisi lingkungan. Apabila lingkungan tersebut mendukung adanya suatu kegiatan tertentu maka akan menjadi dorongan bagi seseorang untuk memiliki minat untuk melakukan kegiatan tersebut juga.

c. Minat Dalam Ciri Psikologi

Hubungan antara komunikasi pribadi dan karakteristik kesejahteraan lingkungan. Renninger menjelaskan bahwa ketertarikan terhadap definisi ini bukan hanya karena orang memilih suatu pekerjaan atau mata pelajaran, namun juga karena pekerjaan atau mata pelajaran tersebut bernilai tinggi dan ia mengetahui lebih banyak tentang subjek atau pekerjaan tersebut.

3. Aspek-Aspek Minat

Terdapat tiga aspek minat, yaitu:

a. Aspek Kognitif

Aspek kognitif merupakan aspek yang bergantung atas pengalaman pribadi seseorang dan apa yang pernah dipelajari baik di rumah, sekolah dan masyarakat serta berbagai jenis media.

b. Aspek Afektif

Aspek afektif adalah gagasan yang membangun aspek kognitif, minat diekspresikan dalam perilaku terhadap aktivitas terinspirasi. Berkembang dari pengalaman pribadi tentang kepribadian seseorang penting, yaitu orang tua, guru dan teman sebaya tentang kegiatan terkait dan minat serta sikap yang diungkapkan atau terlibat di dalamnya berbagai jenis media tentang layanan ini

c. Aspek Psikomotor

Aspek psikomotor merupakan aspek minat yang berjalan dengan lancar, tanpa pikir panjang lagi, prosesnya sudah benar. Namun, kemajuan masih mungkin terjadi seiring dengan perubahan dan peningkatan kualitas meskipun segala sesuatunya berjalan lambat.

4. Model Minat

Terdapat enam kategori dalam model minat, yaitu:

a. *Realistic*

Dilihat dari kepribadiannya, kaum Realis senang menggunakan peralatan dan mesin untuk menyelesaikan pekerjaan dan hobinya. Biasanya mereka mengembangkan keterampilannya di bidang teknis seperti teknik pertanian, teknik mesin, teknik sipil, dll. Tipe ini bekerja dengan cara yang lebih realistis dan mengutamakan kekuatan fisik dan mekanik dibandingkan deskripsi ilmiah

atau teoritis yang abstrak. Tipe ini lebih tertarik pada uang, kekuasaan, dan status dibandingkan hubungan dengan orang lain.

Pekerjaan ini lebih mungkin untuk laki-laki dibandingkan untuk perempuan. Namun tipe ini bisa terjadi pada wanita, apalagi jika memiliki ayah dan saudara laki-laki yang merupakan tipe praktis. Tipe realistis pada wanita sering ditemukan pada desain bunga, sulaman, arsitektur, dan lain-lain.

b. *Investigatif*

Dari segi kepribadian, orang dengan tipe investigatif merupakan tipe investigatif, senang memecahkan masalah seperti puzzle, dan juga puas dengan tantangan yang membutuhkan kemampuan intelektualnya.

c. *Artistic*

Seorang artistik lebih menyukai hal-hal yang dapat diungkapkan secara kreatif secara bebas dan tidak sistematis dalam musik, seni, dan tulisan. Terkadang seseorang membutuhkan alat untuk mengekspresikan karya seninya, seperti piano atau biola. Mereka ingin mengembangkan kemampuannya dalam bahasa, seni, musik dan menulis. Keunikan dan kreativitas menjadi kata kunci jenis ini. Tipe ini tidak menyukai penulisan teknis tetapi lebih suka menulis novel atau puisi.

d. *Social*

Lingkungan tipe sosial mendorong masyarakat untuk lebih fleksibel dan lebih memahami satu sama lain. Seseorang dapat bekerja untuk membantu masalah orang lain, masalah karir, pengajaran, motivasi dalam hal spiritual dan tanggung jawab sosial. Lingkungan bertipe sosial seringkali berisi orang-orang

yang idealis, baik hati, ramah, dan murah hati. Mereka sering bekerja di bidang pendidikan, pelayanan sosial, dan profesi kesehatan mental seperti bekerja di sekolah, guru pendidikan khusus, konselor pernikahan, psikolog konseling, ahli terapi wicara, psikiater.

e. *Enterprising*

Lingkungan enterprising adalah tempat orang dapat mengatur dirinya sendiri dan mengajak orang lain untuk mengelola tujuan organisasi atau pribadi. Dalam hal ini yang terpenting adalah mengenai keuangan, perekonomian dan bagaimana menoleransi risiko untuk mengembangkan kegiatan yang lebih maju.

f. *Conventional*

Orang-orang dengan tipe konvensional merasa puas dengan keteraturan dan ketaatan pada aturan. Biasanya mereka suka bekerja di kantor untuk mendapatkan gaji dan hanya mengikuti aturan kerja yang perlu dilakukan atau bersifat prosedural. Kegiatan yang dilakukan lebih banyak berkaitan dengan soal-soal verbal dan aritmatika yang sistematis. Hubungan dengan orang lain seringkali berhubungan langsung dengan tugas dan pemecahan masalah organisasi.

5. Indikator Minat

Menurut (Fatmawati, 2015), terdapat tiga indikator minat yaitu:

1. Preferensi

Preferensi merupakan kegiatan yang didahulukan, diutamakan atau diprioritaskan daripada kegiatan yang lain (kbbi.web.id).

2. Kemauan

Keinginan seseorang terhadap sesuatu tanpa paksaan dari orang lain (kbbi.web.id).

3. Mencari informasi

Mencari pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu sebelum memutuskan melakukan perilaku tertentu (kbbi.web.id).

2.1.2 Menabung

1. Pengertian Menabung

Menabung merupakan pelajaran efektif dalam berhemat dan membuat perencanaan, sedangkan menabung berarti menabung sebagian dari tabungan dalam jangka waktu tertentu. Menabung merupakan kegiatan yang tidak boleh dilupakan, kegiatan ini sangatlah penting. Menabung sebaiknya menjadi kebiasaan sejak dini. Menabung merupakan kegiatan yang sangat positif. Dengan menabung kita bisa menjadi individu yang lebih hemat dan tentunya kita juga belajar mengelola keuangan (Murtani, 2019).

Tujuan menabung untuk membiasakan hidup hemat. Hidup hemat berarti tidak menyia-nyiaikan. Pengeluaran disesuaikan dengan kebutuhan dan memenuhi kebutuhan penting di masa depan. Selain itu, mengajarkan menabung sejak dini juga membawa manfaat yaitu anak terbiasa mengelola uang pribadi, membuat rencana keuangan, menghargai uang, belajar disiplin dan menumbuhkan rasa percaya diri. Bank merupakan tempat yang aman untuk menyimpan tabungan (Murtani, 2019).

Dalam Islam juga mengajarkan berhemat, hal ini dapat tergambar dari kisah Nabi Yusuf a.s yang tercantum dalam QS Yusuf ayat 47-48 yang artinya: *Dia (Yusuf) berkata, “Agar kamu bercocok tanam tujuh tahun (berturut-turut) sebagaimana biasa; kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan di tangkainya kecuali sedikit untuk kamu makan (47). Kemudian setelah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan (48).*

2. Manfaat Menabung

Menabung mempunyai banyak manfaat antara lain :

- a. Membantu kita menghindari pemborosan
- b. Uang yang dihemat dapat digunakan untuk hal-hal yang tidak terduga
- c. Mencegah kita terlilit hutang
- d. Mengajari kita untuk lebih bijak dalam menggunakan uang.
- e. Persiapan hari tua
- f. Perencanaan pendidikan anak yang lebih baik
- g. Bisa dijadikan modal usaha masa depan

3. Kendala Menabung

Ada beberapa kendala masyarakat Indonesia yang kurang suka menabung, antara lain :

1. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap bahayanya tidak menabung. Survei yang dilakukan oleh Citigroup Survey (2009) menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia biasanya tidak menabung. Rendahnya

tabungan mereka disebabkan karena mereka tidak serakah dan tidak disiplin menabung pendapatannya untuk ditabung. Artinya, kampanye thrift store tidak hanya mempromosikan dan menampilkan produk hemat, namun juga mempromosikan manfaat menabung untuk masa depan atau bahaya jika tidak menabung. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang bahayanya tidak menabung. Survei yang dilakukan oleh Citigroup Survey (2009) menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia pada umumnya tidak berhemat. Rendahnya tabungan mereka disebabkan karena mereka kurang rajin dan kurang disiplin dalam menyisihkan pendapatannya untuk ditabung. Artinya, kampanye gerakan menabung tidak hanya sekedar mengadvokasi dan mengenalkan produk-produk tabungan, namun juga mempromosikan manfaat menabung untuk masa depan, atau sebaliknya, bahaya tidak menabung.

2. Pendapatan Kecil

Sederhananya, tabungan adalah pendapatan dikurangi pengeluaran. Jadi jika penghasilan seseorang cukup untuk menutupi pengeluaran, dan tidak punya penghasilan tambahan untuk ditabung.

3. Orang Indonesia yang benar-benar tahu cara menabung adalah orang yang hemat. Dalam ilmu ekonomi makro, terdapat suatu angka atau koefisien yang disebut utilitas konsumsi marjinal (MPC). Angka atau koefisien ini menunjukkan seberapa besar peningkatan pengeluaran konsumsi masyarakat disebabkan oleh peningkatan pendapatan masyarakat. Semakin tinggi angkanya, semakin besar basis konsumennya.

4. Kebudayaan masyarakat Indonesia terbelakang dan bermental destruktif. Menurut Koentjaraningrat, sudah menjadi ciri masyarakat negara berkembang termasuk Indonesia berorientasi pada masa lalu, bukan masa depan. Mencintai menabung sebenarnya adalah bertindak menuju masa depan.

2.1.3 Theory Of Planned Behavior (TPB)

1. Pengertian Theory Of Planned Behavior (TPB)

TPB merupakan teori yang dapat menjelaskan minat seseorang dan teori ini dikembangkan oleh Icak Ajzen. TPB dikenal juga dengan theory of Reasoned Action yang merupakan pengembangan lebih lanjut dari TRA (Theory Of Reasoned Action). Menurut Sanjaya (2017), TPB merupakan teori yang fokus utamanya adalah minat individu dalam melakukan suatu perilaku tertentu. (Isnaeni Pamilih, 2020).

Teori ini didasarkan pada perspektif keyakinan yang dapat mempengaruhi seseorang dengan cara yang lebih spesifik. TPB ini merupakan penyempurnaan dari teori tindakan beralasan, dimana teori tersebut mempunyai bukti ilmiah bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu disebabkan oleh dua faktor atau dua sebab yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku tersebut, yang setelah beberapa tahun, Ajzen (1998) menambahkan satu alasannya, yaitu persepsi kontrol perilaku individu, dan kehadiran faktor-faktor tersebut mengubah teori tindakan rasional menjadi teori perilaku terencana. (Seni & Ratnadi, 2017).

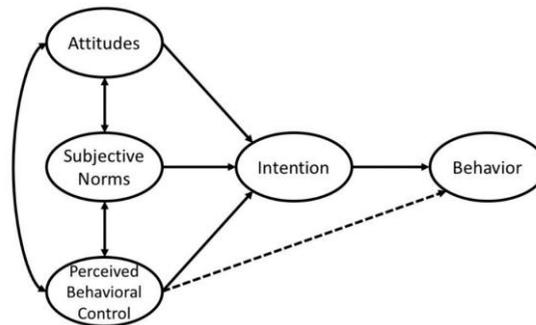
Minat adalah seberapa banyak upaya yang dilakukan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu. (D. V. A. Putri, 2019). TPB didasarkan pada perilaku manusia sebagai makhluk rasional yang menggunakan fakta secara sistematis

sebelum mengidentifikasi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Mahyarni, 2013).

2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Theory Of Planned Behavior*

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi teori ini yang dikembangkan oleh Ajzen (2005), dan digambarkan dalam model gambar sebagai berikut:

Gambar 2.1
Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Theory Of Planned Behavior*



Sumber: Ajzen (2005)

a. Sikap (*Attitudes*)

Sikap adalah keyakinan seseorang baik maupun buruk, tentang menunjukkan perilaku tertentu. Jika nilainya tinggi, maka seseorang bermaksud untuk mengekspos atau menunjukkan suatu perilaku tertentu. Keyakinan perilaku adalah keyakinan yang dapat diterima oleh seseorang mengenai hasil dari sikap dan perilaku seseorang. Setiap pengertian perilaku berkaitan dengan tingkah laku seseorang menuju hasil positif atau sifat-sifat lain yang meliputi pengorbanan atau harga yang dikeluarkan untuk melakukan suatu tingkah laku. Keyakinan tersebut

dapat menguatkan sikap perilaku terutama didasarkan pada penilaian yang diperoleh seseorang, dimana perilaku tersebut dapat memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri maupun bagi pelakunya.(Mahyarni, 2013).

b. Norma Subyektif (*Subyektif Norm*)

Norma subjektif juga dipahami sebagai ciri keyakinan yang secara khusus menunjukkan bahwa seseorang setuju atau tidak setuju dengan perilaku tersebut. Seseorang dapat mempunyai tujuan untuk melakukan sesuatu apabila ia mengenali manusia disekitarnya yang melakukan perilaku tersebut. Apabila seseorang menganggap bahwa manusia disekelilingnyalah yang membimbingnya dalam melakukan suatu tingkah laku yang harus dipatuhi, maka tingkah laku tersebut menjadi ketegangan sosial dan sangat perlu baginya untuk melakukan tingkah laku tersebut. Sebaliknya jika manusia disekelilingnya tidak lagi membantunya dalam melakukan suatu hal, maka perilaku tersebut akan berdampak pada individu tersebut untuk tidak lagi melakukannya.

c. Kontrol Perilaku yang Dirasakan / *Perceived Behavioral Control (PCB)*

PCB ini mengacu pada derajat seseorang dimana individu tersebut merasa bahwa perilaku tersebut dilakukan atau tidak berada dalam kendalinya. Jika seseorang tidak memiliki sumber daya atau kesempatan untuk melakukan perilaku tersebut, maka seseorang cenderung tidak membentuk niat yang kuat. Nasabah akan merasa puas apabila pengalaman yang dirasakan baik. Menurut (Mahyarni, 2013) dalam teori Ajzen (2005) mengemukakan bahwa kontrol perilaku seseorang ditentukan oleh keyakinan individu atau seseorang tentang adanya ketersediaan sumberdaya,

yang mana sumberdaya yang dimaksud berupa kesempatan, peralatan atau fasilitas, kompetensi, serta kompatibilitas.

2.1.4 Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Menurut (Suyudi et al., 2021), religiusitas atau agama seseorang tersebut tercermin dalam sikap maupun perilaku yang dilakukan. Menurut Daradjat (1982:13), kehidupan keagamaan seseorang dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu perkembangan psikologis yang dialami orang tersebut dan faktor lingkungan atau eksternal yang dapat mempengaruhi kehidupan keagamaan seperti keluarga, teman, masyarakat, agama. latar belakang dll. Ada lima aspek dalam pelaksanaan ajaran agama Islam, antara lain a) aspek keimanan, yang meliputi keyakinan dan hubungan manusia dengan Tuhan, malaikat, nabi, dan lain-lain, b) aspek keislaman, terkait dengan intensitas ibadah seperti shalat, puasa, Zakat, Haji, c) Aspek Ihsan, berkaitan dengan pengalaman dan perasaan terhadap kehadiran Tuhan, dll, d) Aspek Pengetahuan, terkait dengan pengetahuannya tentang ajaran agamanya, e) Aspek Amal, tentang seseorang menjalani kehidupan sosial (Zuhirsyah & Nurlinda, 2021).

Definisi religiusitas menurut para ahli antara lain:

1) Teori (Johnson, Jang, Larson, & De Li, 2001) mendefinisikan religiusitas sebagai kuantitas komitmen seseorang untuk mengenali keyakinan dan ajarannya, dalam hal sikap dan perilaku yang mencerminkan komitmen tersebut.

2) Menurut (Ghozali, 2002) agama adalah sesuatu yang mengarah pada bagusnya pola pikir seseorang terhadap gaya hidup dan penghayatannya terhadapnya terutama berdasarkan nilai-nilai spiritual yang diyakininya.

3) Menurut Ancok & Suroso (2004), agama merupakan tindakan ritual (pemujaan), namun juga kegiatan lain yang dimotivasi dengan bantuan kekuatan supranatural.

4) Menurut (Abd Rahman, Asrarhagghi dan Ab Rahman, 2015), agama adalah sejauh mana seseorang mengabdikan pada keyakinannya dan agamanya dapat mencerminkan sikap dan perilakunya.

5) Menurut Jalaluddin (2010), religiusitas adalah konsistensi seseorang antara keyakinan terhadap keyakinan sebagai unsur kognitif, perasaan terhadap agama sebagai komponen afektif, dan perilaku spiritual sebagai faktor pembentuknya.

2. Unsur-Unsur Religiusitas

Menurut (Glock & Stark, 1965), ada 5 unsur yang mempengaruhi religiusitas seseorang antara lain:

a) Religious Belief (dimensi keyakinan)

Pengertian tersebut menghimbau seseorang untuk melaksanakan kegiatan ibadah yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Aspek paham ini mengukur sejauh mana seseorang menerima perkara-perkara dalam keimanannya, meliputi keimanannya kepada Tuhan, malaikat, nabi, surga, dan neraka.

b) Religious Practice (pengamalan agama)

Pada dimensi ini, seseorang dapat melihat sejauh mana ia menunaikan kewajiban ritual keagamaannya. Dimensi amalan ini dapat dicapai dengan melaksanakan

perintah-perintah yang berkaitan dengan agamanya seperti shalat, zakat, puasa dan haji jika mampu.

c) Religious Feeling (pengalaman agama)

Dimensi ini merupakan perasaan atau pengalaman yang dimiliki seseorang, seperti merasa dekat dengan Tuhan, takut melakukan maksiat, merasa doa selalu terkabul, dll.

d) Religious Knowledge (pengetahuan tentang agama)

Aspek ini mengukur tingkat pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, dalam Islam dimensi ini meliputi pengetahuannya terhadap pokok-pokok ajaran yang harus diyakini dan diamalkan, serta pemahamannya terhadap prinsip-prinsip Islam.

e) Religious Effect (konsekuensi agama)

Aspek ini mengukur sejauh mana perilaku individu yang dimotivasi oleh ajaran agama dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan seseorang itu bermacam-macam dan terdapat dua unsur yang mempengaruhinya, yakni unsur dalam dan faktor luar. Aspek batin yang dimaksud adalah pengalaman keagamaan, sedangkan aspek luarnya adalah pendidikan, gaya hidup, dan lingkungan sosial sekitar.

3. Indikator Religiusitas

Menurut (Putrawardana, 2020), indikator religiusitas dibagi menjadi lima yaitu:

a. Keyakinan Agama

Pengertian keagamaan merupakan inti dan landasan nilai dan norma dalam Islam, yaitu gagasan tentang Tuhan (Allah) sebagai Tuhan Yang Maha Esa dan satu-satunya. Persepsi pada Tuhan Yang Maha Esa disebut dengan tauhid. Oleh karena itu, Islam juga dikenal dengan agama tauhid, yaitu agama yang mengejawantahkan atau meng-Esa-kan Tuhan. Tuhan adalah penyedia dan tujuan keberadaan manusia. Artinya, manusia berasal dari Tuhan, menjalani kehidupan sesuai dengan persiapan Tuhan.

b. Pengalaman

Seseorang akan mengalami pengalaman keagamaan yang sangat bermakna jika pengamalan agama dilakukan dengan tujuan ketaatan, ketundukan dan rasa takut kepada Allah SWT dengan sendirinya, sebagaimana disebutkan di atas, perilaku yang patut disembah. Dalam contoh ini ulasanya meliputi kebahagiaan, ketenangan, rasa kedekatan dengan Tuhan, potensi mengatur diri, dan lain sebagainya. Dapat dirasakan oleh individu ketika melakukan kegiatan keagamaan, upacara, dan lain-lain yang dilakukan dengan hati yang pasrah dan taat.

c. Praktek yang Dilakukan

Hadits Nabi Muhammad SAW yaitu berupa perkataan, tindakan dan fatwa Nabi Muhammad SAW mengenai berbagai komponen gaya hidup, seperti taktik beribadah kepada Allah, korporasi atau organisasi, sikap mendekati diri pada alam, mengatasi permasalahan sosial dan masih banyak lagi yang lainnya. Sunnah atau hadits ini merupakan contoh amalan sebagai pendalaman ketentuan-ketentuan Allah yang terkandung dalam Al-Qur'an, yang dipraktikkan

dengan cara Nabi Muhammad SAW memberikan perhatian untuk membimbing manusia. Kegiatan keagamaan yang diduga dilakukan dengan tujuan prestasi, ketundukan, dan ketakwaan disebut tindakan “ibadah”.

d. Pengetahuan

Pengetahuan pada metode indikator ini sejauh mana seseorang mengetahui dan memahami ajaran yang dijelaskan dalam keyakinannya. Dalam Islam, ukuran ini meliputi keahlian isi Al-Quran, prinsip-prinsip ajaran yang patut diyakini dan dilaksanakan, hukum Islam, dan konsep klinis ekonomi Islam.

e. Konsekuensi

Dalam hal ini indikator mengukur sejauh mana perilaku seseorang atau seseorang didorong melalui ajaran agamanya dalam kehidupan sosialnya.

2.1.5 Informasi

1. Pengertian Informasi

Informasi yaitu hasil pengolahan data yang bermanfaat dan berguna bagi penerimanya yang menggambarkan suatu fakta atau kejadian nyata untuk pengambilan keputusan. Masyarakat membutuhkan informasi untuk mengetahui sejauh mana perusahaan mengembangkan kegiatan pelayanannya dan agar hak-hak masyarakat serta kesejahteraan karyawannya dapat dihormati (Nani, 2019). Informasi yang dapat mengarahkan seseorang untuk mengambil keputusan pemilihan produk konsisten dengan persepsi yang diperoleh dari informasi yang diberikan oleh orang lain. Dalam konteks penelitian ini, saat seseorang bertemu dengan teman yang menabung di bank syariah, kemudian teman tersebut menceritakan keuntungan-keuntungan yang didapat apabila seseorang tersebut

menggunakan bank syariah, maka hal ini akan mendorong seseorang yang mendengar atau menerima informasi tersebut untuk memiliki minat untuk menabung di bank syariah.

Informasi tentang perbankan syariah terbatas dan tidak lengkap. Informasi tentang bank syariah hanya melalui brosur-brosur yang dikumpulkan oleh masyarakat dengan materi promosi yang diperoleh dari bank yang menawarkan produk yang sudah ada. Hal ini menyebabkan kurangnya pemahaman tentang produk perbankan syariah di kalangan masyarakat umum.

Terbatasnya informasi masyarakat mengenai bank syariah akan berdampak pada rendahnya pilihan masyarakat dalam memilih bank syariah. Hal ini akan membatasi pertumbuhan pasar perbankan Islam dan menghindari terkikisnya nilai-nilai yang lazim. Oleh karena itu, seluruh aset manusia bank syariah mempunyai posisi penting dalam melakukan sosialisasi secara berkesinambungan melalui penegakan standar syariah dalam pelaksanaan kegiatan perbankan.(Sandhana, 2012).

Informasi masyarakat mencakup tentang produk yang diberikan, pelayanan, serta penerapan prinsip syariah oleh perbankan syariah. Jika informasi mengenai bank syariah rendah, maka intensi atau minat menjadi nasabah bank syariah pasti rendah dan jika informasi bank syariah tinggi, maka keinginan menjadi nasabah bank syariah pasti tinggi (Uji et al., 2022).

2. Elemen-Element Informasi

Elemen dasar dari informasi meliputi:

- 1) Pengalaman (*Experience*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengalaman berarti menjalankan, mengalami, merasakan suatu peristiwa (<https://kbbi.web.id>).

2) Pengetahuan (*Knowledge*)

Pengetahuan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti segala sesuatu yang diketahui yang berkenaan dengan suatu hal (<https://kbbi.web.id>).

3) Pemberitaan media masa

Media masa menurut Stanley J. Baran (2012: 7) adalah teknologi yang memberikan pesan kepada sejumlah orang seperti koran atau surat kabar berupa tulisan yang tercetak, radio, televisi, jaringan komputer, majalah, buku dll.

3. Indikator Informasi

Menurut (Rismawati, 2022), indikator informasi ada empat yaitu:

- a. Televisi / radio
- b. Surat kabar/majalah
- c. Keluarga/teman
- d. Media elektronik

2.1.6 Reputasi Bank

1. Pengertian Reputasi

Reputasi adalah imbalan yang diperoleh perusahaan atas kemampuan dan keunggulan yang ada dalam perusahaan. Dengan kemampuan tersebut, bisnis dapat berevolusi untuk menciptakan inovasi baru guna memenuhi kebutuhan konsumen. Reputasi akan menurun jika perusahaan gagal menjaga kualitas yang telah ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Kualitas produk stabil

dan berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen setia dan murah hati terhadap produk perusahaan.

Reputasi Bank, yaitu dimana kepercayaan seseorang untuk melakukan perilaku atas dasar keyakinan. Keyakinan ini bisa diakibatkan oleh pengalaman terdahulu seseorang atau pengalaman orang lain yang dikenal melalui informasi yang diberikan (Simanihuruk et al., 2021). Ketersediaan kesempatan serta sumberdaya yang berkaitan dengan perilaku seseorang, apabila semakin besar peran dari sumberdaya, maka semakin besar pula persepsi kontrol seseorang terhadap perilaku tersebut (Mahyarni, 2013). Kepercayaan seseorang atau individu terhadap ada atau tidaknya yang mendukung atau menghalangi seseorang dalam memunculkan perilaku.

2. Pentingnya Reputasi Bank

Dampak terhadap reputasi pemilik bank dan perusahaan terkait, reputasi pemilik dan perusahaan terkait, serta peristiwa yang mempengaruhi reputasi pemilik dan perusahaan terkait. Dampak pemberitaan reputasi/negatif terhadap pemilik bank dan/atau perusahaan yang terkait dengan bank syariah merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan risiko reputasi bank syariah. Pelanggaran etika bisnis, pelanggaran etika dapat diatasi antara lain dengan permasalahan, terutama melalui transparansi informasi keuangan dan kerjasama bisnis dengan pihak terkait lainnya. Dalam hal ini, kita harus mempertimbangkan apakah bank syariah melanggar standar/etika bisnis yang berlaku umum (Nugraha, 2019).

Kompleksitas produk dan kerjasama bisnis Bank Syariah, parameter atau indikator yang mempengaruhinya adalah jumlah dan sejauh mana penggunaan

produk perbankan syariah yang kompleks oleh nasabah. Serta banyaknya dan pentingnya kerjasama antara bank syariah dan mitra usaha. Produk yang kompleks dan kerjasama dengan mitra bisnis dapat memiliki risiko reputasi jika terjadi kesalahpahaman mengenai penggunaan produk/layanan atau berita negatif mengenai bisnis mitra, termasuk produk bancaassurance dan reksa dana (Nugraha, 2019).

3. Indikator Reputasi Bank

Menurut (Pratiwi, 2021), indikator reputasi bank terbagi menjadi empat yaitu:

1) Nama baik

Nama baik ada karena adanya keunggulan perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain dan dapat menjaga kepercayaan masyarakat dalam menjalankan bisnisnya.

2) Reputasi pesaing

Reputasi pesaing adalah persepsi nasabah terhadap seberapa baik bank syariah dengan bank-bank lainnya.

3) Dikenal luas

Dikenal luas disini yang dimaksud adalah bank syariah dikenal luas oleh masyarakat dari berbagai kalangan.

4) Kemudahan diingat

Kemudahan diingat yaitu kemudahan masyarakat dalam mengingat nama bank syariah yang ada di Indonesia.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian yang relevan ini diuraikan secara sistematis mengenai hasil penelitian yang didapat dari penelitian terdahulu dan dihubungkan pada penelitian yang akan dilakukan. Penelitian-penelitian tersebut akan digunakan sebagai acuan telaah pustaka penelitian, yaitu sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh (Mujaddid & Nugroho, 2019) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah”, metode yang digunakan dalam penelitiannya yaitu metode kuantitatif dengan data atau sampel yang digunakan sebanyak 72 pelajar SMK Program Studi Perbankan Syariah. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel reputasi dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan pengetahuan dan lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Zuhirsyan & Nurlinda, 2021) dengan judul “Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah”, metode yang digunakan dalam penelitiannya yaitu metode kuantitatif dengan data atau sampel 100 nasabah BRI Syariah. Hasilnya menunjukkan hanya variabel religiusitas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.

Penelitian (Bawono & Oktaviani, 2016) dengan judul “Analisis Pemahaman, Produk Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cab. Salatiga”, metode yang digunakan yaitu metode

kuantitatif dengan data atau sampel 100 mahasiswa IAIN Salatiga. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel pemahaman dan religiusitas, sedangkan variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian (Hapidah, 2017) dengan judul “Pengaruh Faktor Personal, Faktor Sosial dan Faktor Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cab. Buleleng Tahun 2016”, metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan data atau sampel nasabah tabungan PT. Bank Syariah Mandiri. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada faktor personal, faktor sosial, dan faktor informasi terhadap intensi menabung di bank syariah PT. Bank Syariah Mandiri Cab Buleleng tahun 2016.

Penelitian (Lestari, 2019) dengan judul “Pengaruh Kelebihan Penghasilan Dan Religiusitas Terhadap Intensi Masyarakat Desa Takeranklating Tikung Lamongan Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”, metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan data atau sampel masyarakat Desa Takeranklating Kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan. Hasilnya menunjukkan Variabel kelebihan penghasilan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi masyarakat Desa Takeranklating Tikung Lamongan Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah dan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap intensi masyarakat Desa Takeranklating Tikung Lamongan untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.

Penelitian (Bananuka et al., 2019) dengan judul “Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country The case of Uganda”,

metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan data atau sampel 258 pemilik usaha mikro dengan tingkat respon 68%. Hasilnya menunjukkan religiusitas dan sikap secara kognitif memiliki pengaruh yang signifikan dalam berkontribusi terhadap minat menggunakan bank syariah, sedangkan norma subjektif dan sikap secara kognitif norma subjektif memiliki pengaruh signifikan tetapi tidak ada pengaruh terhadap variabel sikap.

Penelitian (Keshta et al., 2020) dengan judul “Strategic Creativity and Influence in Enhancing the Perceived Organizational Reputation in Islamic Banks”, metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan data atau sampel 175 karyawan di Palestina. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap reputasi bank.

Penelitian (Khoirani, 2020) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor” metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan data atau sampel 100 nasabah yang menggunakan produk tabungan pendidikan berasuransi di Kota Bogor. Hasil yang didapat yaitu variabel pelayanan, informasi, reputasi, dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan dan adapun faktor religiusitas yang tidak berpengaruh tetapi signifikan terhadap minat nasabah produk tabungan pendidikan berasuransi pada bank syariah mandiri cabang Kota Bogor.

Menurut penelitian (Pratiwi, 2021) dengan judul “Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Sebagai Variabel Moderating Pada Bank Syariah Indonesia”, metode yang digunakan dalam

penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan data atau sampel 100 responden nasabah Bank Syariah Indonesia di kota Semarang. Hasil dari penelitian ini yaitu religiusitas dan reputasi berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia kota Semarang.

Menurut penelitian (Asrul, 2020) dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Reputasi Dan Perolehan Informasi Terhadap Minat Masyarakat Kota Pariaman Untuk Menabung Di Bank Mandiri Syariah”, metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan data atau sampel 40 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu Religiusitas dan perolehan informasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank mandiri syariah, sedangkan reputasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

Menurut penelitian (Suyudi et al., 2021) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Religiusitas, Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Pada PT Bank Syariah Indonesia Kcp Bung Tomo”, metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan data atau sampel sebanyak 114 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap minat menabung, sedangkan reputasi dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

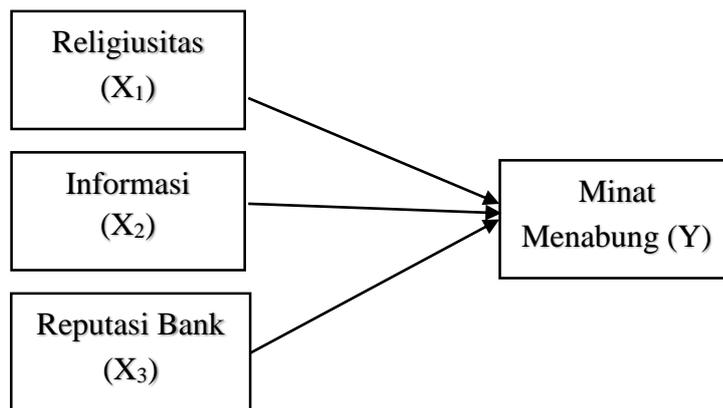
Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Maghfiroh, 2018) yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah”, metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan data atau sampel sebanyak 75 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh

terhadap minat menabung. Sedangkan pendapatan dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat menabung.

2.3 Kerangka Berfikir

Berdasarkan dengan tujuan penelitian serta kajian teori yang telah dibahas, maka selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh tingkat religiusitas, informasi dan reputasi bank terhadap intensi masyarakat menabung di bank syariah, maka dapat disusun kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Sumber: Adaptasi Nawal Ika Susanti et al., 2020

Keterangan:

Y = Minat Menabung

X₁ = Variabel Religiusitas

X₂ = Variabel Informasi

X₃ = Variabel Reputasi Bank

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka berfikir diatas, maka hipotesis yang diambil peneliti adalah:

1. Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah

Perilaku religius masyarakat Indonesia ini bisa terlihat dari masyarakat Indonesia yang sangat khawatir dengan apa yang boleh atau tidak boleh dalam keimanan, misalnya umat Islam tidak akan lagi membeli produk yang tidak masuk kategori halal yang dikeluarkan MUI. MUI merupakan badan yang menjamin kehalalan suatu barang dagangan. Hal ini juga berlaku untuk pilihan bank tabungan keuangan. Religiusitas mempunyai kecenderungan untuk menganut suatu paham, mempunyai dan menjalani observasi terkait dengan keyakinannya (Y. Putri et al., 2019).

Menurut penelitian sebelumnya oleh (Zuhirsyan & Nurlinda, 2021), menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Hasil tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2019) dan (Bananuka et al., 2019). Berdasarkan uraian diatas, dalam penelitian ini disajikan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh positif dan signifikan tingkat religiusitas terhadap intensi masyarakat untuk menabung di bank syariah.

2. Pengaruh Informasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah

Informasi tentang bank syariah cenderung lebih terbatas dibandingkan dengan bank konvensional. Informasi masyarakat mengenai perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat. Produk-produk tersebut disediakan untuk menumbuhkan pengetahuan masyarakat tentang perbankan. Pengetahuan adalah suatu tindakan yang berkaitan dengan keadaan pikiran seseorang yang mempengaruhi preferensi. Jika nasabah memahami tentang bank syariah, umumnya mereka cenderung memiliki minat untuk menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hapidah, 2017), terdapat pengaruh positif dan signifikan pada faktor informasi terhadap intensi menabung di bank syariah. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khoirani, 2020). Berdasarkan uraian di atas, dalam penelitian ini disajikan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Terdapat pengaruh positif dan signifikan informasi terhadap intensi masyarakat untuk menabung di bank syariah.

3. Pengaruh Reputasi Bank Terhadap Intensi Masyarakat Menabung Di Bank Syariah

Bank harus meningkatkan reputasinya di mata masyarakat, karena terdapat hubungan timbal balik antara popularitas bank dan kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Pengakuan suatu perbankan berasal dari kepercayaan masyarakat, jika masyarakat mempercayai bank tersebut maka pengakuan terhadap bank tersebut akan meningkat, sebaliknya jika nasabah tidak lagi

mempertimbangkan terhadap bank tersebut maka popularitas bank tersebut akan menurun.

Penelitian yang dilakukan oleh (Mujaddid & Nugroho, 2019), hasilnya menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan (Keshta et al., 2020). Berdasarkan uraian diatas, dalam penelitian ini disajikan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Terdapat pengaruh positif dan signifikan reputasi bank terhadap intensi masyarakat untuk menabung di bank syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah kegiatan mengumpulkan fakta, mengolah fakta, membaca fakta, dan menawarkan informasi yang dilakukan secara objektif dengan maksud untuk menyelesaikan permasalahan atau memeriksa hipotesis untuk menambah teori yang tersebar luas (Duli, 2019). Penelitian kuantitatif dilakukan untuk memeriksa dan menunjukkan bahwa garis besar penelitian di bawah ini adalah suatu fenomena yang dirumuskan dalam bentuk variabel-variabel yang terbukti benar atau tidaknya dari gagasan yang diyakini.

Menurut (Slevitch, 2011), penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner dan informasi berupa angka-angka, perhitungan menggunakan sejumlah strategi statistik atau matematis yang pengaruhnya dapat menjadi ide untuk mengambil pilihan atau kesimpulan pada penelitian yang dilakukan. Pada tingkat evaluasi, penelitian kuantitatif hanya dapat diselesaikan jika semua fakta telah dikumpulkan secara lengkap dan disajikan dalam bentuk tabel yang siap untuk diproses secara statistik (Zaluchu, 2020).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Cakupan tempat penelitian ini yaitu masyarakat yang bertempat tinggal di Kabupaten Klaten, untuk mengetahui gambaran yang jelas mengenai intensi menabung di bank syariah dengan menggunakan beberapa variabel.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk menyusun penelitian hingga akhir penelitian ini kurang dari satu tahun, khususnya Oktober 2022 hingga selesai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah dengan beberapa variabel, yaitu religiusitas, informasi dan reputasi bank.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu item atau wilayah yang menjadi sasaran penelitian yang mempunyai sifat dan kualitas positif untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Klaten dengan jumlah penduduk beragama Islam sebanyak 1.234.511 jiwa.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari keragaman dan sifat yang dimiliki oleh suatu populasi (Sugiyono, 2010). Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang bersumber dari kepentingan arsip tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Kabupaten Klaten berdasarkan karakteristik yang ditentukan peneliti yaitu masyarakat yang belum menggunakan bank syariah. Besarnya sampel yang diambil pada penelitian ini dengan menggunakan rumus Solvin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan 0,1 atau 10%

Menurut data BPS Klaten, jumlah penduduk muslim di Klaten sebanyak 1.234.511 jiwa jadi besarnya sampel adalah:

$$n = N / 1 + N(e)^2$$

$$n = 1.234.511 / 1 + 1.234.511 (0,1)^2$$

$$n = 1.234.511 / 1 + 1.234.511 (0,01)$$

$$n = 1.234.511 / 12.345,11$$

$$n = 100$$

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Purposive sampling digunakan sebagai pendekatan pengambilan sampel dalam penelitian ini. Menurut Sugiono (2008), pendekatan purposive sampling adalah suatu metode pengambilan sampel dengan banyak faktor yang tepat. Dalam hal ini penulis ingin memahami minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. mengenai standar atau permasalahan pengambilan sampel yang digunakan dalam desain penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Masyarakat yang berasal dari Kabupaten Klaten.
- b. Masyarakat yang beragama islam.
- c. Masyarakat yang belum menjadi nasabah bank syariah

3.5 Data Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah statistik yang diperoleh dan diperoleh secara langsung dengan bantuan peneliti. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada orang-orang dari Kabupaten Klaten. Untuk memperoleh fakta-fakta yang diinginkan melalui peneliti yang berkaitan dengan religiusitas, informasi dan reputasi bank terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan dari berbagai sumber yang ada untuk memenuhi kebutuhan peneliti. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari jurnal, buku, dan publikasi yang telah diterbitkan oleh otoritas jasa keuangan dan badan statistik pemerintah pusat Kabupaten Klaten.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017), kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang dilakukan peneliti dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang bersedia memberikan tanggapan. Dalam penelitian ini kuesioner dapat disebar atau diberikan kepada masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Klaten.

3.6.2 Kepustakaan

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan landasan teori yang baik dan digunakan untuk menentukan variabel-variabel yang diukur serta menganalisis akibat atau evaluasinya dalam bentuk jurnal, artikel, dan situs web yang mungkin terkait dengan penelitian yang digunakan.

3.7 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah fenomena yang dipelajari oleh peneliti sehingga memperoleh seluruh data tentang fenomena tersebut dan kemudian ditarik kesimpulan. Variabel adalah subjek yang memiliki versi dari satu objek ke objek lainnya atau satu individu ke individu lainnya (Purwanto, 2019).

3.7.1 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang mempengaruhi, ikatan tersebut bergantung pada variabel yang tidak memihak, dimana nilai suatu variabel ditentukan oleh variabel lain. Variabel yang terkait dengan penelitian ini adalah minat menabung masyarakat di bank syariah.

3.7.2 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat, artinya variabel yang tidak memihak adalah nilai atau kondisi sebagai cara untuk mengubah nilai atau situasi lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah religiusitas, informasi dan reputasi bank.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.8 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Item
Religiusitas	Religiusitas digambarkan sebagai seberapa besar komitmen seseorang dalam memandang agama dan ajarannya, serta sikap dan perilaku paling sederhana yang mencerminkan dedikasinya (Jasin et al., 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan agama 2. Pengetahuan agama 3. Pengalaman 4. Praktek yang dilakukan 5. Pengetahuan 6. Konsekuensi (Putrawardana, 2020) 	Skala Likert
Informasi	informasi adalah hasil akhir dari pengolahan data yang memberikan bermanfaat bagi penerimanya yang menggambarkan suatu peristiwa atau kegiatan sebenarnya untuk mengambil keputusan. (Rismawati, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisi/radio 2. Surat kabar/majalah 3. Keluarga/teman 4. Media elektroik (Rismawati, 2022) 	Skala Likert
Reputasi Bank	Reputasi merupakan suatu keberhasilan yang diperoleh perusahaan secara maksimal sehingga nasabah percaya dengan keahlian dan pelayanan perusahaan dalam menjalankan bisnis. (Jasin et al., 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama baik 2. Reputasi pesaing 3. Dikenal luas 4. Kemudahan diingat (Pratiwi, 2021) 	Skala Likert
Minat	Minat merupakan ketertarikan pada suatu objek atau kegiatan dan cenderung berkecimpung dalam kegiatan tersebut . (Andika & Syahputra, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preferensi 2. Kemauan 3. Mencari informasi (Fatmawati, 2015) 	Skala Likert

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Instrumen Penelitian

Instrumen tersebut merupakan alat ukur yang digunakan untuk mencapai informasi tentang variabel-variabel secara objektif. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur pendapat atau tanggapan responden adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur kritik dan persepsi seseorang atau organisasi terhadap fenomena yang ditetapkan oleh peneliti. Indeks pada skala ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk melihat valid atau tidaknya suatu alat ukur penelitian. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang diindeks dalam kuesioner. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Standar pengujiannya adalah H_0 diterima jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka alat ukur yang digunakan dinyatakan valid, jika H_0 ditolak $r_{statistik} < r_{tabel}$ maka alat ukur yang digunakan dinyatakan tidak valid. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (Purba et al., 2021).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Notoatmojo (2005), uji reliabilitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui kekonsistenan alat ukur, tetap stabil atau tidaknya pada saat pengukuran diulang dan untuk mengetahui seberapa jauh jarak alat ukur tersebut mungkin bisa diandalkan. Untuk mengetahui apakah statistik tersebut dapat diandalkan atau tidak maka perhitungannya adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$ 5%

dimana r tabel dapat dilihat dari tabel akibat perhitungan yang diperoleh pada SPSS, sedangkan 5% dapat dilihat pada tabel hasil perhitungan tabel yang telah ditentukan (Purba et al., 2021).

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang digunakan untuk memutuskan apakah nilai atau data dialokasikan secara normal atau tidak, bisa dikatakan normal jika data yang digunakan cocok untuk penelitian. Uji normalitas ini dapat dilihat pada *normal p-p plot of regression standardized*. Jika garis putus-putus mengikuti garis diagonal maka model regresi beraturan dan cocok digunakan untuk memprediksi variabel. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal, begitu pula sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas melihat tujuan untuk menguji apakah dalam versi regresi terdapat ketimpangan varians dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Dikatakan heteroskedastisitas jika varians pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain berbeda, begitu pula sebaliknya jika pengamatannya sama maka disebut homoskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu keadaan di mana terdapat hubungan linier yang sangat baik yang bertujuan untuk memeriksa apakah versi regresi menunjukkan adanya korelasi di antara variabel-variabel yang tidak bias atau tidak.

Untuk mengetahui apakah mungkin terdapat multikolinearitas, dapat dilihat pada *Variance Inflation (VIF)* dan *Toleransi*. Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas lagi.

3.9.3 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh atau ekstra variabel independen pada satu variabel dependen yang mengasumsikan hubungan linier antara variabel terikat dan masing-masing prediktor.

Dalam penelitian ini variabel bebas adalah religiusitas, informasi dan reputasi bank. Sedangkan variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah minat menabung di bank syariah pada masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Klaten. persamaan keseluruhan dalam beberapa regresi linier adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

dimana :

Y = Variabel Dependent (Minat Menabung)

α = Koefisiensi Dari Variabel Bebas

X1 = Variabel Tingkat Religiusitas

X2 = Variabel Informasi

X3 = Variabel Reputasi Bank

ε = Standart Error

3.9.4 Uji Ketetapan Model

1. Koefisien Determinan (R²)

Uji koefisien determinan digunakan untuk menentukan perubahan porsi dalam variabel terstruktur (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Hasil

koefisiennya adalah 0-1, dimana nilai sebesar satu merupakan hasil akhir yang memuaskan karena nilai tersebut dapat menjelaskan nilai tingkat kelengkapan umum variabel netral pada variabel dasar. Sedangkan jika jauh mendekati nol berarti semakin lemah variabel bebas menjelaskan variabel terikat.

2. Uji F

Tujuan uji F adalah untuk mengetahui sejauh mana signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel independen secara keseluruhan. Jika tingkat peluangnya kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan semua variabel independen saling mempengaruhi terhadap variabel yang ditetapkan. Pedoman pengambilan pilihan adalah sebagai berikut:

- i) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- ii) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 normal atau diterima, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

3.9.5 Uji-t (Uji Hipotesis)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel yang ditetapkan. Standar pengambilan seleksi adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ maka h_0 variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig > 0,05$ maka h_0 variabel tidak independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambar Umum Penelitian

1. Masyarakat Kota Klaten

Kota Klaten adalah kota yang berada di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia dengan jumlah penduduk sebanyak 1.275.850 jiwa per tahun 2022, dengan kepadatan 1.946/km², dan luas 658,20/km² (<https://jateng.bps.go.id>). Jumlah penduduk Klaten menurut agamanya yaitu agama Islam sebanyak 1.234.511, agama Protestan sebanyak 39.025, agama Katolik sebanyak 36.838, agama Hindu 8.082, dan Budha sebanyak 522. Jumlah peribadatan di Klaten yaitu terdapat 3.071 Masjid, 1.796 Mushola, 71 Gereja Katolik, 139 Gereja Kristen, dan 47 Pura. Sedangkan jumlah pondok pesantren di Klaten sebanyak 61. (<https://klatenkab.bps.go.id>).

Kota Klaten termasuk dalam tempat Solo Raya. Klaten mempunyai yang 26 kecamatan dengan kode pos 57411 hingga 57486. Sebagian besar wilayah Kabupaten Klaten ini adalah dataran rendah serta tanah bergelombang. Bagian barat laut ialah pegunungan yang artinya bagian dari sistem Gunung Merapi. Kota ini berada pada jalur utama Solo-Yogyakarta.

Perbankan di Klaten juga mengalami perkembangan dan sudah tersebar diseluruh wilayah Klaten. Banyaknya bank di Klaten, yaitu Bank Umum Pemerintah sebanyak 74 bank, Bank Umum Swasta sebanyak 21 bank, dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sebanyak 106 bank.

2. Karakteristik Responden

1) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi
Laki-laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Responden pada penelitian ini adalah masyarakat Klaten yang belum menggunakan Bank Syariah. Sesuai hasil penelitian dari kuesioner terkumpul sebanyak 100 dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah 39 laki-laki dan 61 perempuan.

2) Usia Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentasi
18-25	68	68%
26-30	1	1%
31-40	9	9%
>40	22	22%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia yaitu pada usia 18-25 tahun dengan persentasi 68%, usia 26-30 tahun dengan persentasi 1%, usia 31-40 tahun dengan persentasi 9%, dan usia >40 dengan persentasi 22%.

3) Domisili Responden

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi	Persentasi
Trucuk	14	14%
Ceper	6	6%
Wonosari	6	6%
Bayat	6	6%
Jogonalan	4	4%
Jatinom	4	4%
Juwiring	4	4%
Cawas	4	4%
Prambanan	4	4%
Wedi	4	4%
Tulung	3	3%
Klaten Utara	3	3%
Pedan	3	3%
Ngawen	3	3%
Karanganom	3	3%
Klaten Selatan	3	3%

Manisrenggo	3	3%
Karangdowo	3	3%
Delanggu	3	3%
Klaten Tengah	3	3%
Polanharjo	3	3%
Kemalang	3	3%
Gantiwarno	2	2%
Kalikotes	2	2%
Karangnoongko	2	2%
Kebonarum	2	2%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan domisili yaitu pada Kec. Ceper dengan persentasi 67%, Kec. Ngawen dengan persentasi 9%, Kec. Klaten Utara dengan persentasi 12%, Kec. Delanggu dengan persentasi 1% dan Kec. Trucuk dengan persentasi 11%.

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk melihat valid atau tidaknya ukuran suatu penelitian. Pendekatan yang digunakan untuk memeriksa validitas penelitian ini adalah penggunaan program SPSS. Nilai r yang dihitung dapat dilihat dari hasil output SPSS pada kolom Corrected-item-overall corellation,

sedangkan r tabel dapat diambil dari rumus $df = N-2$ yaitu 0,05, yaitu $df = 100-2 = 98$ jadi biaya rtabelnya adalah 0,1966.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	1	0,1966	Valid
	X1.2	0,236	0,1966	Valid
	X1.3	0,229	0,1966	Valid
	X1.4	0,229	0,1966	Valid
	X1.5	0,225	0,1966	Valid
Informasi (X2)	X2.1	1	0,1966	Valid
	X2.2	0,501	0,1966	Valid
	X2.3	0,469	0,1966	Valid
	X2.4	0,360	0,1966	Valid
Reputasi (X3)	X3.1	1	0,1966	Valid
	X3.2	0,417	0,1966	Valid
	X3.3	0,357	0,1966	Valid
	X3.4	0,382	0,1966	Valid
Minat (Y)	Y.1	1	0,1966	Valid
	Y.2	0,574	0,1966	Valid
	Y.3	0,343	0,1966	Valid

Dilihat dari tabel 4.4 yang merupakan hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa r hitung dari seluruh indikator yang diuji

adalah positif karena lebih besar dibanding r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini indikator dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah tetap konsistensi apabila pengukuran diulang dan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur tersebut dapat dipercaya. Untuk mengetahui apakah data tersebut bisa dipercaya atau tidak maka perhitungannya yaitu $r \text{ hitung} > r \text{ tabel } 5\%$ yang mana r hitung dapat dilihat dari tabel hasil perhitungan yang telah didapatkan pada SPSS, sedangkan 5% dapat dilihat pada tabel yang telah ditentukan.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Keterangan</i>
Religiusitas (X1)	0,681	Reliabel
Informasi (X2)	0,780	Reliabel
Reputasi Bank (X3)	0,780	Reliabel
Minat (Y)	0,826	Reliabel

Tabel diatas adalah hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS yang mana tabel tersebut menunjukkan nilai *Cronch's Alpha*. Tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam variabel ini reliabel karena memiliki nilai *Cronch's Alpha* lebih dari 0,60.

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu pengujian yang digunakan untuk mengetahui nilai atau data terdistribusi secara normal atau tidak. Dapat dikatakan normal apabila data

yang digunakan layak dalam penelitian. Cara mengetahui kenormalan ini adalah dengan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, begitu juga sebaliknya, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas	Asymp. Sig (2-tailed)	Keterangan
<i>Unstandardized residual</i>	0,078	Normal

Dari tabel 4.7 menunjukkan hasil dari pengolahan SPSS dan dapat disimpulkan bahwa metode Asymp. Sig (2-tailed) menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,078 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut menunjukkan distribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu keadaan yang terjadi hubungan linear yang sempurna yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi tersebut ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas yaitu dengan melihat *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance* nya. Apabila nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,857	1,167	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Informasi (X2)	0,818	1,223	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Reputasi Bank (X3)	0,914	1,094	Tidak Terjadi Multikolonieritas

Dari tabel 4.7 menunjukkan variabel religiusitas didapatkan nilai tolerance $0,857 > 0,10$ dengan nilai VIF $1,167 > 10$, informasi didapatkan nilai tolerance $0,818 > 0,10$ dengan nilai VIF $1,223 > 10$, reputasi bank didapatkan nilai tolerance $0,914 > 0,10$ dengan nilai VIF $1,094 > 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Disebut heterokedastisitas apabila varian pengamatan satu ke pengamatan lain tersebut berbeda, dan sebaliknya apabila pengamatan tersebut tetap maka disebut dengan homokedastisitas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Signifikansi Statistik	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,236	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Informasi (X2)	0,939	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Reputasi Bank (X3)	0,198	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Dari tabel 4.8 menunjukkan hasil dari pengolahan SPSS dapat dilihat bahwa variabel Religiusitas, Informasi, dan Reputasi Bank memiliki nilai signifikan $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hasil ini tidak mengandung heteroskedastisitas.

4.2.3 Hasil Uji Ketetapan Model

1. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menentukan proporsi pertukaran antara variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). karena koefisiennya terletak pada 0 -1, dimana nilai 1 merupakan hasil terbaik karena nilai ini dapat menunjukkan tingkat kelengkapan variabel bebas terhadap variabel yang mendasarinya atau variabel terikat. Sedangkan jika mendekati nol berarti variabel bebas semakin lemah, hal ini membuktikan bahwa variabel terikat.

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,610	0,372	0,352	1,277

Dari tabel 4.9 dapat disimpulkan R square (koefisien determinasi) sebesar 0,352 yang berarti pengaruh variabel religiusitas, informasi, dan reputasi bank sebesar 35,2% sehingga sisanya sebesar 64,8% yang dipengaruhi oleh berbagai elemen yang tidak tercakup dalam elemen tersebut pada penelitian ini.

2. Uji Statistik F

Tujuan uji F adalah untuk mengetahui sejauh mana signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel independen secara keseluruhan. Jika tingkat peluangnya kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan semua variabel independen

saling mempengaruhi terhadap variabel yang ditetapkan. Pedoman pengambilan pilihan adalah sebagai berikut:

- i) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- ii) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 normal atau diterima, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10 Uji Statistik F

Model	Sum of	Df	F hitung	F	Sig.
Regression	92,725	3	30,908	18,949	,000
Residual	156,585	96	1,631		
Total	249,310	99			

Dari tabel 4.10 diatas dapat disimpulkan bahwa F tabel = 18,949 sedangkan F hitung adalah 30,908. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$, tepatnya $30,908 > 18,949$, dengan sig p-value = 0.000 $< 0,005$. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diketahui sehingga secara bersama-sama variabel religiusitas, informasi, dan reputasi bank mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap minat masyarakat Klaten menabung di Bank Syariah, hal ini menunjukkan hipotesisnya diterima.

4.2.4 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh antar dua variabel atau lebih variabel independent terhadap satu variabel dependent yang mengansumsikan adanya hubungan satu garis linier antar variabel dependent dengan masing-masing prediktornya.

Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	2,277	1,350		1,687	0,095
Religiusitas	0,056	0,042	0,115	1,319	0,190
Informasi	0,363	0,067	0,481	5,381	,000
Reputasi Bank	0,169	0,067	0,215	2,540	0,013

Dari tabel regresi diatas dapat diperoleh persamaan garis regresi linier yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,277 + 0,056 X_1 + 0,363 X_2 + 0,169 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependent (Minat Menabung)

α = Koefisiensi Dari Variabel Bebas

X1 = Variabel Tingkat Religiusitas

X2 = Variabel Informasi

X3 = Variabel Reputasi Bank

ε = Standart Error

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi ketiga variabel independen (b_1 , b_2 , b_3) mempunyai sinyal menguntungkan (+) yang artinya Religiusitas, Informasi dan Reputasi Bank mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat menabung masyarakat Klaten di bank syariah. Dari persamaan ini dikatakan bahwa:

- 1) Berdasarkan uji regresi lebih dari satu kali, diperoleh nilai konsisten (α) sebesar 2,277 yang berarti variabel bebas yaitu Religiusitas (X1), Informasi (X2), Reputasi

Bank (X3) adalah sama dengan 0 (nol), maka diperoleh besarnya minat menabung (Y) sebesar 2,277.

2) Dari pengaruh beberapa kali pengujian regresi berdasarkan seluruh variabel Religiusitas (X1) dapat diperoleh koefisien nilai sebesar 0,056 yang berarti variabel Religiusitas (X1) akan bertambah dengan menggunakan satu satuan, maka minat menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,056.

3) Dari hasil beberapa kali uji regresi berdasarkan fakta variabel (X2) dapat diperoleh koefisien nilai sebesar 0,363 yang berarti variabel informasi (X2) akan bertambah sebesar satu satuan, jadi minat tabungan (Y) meningkat sebesar 0,363.

4) Dari hasil pengujian regresi berdasarkan total variabel reputasi bank (X3) dapat diperoleh nilai koefisien sebesar 0,169, oleh karena itu variabel reputasi bank (X3) akan bertambah sebesar satu satuan, jadi minat menabung (Y) meningkat sebesar 0,169.

4.2.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel yang ditetapkan. Standar pengambilan seleksi adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ maka H_0 variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig > 0,05$ maka H_0 variabel tidak independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Variabel	T hitung	T tabel	Signifikansi	Keterangan
Religiusitas (X1)	1,319	1,660	,095	Tidak berpengaruh
Informasi (X2)	5,381	1,660	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan
Reputasi Bank (X3)	2,540	1,660	0,013	Berpengaruh positif dan signifikan

1. Variabel Religiusitas

Dari hasil uji t diperoleh bahwa t hitung 1,319 dengan t tabel sebesar 1,660 yang berarti t hitung nilai t hitung < t tabel. Signifikansinya sebesar 0,095 > (0,05) maka H0 diterima yang berarti variabel Religiusitas (X1) tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Klaten menabung pada Bank Syariah.

2. Variabel Informasi

Dari hasil uji t diperoleh t hitung 5,381 dengan t tabel sebesar 1,660 yang berarti t hitung > t tabel. Signifikansinya sebesar 0,000 < (0,05) maka H0 ditolak artinya variabel Informasi (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat masyarakat Klaten menabung di Bank Syariah.

3. Variabel Reputasi Bank

Dari hasil uji t diperoleh t hitung sebesar 2,540 dengan t tabel sebesar 1,660 yang berarti nilai t hitung > t tabel. Signifikansinya sebesar 0,013 < (0,05) maka H0 ditolak yang berarti variabel reputasi bank (X3) berpengaruh signifikan terhadap Minat masyarakat Klaten menabung ke Bank Syariah.

4.3 Pembahasan

Dari hasil pengolahan data di atas yang dilakukan dengan beberapa teknik analisis regresi linier, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah

Dari hasil pengujian uji t diperoleh t hitung sebesar 1,319 dengan t tabel sebesar 1,660 yang berarti nilai t hitung < t tabel. Signifikansinya sebesar $0,095 < (0,05)$, sehingga H_0 diterima berarti variabel Religiusitas (X1) tidak terdapat pengaruh terhadap variabel Minat menabung masyarakat Klaten terhadap Bank Syariah. Artinya variabel religiusitas tidak memengaruhi minat menabung masyarakat Klaten.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Klaten di Bank Syariah. Tingginya tingkat religiusitas masyarakat Klaten belum tentu bisa meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Setelah dikonfirmasi dari beberapa responden mengatakan bahwa religiusitas tidak menjadi tolak ukur masyarakat dalam memilih menabung di bank syariah.

Dilihat dari data tabulasi kuesioner masih terdapat pernyataan yang memiliki nilai rendah yaitu pada pernyataan pengetahuan hukum-hukum yang ada baik dalam pengoperasian maupun bertransaksi. Hal tersebut tentunya dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat di Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Suyudi et al., 2021) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung, hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Suprihati et

al., 2021) dan (Maghfiroh, 2018) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Penelitian yang dilakukan oleh (Khoirani, 2020) juga menyatakan tidak adanya pengaruh variabel religiusitas namun signifikan terhadap minat menabung.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asrul, 2020) yang menyatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2019), (Bananuka et al., 2019), (Thohari & Hakim, 2021), dan (Mujaddid & Nugroho, 2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel religiusitas terhadap minat menabung.

Variabel sikap pada *Theory Of Planned Behavior* menjelaskan bahwa sikap merupakan keyakinan seseorang, baik positif maupun negatif, untuk menunjukkan perilaku tertentu. Jika nilainya positif, maka seseorang bermaksud untuk menunjukkan atau menampilkan suatu perilaku tertentu. Keyakinan perilaku adalah keyakinan atau kepercayaan yang dapat diakses seseorang mengenai konsekuensi dari sikap dan perilaku seseorang. Sama halnya dengan religiusitas yang merupakan sikap yang didasari pada keyakinan terhadap agamanya yang mendorong untuk berperilaku sesuai dengan kadar ketaatan agama. Aktivitas agama bukan hanya sekedar konteks ibadah, tetapi aktivitas kehidupan lainnya salah satunya dalam kegiatan ekonomi maupun keuangan (Musyaffa & Iqbal, 2022).

Menurut (Abd Rahman, Asrarhaghghi dan Ab Rahman, 2015), agama atau religiusitas merupakan sejauh mana seseorang berkomitmen terhadap agamanya dan agamanya dapat mencerminkan sikap dan perilakunya. Tingginya tingkat

religiusitas akan berpengaruh kuat terhadap minat konsumen atau nasabah, begitu juga sebaliknya apabila tingkat religiusitas rendah maka akan lemah juga minat nasabah (Rizwan et al., 2021).

Kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan atau memilih bank syariah dikarenakan rendahnya literasi keuangan syariah di Indonesia, literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan menunjukkan perilaku keuangan yang sehat untuk mengidentifikasi kebutuhan prioritas (Herawati, 2017). Tingkat literasi keuangan masyarakat yang rendah menyebabkan terbatasnya akses keuangan dan dapat menghambat pertumbuhan ekonomi.

Banyak dari masyarakat masih kesulitan dalam membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional, yang mana mengakibatkan kegagalan dalam memahami perbedaan pada kedua jenis bank tersebut. Beberapa masyarakat beranggapan bahwa keuangan islam hanya perubahan dari nama tanpa adanya fitur lainnya. Masyarakat beranggapan bahwa tingkat bagi hasil atau keuntungan yang didapat merupakan pengganti bunga dalam keuangan konvensional. Kesalahpahaman tersebut yang dapat memengaruhi masyarakat dalam memilih penggunaan keuangan syariah (Al Balushi et al., 2019).

2. Pengaruh informasi terhadap minat menabung di Bank Syariah

Dari hasil pengujian uji t diperoleh t hitung sebesar 3,831 dengan t tabel sebesar 1,660 yang berarti nilai t hitung > t tabel. Signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$, sehingga H_0 ditolak berarti variabel Informasi (X2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat menabung (Y) masyarakat Klaten terhadap Bank

Syariah. Artinya variabel informasi memengaruhi minat masyarakat Klaten dalam menabung di bank syariah.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa informasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Klaten di Bank Syariah. Informasi dapat mengarahkan seseorang untuk mengambil keputusan pemilihan produk konsisten dengan persepsi yang diperoleh dari informasi yang diberikan oleh orang lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asrul, 2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel informasi terhadap minat menabung, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Hapidah, 2017) dan (Khoirani, 2020) yang menyatakan bahwa variabel informasi berpengaruh terhadap minat menabung.

Dilihat dari data tabulasi kuesioner masih terdapat pernyataan yang memiliki nilai rendah yaitu pada pernyataan masyarakat banyak mendapatkan informasi melalui radio, televisi, dan surat kabar atau majalah bisnis. Pada kenyataannya kebanyakan dari masyarakat tidak menjumpai informasi dari media radio, televisi, surat kabar dan majalah bisnis.

Variabel Norma subjektif pada *Theory of Planned Behavior* juga dipahami sebagai fungsi keyakinan yang secara khusus menunjukkan bahwa seseorang setuju atau tidak setuju dengan perilaku tersebut. Seseorang akan memiliki minat untuk melakukan sesuatu jika mereka mengetahui orang-orang di sekitarnya yang melakukan perilaku tersebut. Jika seseorang menganggap bahwa orang-orang di sekitarnya mendukung untuk melakukan suatu perilaku yang harus diikuti, maka perilaku tersebut menjadi tekanan sosial dan perlu baginya untuk melakukan

perilaku tersebut. Sebaliknya, jika orang-orang disekitarnya tidak mendukungnya untuk melakukan sesuatu, maka perilaku tersebut akan mempengaruhi orang tersebut untuk tidak melakukannya.

Seseorang yang percaya bahwa mereka termotivasi untuk mengikuti orang lain dalam melakukan perilaku tersebut sebenarnya seseorang tersebut dikelilingi oleh tekanan sosial dan tekanan tersebut yang membuat seseorang termotivasi untuk mengikuti atau tidak tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh orang lain (Albashir et al., 2018).

Sama halnya dengan variabel informasi yang merupakan hasil dari pengolahan data yang bermanfaat dan berguna bagi penerimanya yang menggambarkan suatu fakta atau kejadian nyata untuk pengambilan keputusan. Masyarakat membutuhkan informasi untuk mengetahui sejauh mana perusahaan mengembangkan kegiatan pelayanannya dan agar hak-hak masyarakat serta kesejahteraan karyawannya dapat dihormati.

Informasi tentang bank syariah cenderung lebih terbatas dibandingkan dengan bank konvensional, promosi dan sosialisasi mengenai bank syariah cenderung aktif di perkotaan, sedangkan di pedesaan informasi tentang bank syariah masih sedikit. Selain itu, letak bank syariah masih jarang ditemukan di kota-kota kecil atau pedesaan sehingga sulit untuk mengakses bank syariah.

Upaya pemasaran produk bank syariah masih rendah meskipun perkembangan perbankan syariah meningkat pada setiap tahunnya. Perbankan syariah bisa dikatakan kurang agresif dalam memasarkan produknya untuk menarik nasabah. Pentingnya informasi yang meyakinkan mengenai bank syariah agar nasabah dapat

menilai sendiri produk-produk yang ditawarkan bank syariah. Terdapat banyak media yang bisa digunakan dalam memberikan informasi mengenai bank syariah seperti televisi, radio, majalah, koran atau surat kabar dan platform atau online (Kamarulzaman & Madun, 2013).

Dalam Islam tentunya terdapat etika dalam memasarkan produk yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan Sunnah yang didasarkan pada ketuhanan dan keimanan. Informasi mengenai bank syariah ini bertujuan untuk menghindari adanya praktik ilegal yang mengarah pada transaksi yang mengandung unsur maisir (perjudian), gharar (ketidakpastian informasi), dan riba (bunga bank) yang dapat merugikan pihak yang bertransaksi (Al Hadi et al., 2021).

3. Pengaruh reputasi bank terhadap minat menabung di Bank Syariah

Dari hasil pengujian uji t diperoleh t hitung sebesar 0,434 dengan t tabel sebesar 1,660 yang berarti nilai t hitung < t tabel. Signifikansi sebesar 0,013 > (0,05), sehingga H₀ diterima berarti variabel Reputasi Bank (X₃) terdapat pengaruh terhadap variabel Minat menabung (Y) masyarakat Klaten terhadap Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mujaddid & Nugroho, 2019), (Keshta et al., 2020), (Pratiwi, 2021), dan (Khoirani, 2020) yang mana hasilnya juga menunjukkan bahwa variabel reputasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat.

Reputasi adalah imbalan yang diperoleh perusahaan atas kemampuan dan keunggulan yang ada dalam perusahaan. Dengan kemampuan tersebut, bisnis dapat berevolusi untuk menciptakan inovasi baru guna memenuhi kebutuhan konsumen. Reputasi akan menurun jika perusahaan gagal menjaga kualitas yang telah

ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Kualitas produk stabil dan berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen setia terhadap produk perusahaan.

Dalam sebuah perusahaan, masalah yang timbul harus selalu diperhatikan, dihilangkan dan dikelola dengan tepat untuk mempertahankan akuntabilitas dan tanggung jawab yang jelas. Perusahaan harus bisa mengantisipasi terjadinya risiko yang mungkin akan terjadi guna mempertahankan reputasi yang sudah dibangun perusahaan (Hassan et al., 2022).

Sama halnya kaitannya dengan variabel Reputasi Bank, yaitu dimana kepercayaan seseorang untuk melakukan perilaku atas dasar keyakinan. Keyakinan ini bisa diakibatkan oleh pengalaman terdahulu seseorang atau pengalaman orang lain yang dikenal melalui informasi yang diberikan (Simanihuruk et al., 2021)

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Klaten Menabung di Bank Syariah tidak berpengaruh pada minat menabung masyarakat Klaten pada Bank Syariah. Pengaruh Informasi terhadap Minat Masyarakat Klaten Menabung di Bank Syariah berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Menabung masyarakat Klaten terhadap Bank Syariah. Pengaruh Reputasi Bank terhadap minat menabung masyarakat Klaten di Bank Syariah berpengaruh terhadap variabel minat menabung masyarakat Klaten pada Bank Syariah. .

5.2 Saran

Pentingnya bank untuk meningkatkan prinsip syariah dalam transaksi dan operasional. Variabel informasi juga mempengaruhi tujuan menabung di bank syariah, sehingga penting untuk meningkatkan sosialisasi dan informasi seputar bank syariah, yang tentunya melalui berbagai media yang mudah diakses melalui jaringan yang lebih luas. Untuk penelitian selanjutnya, jumlah populasi dan sampel penelitian juga diperluas dan dilakukan observasi agar responden dapat dikelola. serta memperluas variabel, menentukan prinsip dan mencantumkan pernyataan pada kuesioner penelitian untuk hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Balushi, Y., Locke, S., & Boulanouar, Z. (2019). Determinants of the decision to adopt Islamic finance: evidence from Oman. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(1), 6–26. <https://doi.org/10.1108/IJIF-02-2018-0020>
- Al Hadi, M. Q., Cahyo, E. N., & Budi, I. S. (2021). Marketing Ethics At Islamic Banks: Principles And Practices. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(2), 17–41. <https://doi.org/10.23917/jisel.v4i2.14716>
- Albashir, W. A., Zainuddin, Y., Krupasindhu Panigrahi, S., & Pahang, M. (2018). International Journal of Economics and Financial Issues The Acceptance of Islamic Banking Products in Libya: A Theory of Planned Behavior Approach. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(3), 105–111. [Http://www.econjournals.com](http://www.econjournals.com)
- Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesyia (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250–1257. <https://doi.org/10.36778/jesyia.v4i2.451>
- Asrul. (2020). Pengaruh Religiusitas, Reputasi Bank Dan Perolehan Informasi Terhadap Minat Masyarakat Kota Pariaman Untuk Menabung Di Bank Mandiri Syariah. *Ensiklopedia of Journal*, 2(5), 158–164.
- Asyhad, M., & Handono, W. A. (2017). Urgensi Literasi Keuangan Syariah. *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, 13(01), 126–143.
- Bananuka, J., Kaawaase, T. K., Kasera, M., & Nalukenge, I. (2019). Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country: The case of Uganda. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(2), 166–186. <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>
- Bawono, A., & Oktaviani, M. F. R. (2016). Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 29. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i1.29-53>
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *Pengaruh Merger Bank Syariah Bumn Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Pada Masyarakat Tanjungbalai.*

21(1), 1–9. [Http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203](http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203)

Defiansih, D. D. (2021). Pengaruh Religiusitas, Pendidikan Keluarga, Dan Sosialisasi Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Syariah Dengan Kecerdasan Intelektual Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(1), 34–51. <https://doi.org/10.21831/jep.v18i1.33146>

Fatmawati, D. (2015). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pp. Wahid Hasyim Di Sleman. *Desy Fatmawati, september*.

Hanif, M. (2018). Shari‘ah-compliance ratings of the Islamic financial services industry: a quantitative approach. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 10(2), 162–184. <https://doi.org/10.1108/IJIF-10-2017-0038>

Hapidah, N. (2017). Pengaruh Faktor Personal, Faktor Sosial Dan Faktor Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Buleleng Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 88. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19993>

Hassan, A., Sohail, M. S., & Munshi, M. M. R. (2022). Shari‘ah governance and agency dynamics of Islamic banking operations in the Kingdom of Saudi Arabia. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 14(1), 89–106. <https://doi.org/10.1108/IJIF-12-2020-0252>

Herawati, N. T. (2017). Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Seminar Nasional Riset Inovatif 2017*, 5, 131–137. <http://eproceeding.undiksha.ac.id/index.php/senari/article/download/928/667/>

Indri, H., & Maulana, H. (2012). Pengukuran Minat Mahasiswa Berdasarkan Teori Holland Iriani Indri Hapsari & Herdiyan Maulana email : ririnanwar@yahoo.com Psikologi , FIP Universitas Negeri Jakarta Measuring The Students ' Interest. *Jurnal Perspektif Ilmu Pendidikan*, 27(2), 2.

Iqbal, M., Kusuma, H., & Sunaryati, S. (2022). Vulnerability of Islamic banking in ASEAN. *Islamic Economic Studies*, 29(2), 159–168. <https://doi.org/10.1108/ies-10-2021-0040>

- Iskamto, D. (2017). Analisis peranan religiusitas terhadap kepercayaan kepada perbankan syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam -Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember 2017*, 2(2).
- Isnaeni Pamilih, R. W. (2020). Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.39452>
- Jasin, H., Mujiatun, S., Fauzi Rambe, M., & Bahagia Siregar, R. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 86–102. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5630>
- Kabib, N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Lutfi Mustofa, M. T. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- Kamarulzaman, Y., & Madun, A. (2013). Marketing Islamic banking products: Malaysian perspective. *Business Strategy Series*, 14(2–3), 60–66. <https://doi.org/10.1108/17515631311325114>
- Keshta, M. S., El Talla, S. A., Al Shobaki, M. J., & Abu-Naser, S. S. (2020). The Perceived Organizational Reputation in Islamic Banks. *International Journal of Academic Accounting, Finance & Management Research (IJAAFMR)*, 4(3), 113–133.
- Khoirani, K. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 6(1), 42. <https://doi.org/10.30997/jn.v6i1.1867>
- Krisdayanti, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Uang Saku, Teman Sebaya, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Minat Menabung Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 79–91. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Lestari, D. M. (2019). Pengaruh Kelebihan Penghasilan Dan Religiusitas Terhadap

- Intensi Masyarakat Desa Takeranklating Tikung Lamongan Untuk Menjadi Nasabah Di Perbankan Syariah. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(1), 42–56. <https://doi.org/10.30736/jesa.v4i1.56>
- Lubis, N. I. (2019). *Peran Masyarakat Ekonomi Syariah (Mes) Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Di Indonesia*. 1–90.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihat. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.
- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Murtani, A. (2019). Sosialisasi Gerakan Menabung. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019 Sindimas*, 1(1), 279–283. <http://www.sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/sindimas/article/view/585>
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Nani, D. A. (2019). Islamic Social Reporting: the Difference of Perception Between User and Preparer of Islamic Banking in Indonesia. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v2i1.280>
- Nawal Ika Susanti, Nurul Inayah, & Nisrina Maesa Hamzah. (2020). Pengaruh Faktor Keluarga, Religiusitas Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Konvensional (Studi kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAI Darussalam). *Malia (Terakreditasi)*, 11(2), 221–240.

<https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2104>

- Nugraha, D. E. (2019). Manajemen Risiko Reputasi Perbankan Syariah. *Eksisbank*, 3(2), 100–107.
- Pratiwi, Y. (2021). *Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Sebagai Variabel Moderating Pada Bank Syariah Indonesia*.
- Purba, Y. O., Fadhilaturrehmi, Purba, J. T., & Siahaan, K. W. A. (2021). *Teknik Uji Instrumen Penelitian Pendidikan*. 76.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Putrawardana, N. (2020). *Pengaruh Tingkat Religiusitas , Jaminan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Produktif Febi Uin Ar-Raniry) Disusun Oleh : Nana Putrawardana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 20 20 M / 1440 H I Lemb*.
- Putri, D. V. A. (2019). Studi Empiris Theory of Planned Behavior Terhadap Intensi Mahasiswa Menjadi Akuntan. *Behavioral Accounting Journal*, 2(1), 28–40. <https://doi.org/10.33005/baj.v2i1.37>
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Rismawati, C. (2022). Pengaruh Pendidikan, Religiusitas, Ekonomi Dan Informasi Terhadap Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Teunom). In *Braz Dent J*. (Vol. 33, Issue 1).
- Rizwan, S., Al-Malkawi, H. A., Gadar, K., Sentosa, I., & Abdullah, N. (2021). Impact of brand equity on purchase intentions: empirical evidence from the health takāful industry of the United Arab Emirates. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 13(3), 349–365. <https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2019-0105>
- Sandhana, K. (2012). Sosialisasi dan Persepsi Bank Syariah (Kajian Kebijakan Enkulturasasi Nilai-nilai Bank Syariah dalam Masyarakat). *Jurnal Keuangan*

Dan Perbankan, 16(3), 481–488.

- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>
- Simanihuruk, P., Tamba, D., & Sagala, R. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20, 98–112. <https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1189>
- Sulistiyandari, & Ramadhan, M. A. (2021). Analisis Intensi Menabung Pada Bank Syariah Dengan Importance-Performance Matrix Analysis (Ipma). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 209–218. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6795](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6795)
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>
- Suyudi, M., Sailawati, & Selviana, G. (2021). Pengaruh Pemahaman Tentang Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksis ISSN : 0216-6437 ISSN 2722-9327 (Online) Jurnal Eksis*, 16(1), 97–105. <http://e-journal.polnes.ac.id/index.php/eksis/article/view/1330/592>
- Swastawan, K. D., & Dewi, N. W. Y. (2021). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Suku Bunga, Religiusitas, dan Financial Attitude terhadap Minat Menabung untuk Beryadnya pada Masyarakat Desa Tajun. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan ...*, 11(2), 206–215. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/39102>
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran Rreligiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 46–57.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jpak/article/view/38901>

- Trihudiyatmanto, M., & Putranto, A. (2019). Peran Religiusitas Pada Implementasi Sistem Akuntansi Syariah Dalam Perkembangan Lembaga Keuangan. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 2(2), 176–182. <https://doi.org/10.32500/jematech.v2i2.755>
- Uji, H., Object, T., & Product, W. (2022). *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper ISSN Online: 2654-6590 / ISSN Cetak: 2654-5306*. 5(1), 62–74.
- Zainul, Z. R., & Zakia, Y. (2020). *Pengaruh Teknologi Informasi , Kualitas Pelayanan , Dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT . Bank Syariah*. 8(1), 83–96.
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28. <https://doi.org/10.46445/ejti.v4i1.167>
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>

Lampiran 1:Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH RELIGIUSITAS , INFORMASI DAN REPUTASI BANK TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT KLATEN PADA BANK SYARIAH

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah pernyataan ini dengan cermat sebelum menjawab
2. Masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Klaten
3. Seorang muslim
4. Belum menggunakan Bank Syariah
5. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda (√) pada kolom yang sudah tersedia

STS = sangat tidak setuju S = setuju

TS = tidak setuju SS = sangat setuju

KS = kurang setuju

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
4. Pendidikan :
5. Alamat lengkap :

Daftar Pernyataan

1. Variabel Religiusitas

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya meyakini bahwa Bank Syariah tidak menggunakan sistem bunga (riba) dalam pengoperasiannya					
2.	Saya menghindari Riba karena perbuatan tersebut diharamkan oleh Allah SWT					
3.	Saya tidak pernah melakukan transaksi yang mengandung riba					
4.	Saya mengetahui hukum-hukum yang ada pada bank syariah baik pengoperasian maupun bertransaksi					
5.	Saya berusaha mematuhi dan menjalankan norma-norma atau ajaran-ajaran Islam dalam berekonomi untuk menghindari dosa					

2. Variabel Informasi

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mendapatkan banyak informasi mengenai bank syariah dari iklan di televisi atau radio					
2.	Saya pernah membaca tentang bank syariah dan produknya melalui surat kabar (koran) atau majalah bisnis					
3.	Saya mengenal bank syariah melalui keluarga atau teman					
4.	Saya sering melihat iklan mengenai bank syariah melalui platform di sosial media					

3. Variabel Reputasi Bank

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya percaya bahwa bank syariah memiliki nama baik dikalangan masyarakat					
2.	Saya yakin bank syariah lebih baik dan terpercaya dibandingkan dengan bank konvensional					
3.	Saya yakin bahwa bank syariah sudah dikenal luas oleh masyarakat terutama keluarga dan kerabat saya					
4.	Saya merasa bahwa nama-nama bank syariah di Indonesia mudah untuk diingat					

4. Variabel Minat

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya tertarik pada produk-produk yang ditawarkan bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional					
2.	Saya berminat untuk menabung di bank syariah atas kemauan sendiri					
3.	Saya selalu mencari informasi mengenai bank syariah melalui berbagai media					

Lampiran 2: Tabulasi Data Kuesioner

Tabulasi Data Kuesioner Variabel Religiusitas (X1)

No	Kecamatan	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1	Trucuk	4	4	3	3	3	17
2	Trucuk	4	2	2	2	4	14
3	Trucuk	5	5	5	5	5	25
4	Trucuk	4	5	5	5	4	23
5	Trucuk	5	5	5	5	3	23
6	Trucuk	5	4	4	4	4	21
7	Trucuk	4	4	4	4	3	19
8	Trucuk	4	3	5	5	4	21
9	Trucuk	5	5	5	5	2	22
10	Trucuk	5	4	4	4	3	20
11	Trucuk	5	4	4	4	4	21
12	Trucuk	4	3	3	3	4	17
13	Trucuk	5	3	3	3	3	17
14	Trucuk	4	3	3	3	4	17
15	Cawas	4	4	4	4	3	19
16	Cawas	4	2	2	2	3	13
17	Cawas	4	2	2	2	4	14
18	Cawas	5	2	2	2	5	16
19	Ceper	5	4	4	4	3	20
20	Ceper	5	5	5	5	5	25
21	Ceper	4	4	4	4	4	20
22	Ceper	5	4	4	4	5	22
23	Ceper	5	5	5	5	3	23
24	Ceper	5	4	5	5	4	23
25	Wonosari	4	3	3	3	3	16
26	Wonosari	5	5	5	5	5	25
27	Wonosari	5	4	4	4	4	21
28	Wonosari	5	5	5	5	4	24
29	Wonosari	5	4	4	4	3	20
30	Wonosari	5	5	5	5	5	25
31	Bayat	4	5	5	5	3	22
32	Bayat	5	4	4	4	3	20
33	Bayat	4	4	4	4	3	19
34	Bayat	4	3	3	3	4	17
35	Bayat	4	3	3	3	3	16
36	Bayat	4	4	4	4	5	21
37	Jatinom	5	4	4	4	3	20
38	Jatinom	4	3	3	3	5	18
39	Jatinom	4	3	3	3	3	16
40	Jatinom	5	3	3	3	3	17

41	Juwiring	5	5	5	5	5	25
42	Juwiring	4	4	4	4	4	20
43	Juwiring	4	4	4	4	3	19
44	Juwiring	4	3	3	3	3	16
45	Jogonalan	5	3	3	3	5	19
46	Jogonalan	4	2	2	2	3	13
47	Jogonalan	5	3	3	3	4	18
48	Jogonalan	4	3	3	3	4	17
49	Wedi	4	4	4	4	3	19
50	Wedi	4	3	3	3	4	17
51	Wedi	5	3	3	3	3	17
52	Wedi	4	3	3	3	4	17
53	Prambanan	5	2	2	2	3	14
54	Prambanan	5	3	3	3	5	19
55	Prambanan	4	3	3	3	4	17
56	Prambanan	5	4	4	4	5	22
57	Tulung	4	3	3	3	3	16
58	Tulung	5	3	3	3	5	19
59	Tulung	5	3	3	3	3	17
60	Klaten Utara	4	2	2	2	2	12
61	Klaten Utara	4	2	2	2	3	13
62	Klaten Utara	5	3	3	3	3	17
63	Pedan	4	4	4	4	4	20
64	Pedan	5	3	3	3	5	19
65	Pedan	5	4	4	4	4	21
66	Ngawen	4	3	3	3	4	17
67	Ngawen	5	4	4	4	5	22
68	Ngawen	5	2	2	2	3	14
69	Karanganom	5	2	2	2	5	16
70	Karanganom	4	3	3	3	3	16
71	Karanganom	5	3	3	3	3	17
72	Manisrenggo	4	2	2	2	5	15
73	Manisrenggo	4	2	2	2	3	13
74	Manisrenggo	4	2	2	2	3	13
75	Karangdowo	5	3	3	3	4	18
76	Karangdowo	4	4	4	4	5	21
77	Karangdowo	4	3	3	3	3	16
78	Delanggu	4	4	4	4	5	21
79	Delanggu	4	3	3	3	3	16
80	Delanggu	5	4	4	4	4	21
81	Polanharjo	5	3	3	3	3	17
82	Polanharjo	5	3	3	3	4	18
83	Polanharjo	5	3	3	3	5	19
84	Kemalang	5	4	4	4	4	21

85	Kemalang	4	2	2	2	4	14
86	Kemalang	5	3	3	3	5	19
87	Gantiwarno	5	4	4	4	3	20
88	Gantiwarno	4	5	5	5	5	24
89	Kalikotes	5	4	4	4	5	22
90	Kalikotes	4	5	5	5	3	22
91	Karangnongko	5	5	5	5	5	25
92	Karangnongko	5	4	4	4	3	20
93	Klaten Selatan	5	3	3	3	4	18
94	Klaten Selatan	4	3	3	3	4	17
95	Klaten Selatan	5	5	5	5	5	25
96	Klaten Tengah	5	5	5	5	5	25
97	Klaten Tengah	4	5	5	5	4	23
98	Klaten Tengah	4	4	4	4	4	20
99	Kebonarum	5	3	3	3	4	18
100	Kebonarum	5	3	3	3	5	19

Tabulasi Data Kuesioner Variabel Informasi (X2)

No	Kecamatan	P1	P2	P3	P4	Total
1	Trucuk	3	3	3	3	12
2	Trucuk	2	3	4	3	12
3	Trucuk	3	3	4	4	14
4	Trucuk	4	2	4	5	15
5	Trucuk	3	4	4	2	13
6	Trucuk	4	4	4	5	17
7	Trucuk	3	4	4	3	14
8	Trucuk	4	3	3	3	13
9	Trucuk	4	3	4	5	16
10	Trucuk	4	3	3	3	13
11	Trucuk	1	3	3	3	10
12	Trucuk	3	2	3	3	11
13	Trucuk	2	2	3	4	11
14	Trucuk	3	2	3	4	12
15	Cawas	4	4	4	4	16
16	Cawas	4	4	4	4	16
17	Cawas	4	4	4	4	16
18	Cawas	3	4	4	5	16
19	Ceper	3	4	4	5	16
20	Ceper	4	4	4	4	16
21	Ceper	5	4	4	4	17
22	Ceper	4	4	4	5	17
23	Ceper	3	4	4	4	15

24	Ceper	4	4	5	4	17
25	Wonosari	3	5	5	4	17
26	Wonosari	3	4	4	4	15
27	Wonosari	4	4	4	5	17
28	Wonosari	3	3	5	4	15
29	Wonosari	3	3	2	4	12
30	Wonosari	3	5	5	5	18
31	Bayat	4	4	5	5	18
32	Bayat	3	3	3	4	13
33	Bayat	4	3	4	4	15
34	Bayat	4	4	4	4	16
35	Bayat	3	4	4	4	15
36	Bayat	4	5	4	5	18
37	Jatinom	3	3	4	5	15
38	Jatinom	4	4	4	4	16
39	Jatinom	3	3	3	4	13
40	Jatinom	3	3	3	4	13
41	Juwiring	4	4	3	4	15
42	Juwiring	4	4	4	4	16
43	Juwiring	4	4	4	3	15
44	Juwiring	3	3	3	3	12
45	Jogonalan	2	2	3	4	11
46	Jogonalan	3	2	3	3	11
47	Jogonalan	3	2	4	4	13
48	Jogonalan	3	2	3	3	11
49	Wedi	3	3	3	4	13
50	Wedi	3	3	4	4	14
51	Wedi	1	1	3	3	8
52	Wedi	3	3	3	4	13
53	Prambanan	3	3	3	3	12
54	Prambanan	3	3	3	3	12
55	Prambanan	3	3	4	3	13
56	Prambanan	4	3	3	4	14
57	Tulung	3	3	3	4	13
58	Tulung	3	3	3	3	12
59	Tulung	3	3	3	4	13
60	Klaten Utara	4	3	3	4	14
61	Klaten Utara	4	3	3	3	13
62	Klaten Utara	3	3	3	4	13
63	Pedan	3	3	3	3	12
64	Pedan	4	4	5	4	17

65	Pedan	3	3	4	4	14
66	Ngawen	4	5	3	5	17
67	Ngawen	3	3	5	3	14
68	Ngawen	3	4	3	3	13
69	Karanganom	4	3	5	4	16
70	Karanganom	3	3	3	4	13
71	Karanganom	4	5	4	5	18
72	Manisrenggo	3	3	3	5	14
73	Manisrenggo	3	3	5	3	14
74	Manisrenggo	4	4	3	4	15
75	Karangdowo	3	3	4	2	12
76	Karangdowo	4	5	4	4	17
77	Karangdowo	5	3	3	3	14
78	Delanggu	3	3	3	4	13
79	Delanggu	5	4	4	3	16
80	Delanggu	3	3	3	3	12
81	Polanharjo	3	5	4	4	16
82	Polanharjo	3	3	3	4	13
83	Polanharjo	5	4	4	5	18
84	Kemalang	4	4	3	3	14
85	Kemalang	3	3	4	3	13
86	Kemalang	3	3	3	3	12
87	Gantiwarno	4	3	4	4	15
88	Gantiwarno	3	3	4	4	14
89	Kalikotes	4	4	4	4	16
90	Kalikotes	4	3	3	4	14
91	Karangnongko	5	5	5	5	20
92	Karangnongko	4	3	4	4	15
93	Klaten Selatan	3	3	3	4	13
94	Klaten Selatan	3	3	3	4	13
95	Klaten Selatan	4	4	4	4	16
96	Klaten Tengah	4	4	4	4	16
97	Klaten Tengah	4	4	4	4	16
98	Klaten Tengah	4	3	4	4	15
99	Kebonarum	3	3	3	4	13
100	Kebonarum	3	3	3	4	13

Tabulasi Data Kuesioner Variabel Reputasi Bank (X3)

No	Kecamatan	P1	P2	P3	P4	Total
1	Trucuk	4	4	3	4	15
2	Trucuk	4	4	3	4	15
3	Trucuk	4	4	4	4	16
4	Trucuk	4	4	5	4	17
5	Trucuk	2	4	2	4	12
6	Trucuk	4	4	5	4	17
7	Trucuk	4	4	3	3	14
8	Trucuk	4	4	3	4	15
9	Trucuk	4	4	5	5	18
10	Trucuk	3	4	3	3	13
11	Trucuk	3	3	3	3	12
12	Trucuk	3	3	3	3	12
13	Trucuk	4	4	4	5	17
14	Trucuk	4	4	4	4	16
15	Cawas	4	4	4	4	16
16	Cawas	4	4	4	4	16
17	Cawas	4	4	4	4	16
18	Cawas	4	4	5	4	17
19	Ceper	4	5	4	4	17
20	Ceper	4	4	4	4	16
21	Ceper	4	4	5	4	17
22	Ceper	5	4	4	5	18
23	Ceper	4	4	4	5	17
24	Ceper	4	4	5	5	18
25	Wonosari	5	5	4	4	18
26	Wonosari	4	4	5	5	18
27	Wonosari	4	4	4	4	16
28	Wonosari	4	3	4	3	14
29	Wonosari	5	5	5	5	20
30	Wonosari	5	5	5	5	20
31	Bayat	4	4	4	4	16
32	Bayat	4	4	4	4	16
33	Bayat	4	4	4	4	16
34	Bayat	4	4	4	4	16
35	Bayat	5	5	5	5	20
36	Bayat	5	4	5	4	18
37	Jatinom	4	3	4	2	13
38	Jatinom	4	4	4	5	17
39	Jatinom	4	4	4	4	16

40	Jatinom	4	3	4	4	15
41	Juwiring	4	3	4	4	15
42	Juwiring	4	4	4	4	16
43	Juwiring	4	4	4	4	16
44	Juwiring	4	4	4	4	16
45	Jogonalan	4	3	4	4	15
46	Jogonalan	3	3	4	4	14
47	Jogonalan	4	4	4	4	16
48	Jogonalan	4	4	4	4	16
49	Wedi	4	4	4	4	16
50	Wedi	4	3	4	4	15
51	Wedi	3	3	4	4	14
52	Wedi	4	4	4	4	16
53	Prambanan	4	4	4	4	16
54	Prambanan	4	4	4	4	16
55	Prambanan	4	4	4	4	16
56	Prambanan	4	4	4	4	16
57	Tulung	4	4	4	4	16
58	Tulung	4	4	4	4	16
59	Tulung	4	4	4	4	16
60	Klaten Utara	4	4	4	4	16
61	Klaten Utara	4	4	4	4	16
62	Klaten Utara	4	4	4	4	16
63	Pedan	4	4	4	4	16
64	Pedan	4	4	4	4	16
65	Pedan	4	4	4	4	16
66	Ngawen	4	4	4	4	16
67	Ngawen	4	4	4	4	16
68	Ngawen	4	4	4	4	16
69	Karanganom	3	3	3	4	13
70	Karanganom	4	4	4	4	16
71	Karanganom	4	4	4	3	15
72	Manisrenggo	4	3	4	4	15
73	Manisrenggo	4	4	4	4	16
74	Manisrenggo	5	4	4	5	18
75	Karangdowo	4	4	4	4	16
76	Karangdowo	4	4	4	4	16
77	Karangdowo	4	4	4	4	16
78	Delanggu	4	4	4	4	16
79	Delanggu	5	5	5	5	20
80	Delanggu	4	4	4	4	16

81	Polanharjo	4	4	4	4	16
82	Polanharjo	4	4	4	4	16
83	Polanharjo	3	3	3	3	12
84	Kemalang	3	3	4	4	14
85	Kemalang	2	3	4	4	13
86	Kemalang	2	2	2	3	9
87	Gantiwarno	3	3	4	4	14
88	Gantiwarno	2	2	3	3	10
89	Kalikotes	3	2	4	4	13
90	Kalikotes	3	4	4	4	15
91	Karangnongko	4	4	3	4	15
92	Karangnongko	4	3	4	4	15
93	Klaten Selatan	3	4	4	4	15
94	Klaten Selatan	4	3	4	4	15
95	Klaten Selatan	4	2	4	4	14
96	Klaten Tengah	4	2	4	4	14
97	Klaten Tengah	3	1	3	3	10
98	Klaten Tengah	3	2	3	3	11
99	Kebonarum	2	3	4	3	12
100	Kebonarum	2	3	4	3	12

Tabulasi Data Kuesioner Variabel Minat (Y)

No	Kecamatan	P1	P2	P3	Total
1	Trucuk	4	4	3	11
2	Trucuk	4	4	4	12
3	Trucuk	4	4	4	12
4	Trucuk	4	4	4	12
5	Trucuk	2	4	4	10
6	Trucuk	4	5	4	13
7	Trucuk	4	5	4	13
8	Trucuk	5	4	3	12
9	Trucuk	4	4	4	12
10	Trucuk	3	4	3	10
11	Trucuk	3	3	3	9
12	Trucuk	3	3	3	9
13	Trucuk	4	4	3	11
14	Trucuk	5	4	3	12
15	Cawas	5	4	4	13
16	Cawas	4	4	4	12
17	Cawas	4	4	4	12
18	Cawas	5	5	4	14

19	Ceper	5	5	4	14
20	Ceper	4	5	4	13
21	Ceper	5	4	4	13
22	Ceper	4	4	4	12
23	Ceper	4	5	4	13
24	Ceper	5	4	5	14
25	Wonosari	4	4	5	13
26	Wonosari	4	5	4	13
27	Wonosari	4	4	4	12
28	Wonosari	5	4	5	14
29	Wonosari	3	3	2	8
30	Wonosari	5	5	5	15
31	Bayat	4	4	5	13
32	Bayat	3	3	3	9
33	Bayat	3	3	4	10
34	Bayat	4	4	4	12
35	Bayat	3	4	4	11
36	Bayat	4	4	4	12
37	Jatinom	4	4	4	12
38	Jatinom	5	5	4	14
39	Jatinom	5	3	3	11
40	Jatinom	3	3	3	9
41	Juwiring	3	3	3	9
42	Juwiring	4	4	4	12
43	Juwiring	4	4	4	12
44	Juwiring	4	4	3	11
45	Jogonalan	3	4	3	10
46	Jogonalan	3	3	3	9
47	Jogonalan	5	5	4	14
48	Jogonalan	3	4	3	10
49	Wedi	3	4	3	10
50	Wedi	4	4	4	12
51	Wedi	3	3	3	9
52	Wedi	4	3	3	10
53	Prambanan	4	4	3	11
54	Prambanan	3	3	3	9
55	Prambanan	3	4	4	11
56	Prambanan	5	4	3	12
57	Tulung	4	4	3	11
58	Tulung	4	4	3	11
59	Tulung	5	4	3	12

60	Klaten Utara	4	4	3	11
61	Klaten Utara	5	4	3	12
62	Klaten Utara	4	4	3	11
63	Pedan	3	4	3	10
64	Pedan	3	4	3	10
65	Pedan	2	3	3	8
66	Ngawen	4	4	3	11
67	Ngawen	4	3	3	10
68	Ngawen	4	3	3	10
69	Karanganom	4	4	3	11
70	Karanganom	4	4	3	11
71	Karanganom	4	4	3	11
72	Manisrenggo	4	3	3	10
73	Manisrenggo	4	4	3	11
74	Manisrenggo	4	3	3	10
75	Karangdowo	4	4	3	11
76	Karangdowo	4	4	3	11
77	Karangdowo	4	4	3	11
78	Delanggu	4	4	3	11
79	Delanggu	4	4	3	11
80	Delanggu	4	4	3	11
81	Polanharjo	4	4	3	11
82	Polanharjo	4	4	3	11
83	Polanharjo	4	4	3	11
84	Kemalang	3	2	3	8
85	Kemalang	3	3	3	9
86	Kemalang	3	3	3	9
87	Gantiwarno	3	2	4	9
88	Gantiwarno	4	4	4	12
89	Kalikotes	4	4	4	12
90	Kalikotes	3	3	3	9
91	Karangnongko	5	5	5	15
92	Karangnongko	3	4	4	11
93	Klaten Selatan	3	3	3	9
94	Klaten Selatan	3	3	3	9
95	Klaten Selatan	4	4	4	12
96	Klaten Tengah	4	4	4	12
97	Klaten Tengah	4	4	4	12
98	Klaten Tengah	3	3	4	10
99	Kebonarum	3	3	3	9
100	Kebonarum	3	3	3	9

Lampiran 3: Output Olah Data SPSS

Uji Validitas

Religiusitas (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,236*	,229*	,229*	,225*	,412**
	Sig. (2-tailed)		,018	,022	,022	,025	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,236*	1	,967**	,967**	,180	,933**
	Sig. (2-tailed)	,018		,000	,000	,074	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,229*	,967**	1	1,000**	,192	,945**
	Sig. (2-tailed)	,022	,000		,000	,056	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,229*	,967**	1,000**	1	,192	,945**
	Sig. (2-tailed)	,022	,000	,000		,056	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,225*	,180	,192	,192	1	,457**
	Sig. (2-tailed)	,025	,074	,056	,056		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,412**	,933**	,945**	,945**	,457**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Informasi (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,501**	,304**	,300**	,731**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,002	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,501**	1	,469**	,360**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,304**	,469**	1	,269**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,007	,000
	N	100	100	100	100	100

X2.4	Pearson Correlation	,300**	,360**	,269**	1	,658**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,007		,000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,731**	,818**	,691**	,658**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reputasi Bank

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,619**	,564**	,553**	,854**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,619**	1	,431**	,526**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,564**	,431**	1	,548**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,553**	,526**	,548**	1	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,854**	,820**	,768**	,791**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Minat

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	,574**	,343**	,816**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,574**	1	,468**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,343**	,468**	1	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,816**	,847**	,738**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Uji Reliabilitas

Religiusitas (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,604	5

Informasi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,702	4

Reputasi Bank (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,820	4

Minat (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,719	3

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,25764349
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,042
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,078 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,277	1,350		1,687	,095		
	Religiusitas X1	,056	,042	,115	1,319	,190	,857	1,167
	Informasi X2	,363	,067	,481	5,381	,000	,818	1,223
	Reputasi X3	,169	,067	,215	2,540	,013	,914	1,094

a. Dependent Variable: Minat Y

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,277	1,350		1,687	,095
	Religiusitas X1	,056	,042	,115	1,319	,236
	Informasi X2	,363	,067	,481	5,381	,939
	Reputasi X3	,169	,067	,215	2,540	,198

a. Dependent Variable: Minat Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	92,725	3	30,908	18,949	,000 ^b
	Residual	156,585	96	1,631		
	Total	249,310	99			

a. Dependent Variable: Minat Y

b. Predictors: (Constant), Reputasi X3, Religiusitas X1, Informasi X2

Uji Koefisien Determinan (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,610 ^a	,372	,352	1,277

a. Predictors: (Constant), Reputasi X3, Religiusitas X1, Informasi X2

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,277	1,350		1,687	,095
	Religiusitas X1	,056	,042	,115	1,319	,236
	Informasi X2	,363	,067	,481	5,381	,939
	Reputasi X3	,169	,067	,215	2,540	,198

a. Dependent Variable: Minat Y

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,277	1,350		1,687	,095		
	Religiusitas X1	,056	,042	,115	1,319	,190	,857	1,167
	Informasi X2	,363	,067	,481	5,381	,000	,818	1,223
	Reputasi X3	,169	,067	,215	2,540	,013	,914	1,094

a. Dependent Variable: Minat Y

Lampiran 4: Tabel r**Tabel r untuk df =1 – 50**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932

18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843

42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110

60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507

84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 5: Titik Presentase Distribusi t

Titik Presentase Distribusi t (df = 1-40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678

25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Presentase Distribusi t (df = 41-80)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891

49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096

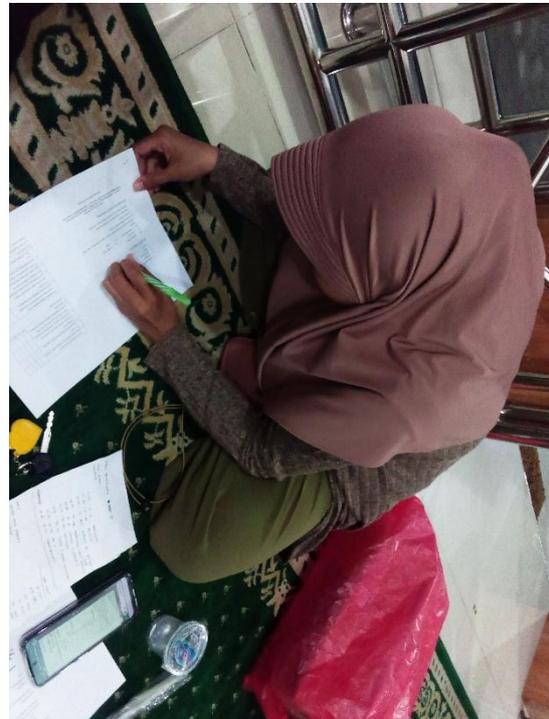
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Presentase Distribusi t (df = 81-120)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460

113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 6: Bukti Penyebaran Kuesioner







Lampiran 7: Jadwal Penelitian

Lampiran 8: Hasil Cek Plagiasi

SKRIPSI ALFINA K

ORIGINALITY REPORT

27%
SIMILARITY INDEX

29%
INTERNET SOURCES

18%
PUBLICATIONS

16%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	9%
2	www.ejournal.staialazhar.ac.id Internet Source	1%
3	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
4	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	1%
5	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	1%
6	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
7	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
8	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
9	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%

Lampiran 9: Riwayat Hidup

1. Nama : Alfina Kisdayanti

2. NIM : 195231185
3. Tempat, Tanggal lahir : Klaten, 15 Juni 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Ngaran, Mlese, Ceper, Klaten
6. Riwayat pendidikan :
 - a. RA. Masyitoh Ngaran (2005-2007)
 - b. SDN Mlese (2007-2013)
 - c. SMP Negeri 1 Ngawen (2013-2016)
 - d. MAN Karangnom Klaten (2016-2019)
 - e. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta (2019-2023)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Surakarta, 18 Agustus 2023

Penulis