

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGAN HAJI DI BRI SYARIAH KC MADIUN DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)**

SKRIPSI



Oleh:

Yuliatul Muzammil

NIM. 210817004

Dosen Pembimbing:

Hanik Fitriani, M.E.Sy.

NIP. 199104242020122028

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2021

ABSTRAK

Muzammil, Yuliatul. Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom), Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Hanik Fitriani, M.E.Sy.

Kata Kunci: Pengetahuan, Religiusitas, Minat, Kepercayaan, Tabungan Haji

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Penelitian ini menggunakan kepercayaan sebagai variabel *intervening*. Dari teori dan beberapa hasil wawancara mengenai pengetahuan dan religiusitas terhadap minat terjadi kesenjangan, di mana dalam teori dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan dan religiusitas maka akan menjadikan minat terhadap perbankan syariah meningkat. Tetapi pada kenyataannya tingkat pengetahuan dan religiusitas yang tinggi terhadap BRI Syariah KC Madiun tidak menjadikan masyarakat Desa Pucanganom berminat untuk membuka tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun karena ada faktor lain yang menyebabkan hal tersebut, yaitu tidak adanya rasa kepercayaan dari dalam diri masyarakat terhadap BRI Syariah KC Madiun. Rumusan masalah penelitian ini bermaksud untuk meneliti apakah pengetahuan dan religiusitas secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepercayaan?, Apakah pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat?, Apakah kepercayaan dapat memediasi antara pengetahuan dan religiusitas terhadap minat?.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi sebanyak 4759 responden masyarakat desa Pucanganom dan sampel sebanyak 98 responden. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dan berganda, uji ketepatan model, uji hipotesis dan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan sebesar 0,308, religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan sebesar -0,128, pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat dengan masing-masing nilai sebesar 0,622, 0,133 dan 0,247, pengetahuan dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan sebesar 10,282, pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat sebesar 16,857, kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan antara pengetahuan dan religiusitas terhadap minat karena hubungan langsung lebih besar dari hubungan tidak langsung yaitu sebesar $0,622 > 0,076$ dan $0,133 > -0,032$.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

| NO | NAMA | NIM | JURUSAN | JUDUL |
|----|-------------------|-----------|-------------------|---|
| 1 | Yuliatul Muzammil | 210817004 | Perbankan Syariah | PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BRI SYARIAH KC MADIUN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL <i>INTERVENING</i> (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom) |

Telah selesai melakukan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 29 Maret 2021

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Agung Eka Purwana, SE., MSI.
NIP. 197109232000031002

Menyetujui,


Hanik Fitriani, M.E.Sy.
NIP. 199104242020122028



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Naskah skripsi berikut ini :


Judul : Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC Madiun dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Pucanganom)

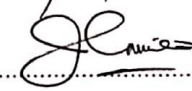
Nama : Yuliatul Muzammil
NIM : 210817004
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujiakan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang ekonomi.

Dewan Penguji :

Ketua Sidang : 
Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak. (.....)
NIP. 197905252003122002

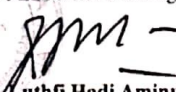
Penguji I : 
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I. (.....)
NIP. 197801122006041002

Penguji II : 
Hanik Fitriani, M.E.Sy. (.....)
NIP. 199104242020122028

Ponorogo, 12 April 2021

Mengesahkan,

Dekan FEBJ IAIN Ponorogo


Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005



SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yuliatul Muzammil
NIM : 210817004
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Hadi di BRI Syariah KC Madiun dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Pucanganom)

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut di publikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 29 April 2021



Yuliatul Muzammil

NIM. 210817004

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuliatul Muzammil
NIM : 210817004
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRIS KC Madiun dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan orang lain. Kecuali dengan menyertakan referensi yang dijadikan sebagai rujukan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 09 Maret 2021

Pembuat Pernyataan,



Yuliatul Muzammil

NIM. 210817004



DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| COVER | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| ABSTRAK | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 11 |
| C. Tujuan Penelitian | 12 |
| D. Manfaat Penelitian | 14 |
| E. Sistematika Pembahasan | 15 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 17 |
| A. Deskripsi Teori | 17 |
| B. Kajian Pustaka | 36 |
| C. Kerangka Pemikiran | 43 |

| | |
|---|------------|
| D. Hipotesis | 44 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 47 |
| A. Rancangan Penelitian | 47 |
| B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 47 |
| C. Lokasi Penelitian | 50 |
| D. Populasi dan Sampel | 51 |
| E. Jenis dan Sumber Data | 53 |
| F. Metode Pengumpulan Data | 54 |
| G. Instrumen Penelitian | 55 |
| H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 56 |
| I. Teknik pengolahan dan Analisis Data | 58 |
| BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA | 65 |
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian | 65 |
| B. Hasil Pengujian Instrumen | 71 |
| C. Hasil Pengujian Deskriptif | 75 |
| D. Hasil Pengujian Hipotesis | 78 |
| E. Pembahasan | 104 |
| BAB V PENUTUP | 113 |
| A. Kesimpulan | 113 |
| B. Saran | 116 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| RIWAYAT HIDUP | |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seperti yang kita ketahui bahwa masyarakat Indonesia sebagian besar beragama Islam, sebagai umat Islam pasti memiliki keinginan untuk melaksanakan ibadah haji untuk menyempurnakan ibadahnya. Haji merupakan salah satu pilar rukun Islam, di mana ibadah ini menempati posisi yang sangat sulit dalam tingkat keikhlasan, karena dalam pelaksanaannya tidak cukup hanya dengan pengorbanan fisik, melainkan juga materi. Oleh karena itu, tidak semua umat muslim mampu menunaikannya, kecuali bagi mereka yang mampu baik dalam segi finansial maupun kemantapan hati.

Salah satu cara umat Islam agar dapat menunaikan ibadah haji adalah dengan mengikuti program tabungan haji. Program ini merupakan jenis produk tabungan pada bank syariah. Untuk itu mereka harus terlebih dahulu mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk tabungan haji. Sehingga orang akan lebih percaya dan memutuskan untuk menggunakan produk tabungan haji tersebut. Selain itu, mereka juga harus mengetahui program-program yang berkaitan dengan produk tabungan haji berdasarkan syariat Islam. Dengan adanya pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan seseorang terhadap perbankan syariah akan menumbuhkan rasa minat untuk menggunakan produk tabungan haji di bank syariah tersebut.

Minat menurut Sumadi Suryabrata suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau pada suatu yang diminatinya. Banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang akan hal tertentu. Menurut Sukmadinata faktor-faktor yang mempengaruhi minat, yaitu pengetahuan, informasi dan pengalaman.¹ Lalu menurut Nugroho J. Setiadi faktor yang mempengaruhi minat, yaitu persepsi, kepercayaan dan sikap, motivasi dan gaya hidup.² Kemudian menurut Muhammad faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah pelayanan, bagi hasil, keyakinan atau religiusitas dan lokasi.³

Dalam penelitian ini mengambil tiga faktor yang mempengaruhi minat, yaitu pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan. Karena ketiga faktor tersebut berkaitan erat dengan faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu faktor minat dari dalam diri yang menjadi faktor utamanya. Faktor pertama yang mempengaruhi minat adalah pengetahuan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono yang

¹ Fahmi Gunawan dkk, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 5.

² Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Penerbit Kencana, 2003), 30.

³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 237.

menyatakan bahwa pengetahuan, pelayanan dan lokasi merupakan faktor penting dalam usaha menarik minat konsumen atau pelanggan. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu obyek tertentu. Menurut Notoatmodjo, pengetahuan atau kognitif adalah faktor paling penting dalam membentuk tindakan.⁴ Selain itu, Kotler juga mengemukakan pendapatnya bahwa pengetahuan merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi minat konsumen.⁵

Dalam tingkatan yang umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Sedangkan pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai kumpulan dari keseluruhan informasi yang sesuai dengan fungsi konsumen dipasar. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen/nasabah adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁶ Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi minat menabung. Jadi semakin tinggi pengetahuan

⁴ Sokhikhatul Mawadah dan Fernaldi Anggadha Ratno, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, No. 2 (2017), 145.

⁵ Yuliana Siti Khotifah, "Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program *Office Channeling*," *Jurnal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 1 No. 1 (Januari-Juni 2008), 68.

⁶ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 130.

konsumen atau nasabah maka semakin tinggi minat untuk menabung di Bank Syariah dan sebaliknya.⁷

Faktor kedua yang mempengaruhi minat adalah religiusitas. Salah satu dimensi religiusitas adalah dimensi konsekuensi, pada hal ini semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan meningkatkan kualitas akidah, akhlak dan juga syariah seseorang.⁸ Pada bidang akidah, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka meningkatkan kualitas ibadahnya. Pada bidang akhlak, semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin seseorang memperbaiki caranya berinteraksi sesama makhluk Tuhan. Pada bidang syariah, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang akan menyebabkan ia melakukan transaksi yang dibenarkan syariat serta menghindari hal yang dilarang syariat, seperti memutuskan untuk menjadi nasabah di bank syariah untuk menghindari transaksi konvensional yang banyak mengandung riba. sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas maka akan meningkatkan minat untuk melakukan transaksi di bank syariah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat adalah kepercayaan. Kusmayadi menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada mitra pertukaran. Dalam jurnal Eksplorasi Akuntansi Faidhatul Fitri menyatakan bahwa

⁷ Kristiyadi dan Sri Hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*, Vol. 5 No. 9 (2016), 46.

⁸ Jalaludin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafinso Persada, 2012), 15.

kepercayaan nasabah pada bank syariah akan mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi dan menitipkan dananya pada Bank, karena dengan adanya kepercayaan yang tinggi maka nasabah yakin bahwa pihak Bank mampu bertanggung jawab akan tugasnya. Jika nasabah percaya dan yakin akan suatu kinerja Bank dalam mengelola dana nasabah, maka minat nasabah dalam menitipkan dananya dan melakukan transaksi pada Bank tersebut semakin meningkat.⁹

Dalam penelitian ini menggunakan variabel *intervening*. Variabel *intervening* merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat di amati serta di ukur, sehingga disebut juga sebagai variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan variabel dependen.¹⁰ Variabel *intervening* dapat diketahui dengan beberapa cara, yaitu secara teoritis dan perhitungan statistik. Alasan dalam penelitian ini menggunakan kepercayaan sebagai variabel *intervening* adalah pertama secara teoritis kepercayaan dipengaruhi oleh pengetahuan dan religiusitas. Seperti yang diungkapkan oleh Santrock dalam jurnal Al-Qalb ia menyatakan bahwa bahwa kepercayaan diri mengalami perubahan tergantung pada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan

⁹ Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, Vol. 1 No. 3 (Agustus 2019), 1326.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2016), 38-39.

adalah religiusitas, di mana tingkat religiusitas yang tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri serta meningkatkan rasa aman.¹¹ Selain itu, faktor yang mempengaruhi kepercayaan adalah pengetahuan. Pengetahuan adalah salah satu faktor yang terkuat. Dapat diartikan bahwa apabila level pengetahuan konsumen meningkat maka level kepercayaan konsumen keseluruhan juga meningkat.¹²

Kedua secara perhitungan statistik yang akan di analisis dalam penelitian ini. Di mana perhitungan digunakan sebagai tolak ukur yang sifatnya dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara pengetahuan dan religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun. Meskipun kepercayaan sebagai variabel *intervening* tidak dapat diamati serta diukur secara keseluruhan.

BRI Syariah KC Madiun adalah salah satu perbankan syariah yang ada di Madiun. Ada beberapa produk tabungan yang ditawarkan oleh BRI Syariah KC Madiun, salah satunya adalah produk tabungan haji. Tabungan haji merupakan produk simpanan yang menggunakan akad Bagi Hasil sesuai prinsip syariah khusus bagi calon haji yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).

¹¹ Purwadi dan Arief Widyantoro, "Hubungan antara Religiusitas dengan Kepercayaan Diri," *Jurnal Al-Qalb Jilid 8*, No. 1 (Maret 2016), 3.

¹² Alyssa Nikyta Taliwongso Rondonuwu, "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli Calon Pengusaha Smartfren Andromax di Sidoarjo," *Artikel Ilmiah*, (Surabaya: STIE Perbanas, 2014), 4.

Desa Pucanganom merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun yang memiliki wilayah cukup luas. Masyarakat Desa Pucanganom merupakan masyarakat Agamis yang mayoritas penduduknya beragama Islam, terbukti dengan banyaknya tempat ibadah yang terdiri dari Masjid sebanyak 13, Musholla sebanyak 42, Pondok Pesantren sebanyak 3 dan Panti Asuhan sebanyak 1.¹³

Masyarakat yang berada di Desa Pucanganom banyak yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), pengusaha dan petani yang memiliki lahan persawahan yang cukup luas. Ini yang menjadikan saya tertarik untuk meneliti masyarakat Desa Pucanganom karena dari segi ekonomi mereka mampu untuk melaksanakan ibadah haji. Hal ini dibuktikan dengan terdapat masyarakat Desa Pucanganom yang sudah melaksanakan ibadah haji.

Tabel 1.1
Profesi Masyarakat Desa Pucanganom

| No. | Pekerjaan | Jumlah |
|---------------|----------------------------|-------------|
| 1. | Pegawai Negeri Sipil (PNS) | 112 |
| 2. | Pengusaha | 42 |
| 3. | Petani | 115 |
| 4. | Buruh Tani | 900 |
| 5. | TNI/Polri | 12 |
| 6. | Pedagang | 45 |
| 7. | Lain-lain | 1240 |
| Jumlah | | 2466 |

Sumber: Data Potensi Sosial Ekonomi Desa/Kelurahan Tahun 2015¹⁴

¹³ “Bagian Pelayanan Desa Pucanganom, Wawancara, 13 Oktober 2020”

¹⁴ Ibid.

Tabel 1.2
Jumlah Masyarakat Desa Pucanganom yang Sudah Melaksanakan
Ibadah Haji

| No. | Dusun | Jumlah |
|---------------|-----------------|-----------|
| 1. | Ngendut Utara | 35 |
| 2. | Ngendut Selatan | 22 |
| 3. | Pucanganom | 9 |
| 4. | Baleboto | 12 |
| 5. | Barek | 14 |
| Jumlah | | 92 |

Sumber: Wawancara Masyarakat Desa Pucanganom¹⁵

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Desa Pucanganom dikarenakan ada masalah yang muncul dari hasil wawancara yang saya lakukan. Ada beberapa dari mereka yang mengungkapkan bahwa mereka ingin melaksanakan ibadah haji, namun mereka belum memiliki cukup dana. Mereka memutuskan untuk menabung di bank konvensional terlebih dahulu dalam bentuk simpanan biasa. Ini mereka lakukan dengan berbagai alasan. Karena memang sekarang bank konvensional mengalihkan produk tabungan haji dan umroh ke bank syariah. Oleh karena itu masyarakat Desa Pucanganom yang berkeinginan untuk melaksanakan ibadah haji tidak berminat untuk langsung membuka tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun. Mereka memilih untuk menabung di bank konvensional terlebih dahulu dalam bentuk simpanan biasa. Padahal alangkah baiknya jika mereka membuka tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun.

Berdasarkan hasil wawancara salah seorang masyarakat Desa Pucanganom mengungkapkan bahwa ia mengetahui adanya produk

¹⁵ “Masyarakat Desa Pucanganom, Wawancara, 13 Oktober 2020”

tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun, dan mengetahui bahwa dalam menjalankan transaksinya bank tersebut berdasarkan syariat Islam. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan orang tersebut baik terhadap BRI Syariah KC Madiun.¹⁶ Dari hasil wawancara lain menyatakan bahwa jika ia membuka tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun ia akan merasa dekat dengan Allah SWT. Bahkan menumbuhkan rasa aman dan nyaman dalam dirinya karena BRI Syariah KC Madiun merupakan bank syariah yang dalam segala kegiatan dan transaksinya berlandaskan syariat Islam. Hal ini dapat disimpulkan bahwa religiusitas orang tersebut baik.¹⁷ Maka dengan adanya pengetahuan dan religiusitas yang baik akan menumbuhkan rasa minat masyarakat Desa Pucanganom untuk membuka tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun.

Pengetahuan dan religiusitas yang baik terhadap BRI Syariah KC Madiun tidak membuat masyarakat Desa Pucanganom berminat untuk membuka tabungan haji di bank tersebut. Mereka memutuskan untuk menabung terlebih dahulu di bank konvensional dalam bentuk simpanan biasa karena mereka merasa sudah terbiasa melakukan transaksi di bank konvensional daripada di bank syariah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak adanya ketertarikan masyarakat Desa Pucanganom untuk membuka tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun.

Salah seorang masyarakat lain mengungkapkan bahwa selama ini ia bertanya-tanya dalam hati apakah bank syariah khususnya BRI Syariah

¹⁶ “Arifah, Wawancara, 15 Oktober 2020”

¹⁷ “Murtini, Wawancara, 15 Oktober 2020”

KC Madiun benar-benar menjalankan praktiknya sesuai dengan syariat Islam atau tidak, bahkan ia meragukan hal tersebut. Menurutnya bank syariah dengan bank konvensional itu sama dalam praktiknya. Hanya saja istilah di dalamnya berbeda. Sehingga hal ini yang menjadikan ia memutuskan untuk menabung dalam bentuk simpanan biasa di bank konvensional. Apabila tabungan tersebut sudah cukup, ia akan mengambilnya dan mendaftarkan diri untuk melaksanakan ibadah haji langsung ke Kemenag. Ia juga mengungkapkan bahwa apabila membuka tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun ia tidak mampu melunasinya dalam jangka waktu yang ditentukan, mengingat bahwa sekarang tidak lagi diperbolehkan adanya dana talangan haji. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak adanya kepercayaan terhadap BRI Syariah KC Madiun dan kepercayaan terhadap dirinya sendiri.¹⁸

Dari teori dan beberapa hasil wawancara yang dipaparkan di atas mengenai pengetahuan dan religiusitas terhadap minat terjadi kesenjangan, di mana dalam teori dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan dan religiusitas maka akan menjadikan minat terhadap perbankan syariah meningkat. Tetapi pada kenyataannya tingkat pengetahuan dan religiusitas yang tinggi terhadap BRI Syariah KC Madiun tidak menjadikan masyarakat Desa Pucanganom berminat untuk membuka tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun karena ada faktor lain yang

¹⁸ “Azizah Uswah, Wawancara, 15 Oktober 2020”

menyebabkan hal tersebut, yaitu tidak adanya rasa kepercayaan dari dalam diri masyarakat terhadap BRI Syariah KC Madiun.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut karena tingkat pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan setiap orang berbeda dengan mengangkat judul "Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas selanjutnya dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom?
2. Apakah terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom?
3. Apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom?
4. Apakah terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom?

5. Apakah terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom?
6. Apakah pengetahuan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom?
7. Apakah pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom?
8. Apakah kepercayaan sebagai variabel intervening mampu memediasi pengetahuan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom?
9. Apakah kepercayaan sebagai variabel intervening mampu memediasi religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara pengetahuan terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara religiusitas terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara pengetahuan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara kepercayaan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan dan religiusitas secara bersama-sama terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom.
8. Untuk menguji dan menganalisis apakah kepercayaan mampu memediasi pengetahuan terhadap minat menggunakan produk

tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom.

9. Untuk menguji dan menganalisis apakah kepercayaan mampu memediasi religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan ini, semoga dapat memberikan manfaat anatara lain adalah :

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan tentang perbankan syariah secara lebih mendalam, meningkatkan religiusitas, meningkatkan kepercayaan dan juga dapat mengembangkan ilmu terkait minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun yang dipengaruhi oleh pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan.

2. Praktis

- a) BRIS KC Madiun

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak BRI Syariah KC Madiun dalam menentukan sebuah kebijakan terkait bagaimana cara meningkatkan pengetahuan nasabah yang baik terhadap kepercayaan untuk meningkatkan minat nasabah.

b) Bank Umum Syariah (BUS)

Hasil penelitian ini dapat dijadikan Bank Umum Syariah lain sebagai bahan untuk menambah minat dengan pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan sebagai variabel yang memengaruhi minat.

c) Masyarakat (Nasabah)

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan sehingga masyarakat percaya dan selanjutnya tumbuh rasa minat terhadap perbankan syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II. KAJIAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang teori minat yang dikemukakan oleh Sumadi Suryabrata, teori pengetahuan yang dikemukakan oleh Akhyar Yusuf Lubis, teori religiusitas yang dikemukakan

oleh Jalaludin dan teori kepercayaan yang di kemukakan oleh Lau and Lee yang relevan dengan permasalahan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Dalam bagian ini menguraikan tentang metode penelitian kuantitatif, variabel penelitian yang terdiri dari pengetahuan (X1), religiusitas (X2), kepercayaan (Z) dan minat (Y), definisi operasional, populasi sebanyak 4759 masyarakat desa Pucanganom dan sampel sebanyak 98 responden, serta metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi deskripsi objek penelitian yaitu BRI Syariah KC Madiun, data hasil pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dan berganda, uji ketepatan model, uji hipotesis dan analisis jalur (*Path Analysis*) serta pembahasan dari hasil analisis.

BAB V. PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan terhadap hasil penelitian serta saran yang didapat dalam penelitian hingga diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan terhadap bank syariah.

IAIN
PONOROGO

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat menurut Sumadi Suryabrata suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau pada suatu yang diminatinya.¹

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip dalam jurnal *Journal of Financing and Islamic Banking* minat konsumen berarti sebuah perilaku di mana konsumen tersebut memiliki keinginan untuk membeli dan memilih suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan serta menginginkan suatu produk atau jasa tersebut.²

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu

¹ Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan*, 5.

² Yuliana Siti Khotifah, "Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program *Office Channeling*," *Journal of Financing and Islamic Banking*, Vol. 1 No. 1 (2018), 66.

tujuan tertentu. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu.³ Keputusan pembelian menurut Sofjan Assauri merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.⁴

Minat lebih dikenal dengan keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atau pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat menabung nasabah adalah keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk/jasa bank atau melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank dengan tujuan tertentu.⁵

b. Indikator Minat

1) Dorongan dari dalam

Dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan untuk makan, ingin tahu atau dorongan untuk menabung.

³ Tri Astuti, "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah," *Jurnal Nominal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Vol. 2 No. 1 (2013), 186.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.⁶

2) Faktor sosial

Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Motif sosial, dapat menjadi faktor membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain. Minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapatkan penghargaan dari masyarakat.⁷

3) Faktor emosional

Faktor emosional atau perasaan, artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.⁸

⁶ Abdul Rahman Saleh, *Psikologi dalam Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media 2004), 263

⁷ Ibid., 244.

⁸ Erma Ardhiyanti, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga Pada Bank Syariah," *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016), 26.

Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui berbagai indikator berikut:⁹

- 1) Minat Transaksional yaitu kecenderungan konsumen untuk membeli produk atau jasa.
- 2) Minat Refrensial merupakan kecenderungan konsumen untuk merefrensikan atau menginformasikan produk atau jasa kepada orang lain.
- 3) Minat Prefensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki minat utama pada produk dan jasa tersebut.
- 4) Minat Eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi-infortmasi lain mengenai produk dan jasa yang diminatinya sehingga tahu sifat-sifat positif yang terdapat dalam produk atau jasa tersebut.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Sukmadinata, faktor-faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- 1) Pengetahuan
- 2) Pengalaman
- 3) Informasi
- 4) Dorongan dari dalam¹⁰

⁹ Khotifah, "Peningkatan Minat Menabung, 67.

¹⁰ Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan*, 5.

Menurut Nugroho J Setiadi, faktor-faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- 1) Persepsi
- 2) Kepercayaan dan sikap
- 3) Motivasi
- 4) Gaya hidup¹¹

Kemudian menurut Muhammad faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah, yaitu:

- 1) Pelayanan
- 2) Bagi hasil
- 3) Keyakinan atau religiusitas
- 4) Lokasi.¹²

2. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah keseluruhan pemikiran, gagasan, dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya, termasuk manusia dan kehidupannya.¹³ Pengetahuan diperoleh melalui pengalaman hidup, pengalaman kerja, atau melalui pendidikan dan latihan.¹⁴ Pengetahuan ialah segala sesuatu yang diketahui seseorang dengan jalan apapun. Sering juga orang

¹¹ Ibid.

¹² Muhammad, *Manajemen Bank*, 237.

¹³ Akhyar Yusuf Lubis, *Filsafat Ilmu: Klasik Hingga Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 63.

¹⁴ Mohamad Surya, *Psikologi Guru* (Bandung: Alfabeta, 2014), 252.

menyebut pengetahuan itu sebagai segala sesuatu yang diketahui orang dari pengalamannya, sehingga disebut sebagai pengetahuan pengalaman.¹⁵

Pengetahuan pada hakikatnya meliputi semua yang diketahui seseorang tentang objek tertentu. Seseorang mengetahui apa yang dimaksud dengan dosa, mengetahui apa yang baik dan buruk dan sebagainya.

b. Jenis Pengetahuan

Mowen dan Minor membagi pengetahuan konsumen menjadi tiga kategori yaitu:

- 1) Pengetahuan Objektif (*Objective knowledge*), merupakan informasi yang benar mengenai kelas produk yang disimpan dalam memori jangka panjang.
- 2) Pengetahuan Subjektif (*Subjective knowledge*), yaitu persepsi konsumen tentang apa atau seberapa banyak pengetahuannya dengan kelas produk.
- 3) Informasi mengenai pengetahuan lainnya.¹⁶

c. Indikator Pengetahuan

Indikator Pengetahuan terbagi menjadi tiga macam yaitu antara lain sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan Produk

¹⁵ Binti Maunah, *Sosiologi Pendidikan* (Sleman: Kalimedia, 2016), 20.

¹⁶ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011),

Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi merek, atribut atau fitur produk dan kepercayaan mengenai produk.

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan akan membelinya

3) Pengetahuan Pemakaian

Pengetahuan pemakaian menggambarkan dari ketiga kategori dari pengetahuan konsumen. Pengetahuan ini mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.¹⁷

3. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Agama berasal dari kata *al-Din, religi (relegere, religare)* dan agama. *Al-Din* (semit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata

¹⁷ Priansa, *Perilaku Konsumen*, 132-137.

religi (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat.¹⁸

Agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan harus dipatuhi oleh manusia. Ikatan yang dimaksud berasal dari suatu kekuatan yang lebih tinggi dari manusia sebagai kekuatan gaib yang tak dapat ditangkap dengan pancaindra, namun mempunyai pengaruh yang sangat besar sekali terhadap kehidupan manusia sehari-hari.

Keberagaman atau *religiusitas* diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas keberagaman bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan akhir. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktifitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktifitas tak tampak dan terjadi dalam hati seseorang. Karena itu, keberagaman seseorang akan meliputi berbagai macam sisi atau dimensi. Dengan demikian, agama adalah sebuah sistem yang berdimensi banyak. Agama, dalam pengertian Glock & Stark adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, semua itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi.¹⁹

¹⁸ Jalaludin, *Psikologi Agama*, 12.

¹⁹ *Ibid.*, 13.

b. Indikator Religiusitas

Menurut Glock & Stark mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam *religiusitas*, yaitu:²⁰

1) Dimensi keyakinan atau ideologis

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang *dogmatik* dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut oleh seseorang, makna yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama. Dengan sendirinya dimensi keyakinan ini menuntut dilakukannya praktek-praktek peribadatan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2) Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama adalah tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu

²⁰ Ibid.

dalam menjalankan ritual-ritual yang berkaitan dengan agama. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.²¹

3) Dimensi pengalaman atau eksperiensial

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

4) Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya.

5) Dimensi konsekuensi

Dimensi konsekuensi yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya. Esensi Islam adalah tauhid atau pengesaan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah sebagai Yang Maha Esa, penciptaan yang mutlak dan transenden,

²¹ Ibid., 14.

penguasa segala yang ada. Disamping tauhid atau akidah, dalam Islam juga ada syariah dan akhlak. Pada dasarnya Islam dibagi menjadi tiga bagian, yaitu akidah, syariah, dan akhlak, di mana tiga bagian tadi satu sama lain saling berhubungan.

c. Sikap Religiusitas

Terdapat beberapa sikap *religiusitas* yang tampak di dalam diri seseorang dalam menjalankan tugasnya, di antaranya:²²

- 1) Kejujuran: Rahasia untuk meraih sukses menurut mereka adalah berkata jujur.
- 2) Keadilan: Salah satu skill orang yang *religius* adalah mampu bersikap adil kepada semua pihak, bahkan saat ia terdesak sekalipun.
- 3) Bermanfaat bagi orang lain: hal ini merupakan salah satu sikap yang tampak dari diri seseorang.
- 4) Rendah hati: merupakan sikap tidak sombong mau mendengarkan pendapat orang lain dan tidak memaksakan gagasan atau kehendaknya.
- 5) Bekerja efisien: mereka mampu memusatkan semua perhatiannya pada pekerjaan saat itu, begitu juga saat mereka mengerjakan pekerjaan selanjutnya.

²² Ibid., 15.

- 6) Visi kedepan: mereka mampu mengajak orang kedalam angan-angannya. Kemudian menjabarkan begitu terinci, cara-cara untuk menuju kesana.
- 7) Disiplin tinggi: kedisiplinan mereka tumbuh dari semangat penuh gairah dan kesadaran, bukan berangkat dari keharusan dan keterpaksaan.
- 8) Keseimbangan: seseorang yang memiliki sikap *religiusitas* sangat menjaga keseimbangan hidupnya, kususnya empat aspek inti dalam kehidupannya, yaitu: keintiman, pekerjaan, komunitas dan spiritualitas.

4. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain yang bersangkutan serta kepercayaan juga merupakan harapan umum yang dimiliki individu bahwa kata-kata yang muncul dari pihak lainnya dapat diandalkan.²³ Kepercayaan dapat diartikan sebagai pernyataan psikologis yang terjadi ketika seseorang menyetujui untuk membuat dirinya menjadi rentan

²³ Hisyam Zaini, Yusron Rozzaid dan Nurul Qomariah, "Dampak Relationship Marketing, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 7 No. 1 (2017), 81.

terhadap orang lain karena seseorang tersebut memiliki ekspektasi positif mengenai bagaimana hal-hal berubah.²⁴

Menurut Lau & Lee kepercayaan merupakan kesediaan mempercayai atau mengandalkan merek dalam situasi risiko karena adanya harapan bahwa merek tersebut memberikan hasil positif. Kepercayaan nasabah dikaitkan dengan kesediaan nasabah menerima risiko dengan harapan nasabah akan memperoleh nilai sesuai atau melebihi harapannya.²⁵ Konsep tentang kepercayaan dijelaskan sebagai keadaan di mana seseorang mempunyai sebuah keyakinan terhadap kehandalan dan kejujuran pihak lain serta meyakini bahwa pihak tersebut akan menepati janjinya.²⁶

Kepercayaan atau *trust* didefinisikan sebagai persepsi atas kehandalan dari sudut nasabah yang didasari pada pengalaman atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang ditandai dengan terpenuhinya harapan pada kinerja produk serta kepuasan. Sedangkan ciri utama bisa terbentuknya kepercayaan adalah adanya persepsi yang positif dari pengalaman.²⁷

²⁴ Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 268.

²⁵ Abdul Razak, *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara* (Yogyakarta: Gawe Buku, 2017), 56.

²⁶ Niel Dhesta Cavarela dan Euis Soliha, "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpeda Bank Jateng Cabang Utama Semarang," *Jurnal Prosiding Sendi* (2019), 391.

²⁷ Razak, *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi*, 56.

b. Komponen Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra bertukar yang dipercayai. Komponen kepercayaan menurut Green yaitu:²⁸

1) Kredibilitas

Kredibilitas berarti jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata, “saya dapat mempercayai apa yang dikatakannya mengenai...” bentuk lain yang berhubungan adalah *believability* dan *truthfulness*.

2) Reliabilitas

Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat *reliable* atau dapat diandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi. Reliabilitas harus dilakukan dengan tindakan, “saya dapat memercayai apa yang akan dilakukannya...”. bentuk lain yang berhubungan adalah *predictability* dan *familiarity*.

3) *Intimacy*

Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya *internal consistency*, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan

²⁸ Ikbal Khairi, “Strategi Menumbuhkan Kepercayaan Calon Anggota Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota di BMT NU Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep,” *Skripsi* (Surabaya: UINSA, 2015), 32-33.

dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas menunjukkan adanya ketulusan.

Menurut Flafian dan Giunaliu kepercayaan terhadap bank dapat terbentuk dari tiga hal yaitu:

1) Kejujuran (*honestly*)

Kejujuran ialah percaya pada kata-kata orang lain, percaya dalam artian bahwa mereka akan menepati perkataannya

2) Kebajikan (*benevolence*)

Kebajikan ialah suatu tindakan mendahulukan kepentingan umum di atas kepentingan pribadi

3) Kompetensi (*competence*)

Kompetensi ialah persepsi atas pengetahuan, kemampuan untuk menyelesaikan suatu masalah, serta kemampuan untuk memenuhi kebutuhan suatu pihak.²⁹

c. Indikator Kepercayaan

Menurut Swan dan Nolan kepercayaan nasabah diukur melalui empat indikator yaitu:

1) *Dependability*

Dependability (menggantungkan harapan) yaitu saat nasabah menggantungkan harapan serta kepercayaannya pada janji yang disampaikan bank melalui pesan iklan dan personal

²⁹ Azka Al Afifah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Nasabah," *Skripsi* (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017), 17.

selling kepada nasabah. Semakin tinggi nasabah menggantungkan harapannya kepada bank untuk mendapatkan nilai yang diharapkan berarti nasabah semakin mempercayai bank.³⁰

2) *Honest*

Honest (kejujuran) yang melekat kepada karyawan bank dalam konteks bahwa karyawan bank dalam memberikan informasi dan layanan yang dibutuhkan nasabah. Dalam perbankan kejujuran menjadi faktor kunci yang menentukan kepercayaan nasabah pada karyawan dan berdampak pada kepercayaan nasabah terhadap bank.

3) *Competence*

Competence (kompetensi) menjadi sebuah keunggulan bersaing dengan bank yang lainnya berhubungan dengan kompetensi yang dimiliki bank serta karyawan. Misalnya seperti profesionalisme karyawan, layanan yang unggul, citra produk, desain barang/jasa.

4) *Likable*

Likable (menyenangkan) merupakan sifat karyawan bank yang menyenangkan kepada para nasabah. Nasabah bisa senang kepada karyawan bank apabila mereka bertutur kata sopan, rapi dalam berbusana dan sifat suka membantu nasabah apabila

³⁰ Razak, *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi*, 57-58.

mengalami kesulitan atau perhatian terhadap nasabah yang berkaitan dengan produk/jasa yang telah dibeli.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 4 indikator menurut Swan dan Nolan untuk mengukur kepercayaan bank yaitu *dependability* (menggantungkan harapan), *honest* (kejujuran), *competence* (kompetensi) dan *likeable* (menyenangkan).

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang. McKnight et al. menyatakan bahwa ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen yaitu *reputation* dan *perceived quality*.³¹

1) Reputation

Reputasi merupakan suatu atribut yang diberikan kepada penjual berdasarkan pada informasi dari orang atau sumber lain. Reputasi dapat menjadi penting untuk membangun kepercayaan seorang konsumen terhadap penjual karena konsumen tidak memiliki pengalaman pribadi dengan penjual. Reputasi dari mulut ke mulut yang juga dapat menjadi kunci ketertarikan konsumen. Informasi positif yang didengar oleh konsumen tentang penjual dapat mengurangi persepsi terhadap resiko dan ketidakamanan

³¹ Khairi, "Strategi Menumbuhkan Kepercayaan Calon Anggota Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota di BMT NU Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep," 33-34.

ketika bertransaksi dengan penjual. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen tentang kompetensi, benevolence, dan integritas pada penjual.

2) *Perceived quality*

Perceived quality yaitu persepsi akan kualitas baik itu dari segi produk, pelayanan maupun penghargaan. Tampilan serta desain perusahaan jua dapat mempengaruhi kesan pertama yang terbentuk.

Sedangkan menurut Pappers dan Roggers faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan diantaranya:³²

1) Nilai

Nilai merupakan hal yang mendasar untuk mengembangkan sebuah kepercayaan. Kemampuan mengembangkan kepercayaan dipengaruhi oleh pihak-pihak yang memiliki sikap, tujuan serta kebajikan yang sama.

2) Ketergantungan kepada pihak lain mengimplikasikan kerentanan

Pihak yang kurang percaya akan cenderung menjalin hubungan dengan pihak yang dirasa dapat dipercaya untuk menghindari sebuah resiko.

3) Komunikasi terbuka dan teratur

Komunikasi harus dilakukan secara teratur agar dapat menumbuhkan kepercayaan yang berkualitas serta komunikasi

³² Al Afifah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Nasabah," 16.

masa lalu yang positif akan menjadikan komunikasi yang lebih baik.

Menurut Kotler kepercayaan dapat dipengaruhi faktor-faktor berikut ini, diantaranya:

- 1) Transparan
- 2) Kualitas produk dan jasa
- 3) Intensif
- 4) Desain kerjasama
- 5) Perbandingan produk dan nasihat
- 6) Rantai pasokan
- 7) Advokasi/pervasif³³

e. Strategi Membangun Kepercayaan

Beberapa strategi dalam membangun kepercayaan nasabah diantara lain:

- 1) Perlindungan informasi yang rahasia
- 2) Menahan diri untuk tidak membuat komentar yang meremehkan tentang pelanggan dan pesaing lainnya
- 3) Memberikan informasi kepada pelanggan yang sebenarnya walaupun itu sangat menyakitkan
- 4) Menyediakan pelanggan dengan informasi yang penuh baik secara pro dan kontra.

³³ Renniwyaty Siringoringo dan Putru Hari Kurniawan, "Analisis Pelanggan, Kualitas Layanan dan Kebijakan Tarif Listrik Prabayar Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Dampaknya Pada Citra PLN Bright Batam," *Jurnal Akuntansi Bareleng*, Vol. 3 No. 1 (2018), 100.

- 5) Menjadi perusahaan yang bisa diandalkan, sopan dan penuh perhatian kepada pelanggan
- 6) Aktif dan terlibat dalam urusan masyarakat³⁴

B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1
Kajian Pustaka

| No. | Judul/Tahun>Nama | Isi Konten | Perbedaan | Persamaan |
|-----|---|---|---|---|
| 1. | Pengaruh Promosi, Religiusitas, Kepercayaan dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening/Wiwit Ayu Dwi Rahmawati/2019 ³⁵ | Variabel promosi, religiusitas, kepercayaan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan masyarakat pada bank syariah. Variabel pengetahuan mampu memediasi | Menjadikan pengetahuan sebagai variabel intervening | Terdapat variabel kepercayaan dan minat sebagai variabel dependen |

³⁴ Khairi, "Strategi Menumbuhkan Kepercayaan Calon Anggota Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota di BMT NU Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep," 34.

³⁵ Wiwit Ayu Dwi Ambarsari, "Pengaruh Promosi, Religiusitas, Kepercayaan dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening," *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018).

| No. | Judul/Tahun>Nama | Isi Konten | Perbedaan | Persamaan |
|-----|---|--|---|---|
| | | promosi, religiusitas, kepercayaan dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah | | |
| 2. | Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening/Taufik Saifudin/2018. ³⁶ | Variabel promosi, religiusitas dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan masyarakat pada bank syariah. Variabel pengetahuan tidak mampu memediasi promosi, | Menjadikan pengetahuan sebagai variabel intervening | Terdapat variabel kepercayaan dan minat sebagai variabel dependen |

³⁶ Taufik Saifudin, "Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening," *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2019).

| No. | Judul/Tahun>Nama | Isi Konten | Perbedaan | Persamaan |
|-----|---|--|---|---|
| | | religiusitas dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah | | |
| 3. | Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> Dengan Kepercayaan Sebagai Sebagai Variabel Intervening/Sri Ambar Wahyuningsih/201 9 ³⁷ | Varaiabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, variabel kemanfaatan berpengaruh positif namun tidak signifikan, variabel resiko berpengaruh negatif dan | Populasi penelitian pada nasabah PT BNI Syariah KC Yogyakarta | Terdapat variabel kepercayaan sebagai variabel intervening dan minat sebagai variabel dependen |

³⁷ Sri Ambar Wahyuningsih, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Dengan Kepercayaan Sebagai Sebagai Variabel Intervening," *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2019).

| No. | Judul/Tahun>Nama | Isi Konten | Perbedaan | Persamaan |
|-----|---|---|---|---|
| | | signifikan terhadap minat, variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> | | |
| 4. | Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah/Imanuddin/ 2019 ³⁸ | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di | Populasi penelitian pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo | Terdapat variabel pengetahuan sebagai variabel independen dan minat sebagai variabel dependen |

³⁸ Imanuddin, "Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019).

| No. | Judul/Tahun>Nama | Isi Konten | Perbedaan | Persamaan |
|-----|---|--|--|--|
| | | bank syariah | | |
| 5. | Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Santri Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening/Dwi Nuryanti/2018 ³⁹ | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat sedangkan variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. | Populasi penelitian pada santri pondok pesantren | Terdapat variabel religiusitas dan pengetahuan sebagai variabel independen, variabel kepercayaan sebagai variabel intervening dan minat sebagai variabel dependen. |

Penelitian ini mengkaji tema tentang minat yang sudah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Namun, dalam penelitian ini mengembangkan teori

³⁹ Dwi Nuryanti, "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Santri Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening," *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018).

minat dari Sumadi Suryabrata yang menyatakan bahwa minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Sedangkan dalam penelitian terdahulu oleh Dwi Nuryanti mengembangkan teori minat dari Shaleh yang menyatakan bahwa minat secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Penelitian ini mengembangkan teori pengetahuan dari Akhyar Yusuf Lubis yang menyatakan bahwa pengetahuan adalah keseluruhan pemikiran, gagasan dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya, termasuk manusia dan kehidupannya. Sedangkan dalam penelitian terdahulu oleh Taufik Saifudin mengembangkan teori pengetahuan dari Mowen dan Minor yang menyatakan bahwa pengetahuan sebagai *the amount of experince with and information ababout particular products or service a person has*. Atau pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki.

Penelitian ini mengembangkan teori religiusitas dari Jalaludin yang menyatakan bahwa agama atau religiusitas mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan harus dipatuhi oleh manusia. Ikatan yang dimaksud berasal dari suatu kekuatan yang lebih tinggi dari manusia sebagai kekuatan gaib yang tak dapat ditangkap dengan pancaindra, namun

mempunyai pengaruh yang sangat besar sekali terhadap kehidupan manusia sehari-hari. Sedangkan dalam penelitian terdahulu oleh Taufik Saifudin mengembangkan teori religiusitas dari Suhardiyanto menyatakan bahwa religiusitas adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendaknya (larangannya).

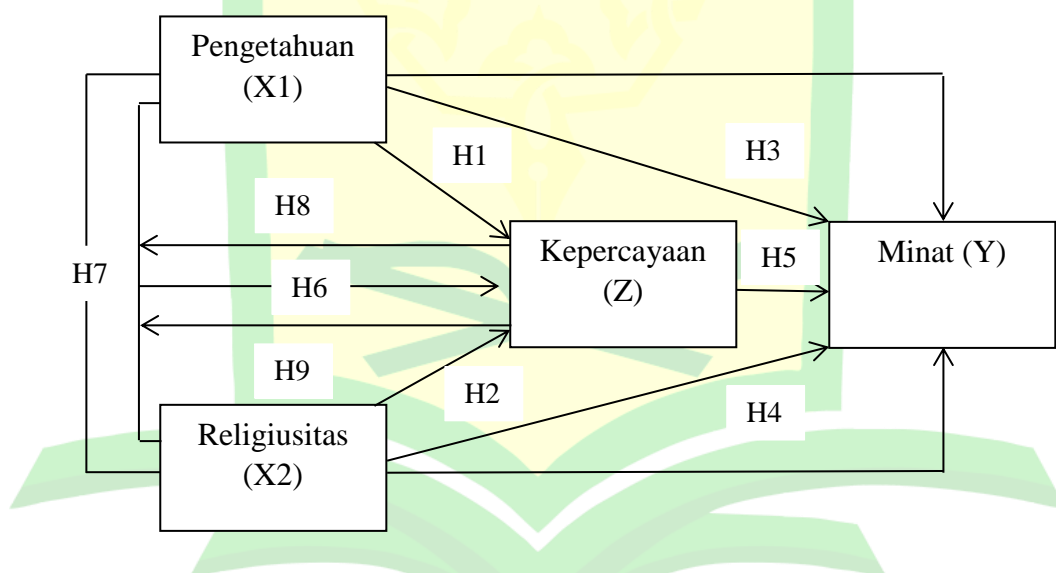
Penelitian ini mengembangkan teori kepercayaan dari Lau & Lee yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kesediaan mempercayai atau mengandalkan merek dalam situasi risiko karena adanya harapan bahwa merek tersebut memberikan hasil positif. Kepercayaan nasabah dikaitkan dengan kesediaan nasabah menerima risiko dengan harapan nasabah akan memperoleh nilai sesuai atau melebihi harapannya. Sedangkan penelitian terdahulu oleh Sri Ambar Wahyuningsih mengembangkan teori kepercayaan dari Suryawardana yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Keistimewaan penelitian ini di bandingkan penelitian sebelumnya yaitu menjadikan tabungan haji sebagai subjek penelitian terhadap

masyarakat Desa Pucanganom yang belum pernah diteliti sebelumnya oleh peneliti terdahulu. Selain itu, lokasi berbeda akan menghasilkan data yang berbeda juga.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir pada judul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah terhadap Minat dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Masyarakat Desa Pucanganom yang menjadi Nasabah Tabungan Haji di Bank Syariah” adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1

Kerangka Berfikir

Dari pola berfikir di atas, maka dapat dijadikan kerangka berfikir sebagai berikut :

1. Jika pengetahuan tinggi maka akan meningkatkan kepercayaan
2. Jika religiusitas tinggi maka akan meningkatkan kepercayaan
3. Jika pengetahuan tinggi maka akan meningkatkan minat
4. Jika religiusitas tinggi maka akan meningkatkan minat

5. Jika kepercayaan tinggi maka akan meningkatkan minat
6. Jika pengetahuan dan religiusitas tinggi maka akan meningkatkan kepercayaan
7. Jika pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan tinggi maka akan meningkatkan minat

D. Hipotesis

1. H₀₁: Tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom
Ha₁: Terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom
2. H₀₂: Tidak terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom
Ha₂: Terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom
3. H₀₃: Tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom
Ha₃: Terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

4. H0₄: Tidak terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC

Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

- Ha₄: Terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC

Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

5. H0₅: Tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC

Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

- Ha₅: Terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC

Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

6. H0₆: Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara pengetahuan dan religiusitas terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC

Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

- Ha₆: Terdapat pengaruh secara simultan antara pengetahuan dan religiusitas terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC

Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

7. H0₇: Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan terhadap minat menggunakan

produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

Ha₇: Terdapat pengaruh secara simultan antara pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

8. H₀₈: Kepercayaan tidak mampu memediasi pengetahuan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

Ha₈: Kepercayaan mampu memediasi pengetahuan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

9. H₀₉: Kepercayaan tidak mampu memediasi religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

Ha₉: Kepercayaan mampu memediasi religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu data yang digunakan dalam bentuk angka. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang bertujuan memecahkan masalah yang bersifat teoritis konseptual, cenderung tidak berpengaruh langsung dengan penentuan kebijakan dan tindakan. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model sistematis, teori-teori dan hipotesis.¹

Rancangan penelitian ini menggunakan rancangan penelitian yang bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain.²

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 16.

² *Ibid.*, 35.

sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Variabel independen (variabel eksogen) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Pada penelitian ini, variabel independen adalah Pengetahuan (X1) dan Religiusitas (X2).
- b. Variabel dependen (variabel endogen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini, variabel dependen adalah Minat (Y).
- c. Variabel *intervening* merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati serta di ukur, sehingga disebut juga sebagai variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan variabel dependen.³ Pada penelitian ini, variabel *intervening* adalah Kepercayaan (Z).

2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel yang dibahas meliputi variabel bebas, variabel terikat dan variabel *intervening*. Adapun variabel *independen* dalam penelitian ini adalah pengetahuan (X) dan kepercayaan sebagai variabel *intervening* (Z). Sedangkan variabel *dependen* atau variabel terikat adalah minat (Y). Definisi

³ Ibid., 38-39.

operasioanl dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator⁴

| No. | Variabel | Indikator | No. Butir | Sumber |
|-----|-------------------|--------------------------|-----------|--|
| 1. | Minat (Y) | 1. Minat Transaksional | 1,2 | Ferdinand (2006) ⁵ |
| | | 2. Minat Referensial | 3,4 | |
| | | 3. Minat Preferensial | 5,6 | |
| | | 4. Minat Eksploratif | 7,8 | |
| 2. | Pengetahuan (X1) | 1. Pengetahuan Produk | 1,2 | Donni Juni Priansa (2017) ⁶ |
| | | 2. Pengetahuan Pembelian | 3,4 | |
| | | 3. Pengetahuan Pemakaian | 5,6 | |
| 3. | Religiusitas (X2) | 1. Ideologis | 1,2 | Glock & Stark (1965) ⁷ |
| | | 2. Ritualistik | 3,4 | |
| | | 3. Eksperiensial | 5,6 | |
| | | 4. Intelektual | 7,8 | |
| | | 5. Konsekensi | 9,10 | |
| 4. | Kepercayaan (Z) | 1. <i>Dependability</i> | 1,2 | Abdul Razak (2017) ⁸ |
| | | 2. <i>Honest</i> | 3,4 | |
| | | 3. <i>Competence</i> | 5,6 | |
| | | 4. <i>Likable</i> | 7,8 | |

⁴ Wiratna Sujarweni, *Meeodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2015), 80.

⁵ Yuliana Siti Khotifah, "Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program *Office Channeling*," *Journal of Financing and Islamic Banking*, Vol. 1 No. 1 (2018), 67.

⁶ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 132-137,

⁷ Jalaludin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafinso Persada, 2012), 13.

⁸ Abdul Razak, *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara* (Yogyakarta: Gawe Buku, 2017), 57-58.

C. Lokasi Penelitian

1. Lokasi

Lokasi penelitian ini dilakukan pada masyarakat Desa Pucanganom Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun. Karena di desa Pucanganom terdapat kasus yang muncul dari hasil wawancara yang saya lakukan, yaitu adanya rasa tidak percaya masyarakat terhadap perbankan syariah. Mereka menganggap bahwa perbankan syariah dalam menjalankan praktiknya sama dengan bank konvensional. Desa Pucanganom termasuk dalam wilayah Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun dengan Luas Wilayah : 427,470 Ha. Dengan batas-batas Sebagai berikut :

Sebelah Utara : Desa Krandegan dan Desa Singgahan

Sebelah Timur : Desa Doho Kec. Dolopo

Sebelah Selatan : Desa Sukorejo

Sebelah Barat : Desa Sidorejo

Desa Pucanganom sebagian besar merupakan lahan Pertanian yang masih Produktif, terdiri dari tanah Pertanian seluas $\pm 235,185$ Ha, dan tanah darat seluas $\pm 188,865$ Ha. Luas tanah tersebut belum termasuk sungai dan jalan.

Desa Pucanganom terdiri dari 5 Dusun, 5 Rukun Warga dan 53 Rukun Tetangga yaitu :

- a. Dusun Ngendut Selatan, 15 RT dan 1 RW
- b. Dusun Ngendut Utara, 11 RT dan 1 RW

- c. Dusun Pucanganom, 11 RT dan 1 RW
- d. Dusun Baleboto, 6 RT dan 1 RW
- e. Dusun Berek, 10 RT dan 1 RW

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ditunjukkan oleh wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁹ Objek analisis pada penelitian ini adalah masyarakat desa Pucanganom. Adapun populasi data penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Populasi Masyarakat Desa Pucanganom

| No. | Dusun | Jumlah |
|--------------|-----------------|-------------|
| 1. | Ngendut Utara | 722 |
| 2. | Ngendut Selatan | 1735 |
| 3. | Pucanganom | 759 |
| 4. | Baleboto | 454 |
| 5. | Barek | 1089 |
| Total | | 4759 |

Sumber: Data Jumlah Masyarakat Desa Pucanganom Tahun 2017

2. Sampel

Sampel pada penelitian ini diperoleh dari sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 82.

karena keterbatasan dana, tenaga atau waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik *proportionate stratified random sampling*. *Proportionate stratified random sampling* merupakan teknik penentuan sampel bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.¹⁰ Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, penelitian menggunakan rumus sebagai berikut.¹¹

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

Keterangan :

n = banyaknya sampel

N = populasi

d = persen kelonggaran 10% atau 0,1

Merujuk pada rumus di atas, maka penentuan jumlah sampel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} = \frac{4759}{4759(0,1)^2 + 1} = 97,94 \text{ (dibulatkan menjadi 98)}$$

Setelah diketahui jumlah sampel dengan rumus di atas maka ditentukan kembali dengan rumus alokasi proporsional (n) sebagai berikut.¹²

¹⁰ Ibid., 85.

¹¹ Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*(Bandung: Alfabeta, 2014), 38-39.

¹² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2012), 152.

$$n = \frac{\text{populasi masyarakat}}{\text{jumlah populasi keseluruhan}} \times \text{jumlah sampel yang ditentukan}$$

Tabel 3.3
Sampel Masyarakat Desa Pucanganom

| No | Dusun | Jumlah Sampel | Jumlah |
|--------------|-----------------|---------------------------------|-----------|
| 1 | Ngendut Utara | $(722/4759) \times 98 = 14,88$ | 15 |
| 2 | Ngendut Selatan | $(1735/4759) \times 98 = 35,72$ | 36 |
| 3 | Pucanganom | $(759/4759) \times 98 = 15,62$ | 16 |
| 4 | Baleboto | $(454/4759) \times 98 = 9,34$ | 9 |
| 5 | Barek | $(1089/4759) \times 98 = 22,42$ | 22 |
| Total | | | 98 |

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer yang mana data itu dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian yang dilakukan.¹³ Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berupa subyek dari mana data dapat diperoleh, pada penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga sumber data disebut dengan responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti secara tertulis.¹⁴

¹³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), 16.

¹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 172.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan langkah yang paling strategis, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁵

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi, instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang di amati. Agar kuesioner yang di sebar kepada responden benar-benar dapat mengukur apa yang ingin di ukur, maka kuesioner harus valid dan reliabel.

Skala yang digunakan adalah skala likert, skala likert itu sendiri digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan di ukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan.¹⁶

Pada penelitian ini, menggunakan skala likert 4 poin dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu (*undecided*). Hal ini dilakukan karena kategori ragu- ragu memiliki makna ganda yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral dan ragu-ragu. Jawaban ragu-ragu

¹⁵ Ibid., 142.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 93.

juga mengakibatkan responden akan cenderung memilih jawaban di tengah-tengah terutama bagi responden yang ragu-ragu akan memilih jawaban yang mana. Selain itu responden memilih jawaban hanya untuk mencari amannya.¹⁷ Skala likert 4 poin ditunjukkan sebagai berikut.

Tabel 3.4
Sistem Penilaian Dengan Skala Likert

| Item Favorable | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS) | 4 |
| Setuju (S) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Alasan peneliti memakai skala likert 4 poin adalah untuk menghindari adanya kategori ragu-ragu yang memiliki arti ganda. Selain itu, dengan skala likert 4 poin ini peneliti dapat melihat kecenderungan responden kearah setuju atau tidak setuju.

G. Instrumen Penelitian

Dalam rangka memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini, maka peneliti menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁸ Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, yaitu jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti dan dapat bersifat tertutup, yaitu

¹⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), 139.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 142

alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Adapun instrumen daftar pertanyaan (berupa isian yang akan diisi oleh responden), *checklist* (berupa pilihan dengan cara memberi tanda pada kolom yang disediakan), dan skala (berupa pilihan dengan memberi tanda pada kolom berdasarkan tingkat tertentu).

H. Validitas dan Realibilitas

1. Validitas

Dalam penelitian ini untuk mengetahui kevalidan dan keabsahan data dilakukan dengan uji validitas. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.¹⁹ Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.²⁰

Pengujian validitas menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2)(\Sigma y^2)}}$$

Keterangan:

$$x = X - \bar{X}$$

¹⁹ Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 211.

²⁰ Ibid.

$$y = Y - \bar{Y}$$

X = skor rata-rata dari X

Y = skor rata-rata dari Y

Peneliti menetapkan taraf signifikansi 5% sebagai pedoman untuk memilih item. Item dengan probabilitas di bawah 0,05 akan dianggap gugur dan tidak digunakan dalam penelitian. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel, jika r hitung \geq r tabel maka item dapat dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah instrumen reliabel atau tidak dilakukan dengan uji reliabilitas. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi data yang dihasilkan dapat diandalkan.²¹

Pada penelitian ini menggunakan rumus Alpha untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.²²

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

²¹ Ibid.

²² Ibid., 239.

σ^2_t = varians total

Pada penelitian ini menggunakan formula *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan instrumen itu reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Jika *Cronbach Alpha* > 0,6 maka butir soal tersebut reliabel.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data berkaitan dengan teknik analisis data. Pengolahan data adalah melakukan analisis terhadap data dengan metode dan cara tertentu yang berlaku dalam penelitian. Analisis data yaitu untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan, karena data berupa data kuantitatif maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang tersedia.²³ Analisa data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer berupa IBM SPSS *Statistic* 21 dengan teknik sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak digunakan uji normalitas. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.²⁴ Jika $\text{sig} > \alpha$ maka diterima H_0 yang artinya residual berdistribusi normal. Pada

²³ Ibid., 93-94.

²⁴ Agus Tri Basuski dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017), 106-107.

penelitian kali ini peneliti menggunakan bantuan program komputer IBM SPSS *Statistic* 21.

b. Uji Multikolinieritas

Untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda digunakan uji multikolinieritas. Jika ada korelasi tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan VIF (*Variance Inflation Factor*).²⁵ Jika $VIF < 10$ maka diterima H_0 yang artinya tidak terjadi multikolinieritas. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan bantuan program komputer IBM SPSS *Statistic* 21.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain digunakan uji heteroskedastisitas. Model regresi yang memenuhi persyaratan ketika terdapat kesamaan varians dari residual satu ke pengamatan lain. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan bantuan program komputer IBM SPSS *Statistic* 21. Uji hetereskedastisitas dengan menggunakan uji glejser yaitu dengan melihat nilai sig dari variabel bebasnya dan

²⁵ Eko Perdana K, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22* (Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016), 47.

uji glejser variabel dependennya menggunakan abs, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila pada uji t untuk variabel bebas nilai sig < 0,05 (5%) maka dapat dipastikan terdapat heteroskedastisitas.
- 2) Apabila pada uji t untuk variabel bebas nilai sig \geq 0,05 (5%) maka dapat dipastikan tidak terdapat heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain digunakan uji autokorelasi.²⁶ Metode uji autokorelasi sering digunakan dengan Durbin-Watson (uji DW). Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan bantuan program komputer IBM SPSS *Statistic* 21. Kriteria penelitian ini dalam pengambilan keputusan yaitu:

- 1) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- 2) $DW < DL < 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- 3) $DL < DW < DU$ atau $4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan tidak pasti

²⁶ Tri Basuski, *Analisis Regresi*, 60.

e. Uji Linieritas

Untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak digunakan uji linieritas.²⁷ Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Uji linieritas dapat dilakukan melalui *test of linierty*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikan pada $\text{linierity} \leq 0,05$ maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linier. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan bantuan program komputer IBM SPSS *Statistic 21*.²⁸

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan untuk model hubungan antara satu variabel dependen dengan variabel independen. Dalam satu persamaan regresi besarnya nilai variabel tergantung adalah tergantung pada nilai variabel lainnya. Bentuk hubungan paling sederhana antara variabel X dengan variabel Y berbentuk hubungan linier sederhana.²⁹ Maka persamaan regresi linier sederhana adalah:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2013), 166.

²⁸ Ibid.

²⁹ Setyo Tri Wahyudi, *Statiska Ekonomi Konsep Teori dan Penerapan* (Malang: UB Press, 2017), 162.

Di mana:

Y = variabel dependen

α = konstanta

β = koefisien regresi pada variabel X

e = error

3. Analisis regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, regresi berganda merupakan suatu analisis yang menguji dua atau lebih *independent variable*, dengan formulasi umum:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + e$$

Di mana:

Y = variabel dependent (minat)

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi X_1 , b_2 = koefisien X_2 , dan seterusnya

e = residual/error

Fungsi persamaan regresi selain untuk memprediksi nilai variabel terikat juga dapat digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.³⁰

4. Uji Ketepatan Model

a. Uji-F

Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui sebuah tafsiran parameter secara bersama-sama yang artinya seberapa besar

³⁰ Tri Basuki, *Analisis Regresi*, 45.

pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.³¹

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 pada Tabel Model Summary dalam penelitian ini adalah prosentase kecocokan model, atau nilai yang menunjukkan sebesarapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin banyak variabel independen terlibat, maka nilai R^2 semakin besar.³²

5. Uji Hipotesis (Uji-t)

Uji-t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas dengan nilai ttabel dengan derajat kesalahan 0,05. Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

6. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui hubungan sebab akibat yang terjadi, dengan tujuan menerangkan akibat langsung dan akibat tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab terhadap variabel lainnya yang

³¹ Slamet Riyanto dan Aglis Adhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020),142-143.

³² Ibid., 51.

merupakan variabel akibat.³³ Analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikan (*significance*) suatu hubungan sebab akibat hipotekal dalam seperangkat variabel. Uji analisis jalur pada penelitian ini menggunakan cara mengkalikan koefisien regresi.³⁴

Hubungan langsung dalam analisis jalur terjadi jika satu variabel mempengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ketiga yang memediasi (*intervening*) hubungan kedua variabel. Hubungan tidak langsung adalah jika ada variabel ketiga yang memediasi kedua variabel.



³³ Jonathan Sarwono, "Mengenal *Path Analysis* : Sejarah, Pengertian dan Aplikasi" *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 11 No. 2, (2011), 287.

³⁴ Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 236.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BRI Syariah

Sejarah BRISyariah berawal pada tanggal 19 Desember 2007 saat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., mengakuisisi Bank Jasa Arta. Setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No: 10/67/KEP/GBI/DpG/2008, PT. Bank BRI Syariah kemudian secara resmi menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah pada tanggal 17 November 2008. Setelah sebelumnya sempat menjalankan kegiatan usaha bank secara konvensional. Kegiatan usaha BRISyariah semakin kokoh setelah ditandatangani Akta Pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk., untuk melebur kedalam PT. Bank BRISyariah (proses spin off) pada tanggal 19 Desember 2008 yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan yang bernilai strategis sebagai bentuk dukungan nyata induk perusahaan kepada kegiatan operasional BRISyariah.¹

BRISyariah Madiun telah hadir secara resmi di kota Madiun dari tahun 2013. Pada tahun 2013 kehadiran BRISyariah belum mejadi Kantor Cabang akan tetapi masih menjadi Kantor Cabang Pembantu

¹ BRI Syariah, “Sejarah Singkat BRI Syariah,” dalam <http://www.BRISyariah.co.id/profil.html> (diakses pada tanggal 20 Oktober 2020, jam 11.30).

dari Jakarta. Karena melihat dari berkembangnya bank Kantor Cabang Pembantu tersebut kini berpindah tempat ke sekarisedenan Madiun terletak di Jl. Mohammad Husni Thamrin No. 3, Klegen, Oro-Oro Ombo, Madiun pada tahun 2015. Sejak berpindah tempat tersebut kini BRISyariah Madiun bukan lagi Kantor Cabang Pembantu akan tetapi menjadi BRISyariah Kantor Cabang Madiun.

Sejak berada di jl. MH. Thamrin No. 3 Madiun perusahaan tersebut terus semakin mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang sangat pesat sehingga kini BRISyariah Kantor Cabang Madiun menjadi tersebar di beberapa wilayah, diantaranya terletak di Ponorogo, Magetan dan Ngawi.²

2. Visi dan Misi BRI Syariah KC Madiun

Berikut ini visi dan misi Bank BRISyariah Kantor Cabang Madiun:

a. Visi:

Menjadi Bank Ritel Modern Terkemuka Dengan Pelayanan Finansial Sesuai Kebutuhan Nasabah Dengan Jangkauan Termudah Untuk Kehidupan Lebih Bermakna.

b. Misi:

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan Finansial nasabah.

² “M. Ali Najammudin, *Wawancara*, 15 September 2020”

- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan di manapun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman fikiran.

3. Struktur Organisasi BRI Syariah KC Madiun

Untuk mengatur dan menjalankan semua kegiatan dalam perusahaan tentunya struktur organisasi sudah menjadi hal yang wajib, karena sangat menentukan organisasi itu sendiri. Struktur organisasi pada BRISyariah Kantor Cabang Madiun.³

4. Job Description BRI Syariah KC Madiun

a. Pemimpin Cabang

Bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional di perbankan di level kantor cabang dan membawahi keseluruhan manager, baik bisnis maupun oprasional.

b. Financing Risk Manajer

- 1) Melaksanakan rencana kerja dan pengelolaan resiko oprasional.
- 2) Memastikan pengelolaan resiko operasional.
- 3) Memonitor *market risk* dan *likudity risk*
- 4) Membuat laporan eksternal dan internal.

³ Ibid.

5) Mengelola resiko pembiayaan.

c. *Branch Quality Assurance*

- 1) Bertanggung jawab untuk sistem manajemen dokumen.
- 2) Menafsirkan dan menerapkan standar jaminan kualitas.
- 3) Mengelola dan memeriksa kegiatan manajemen resiko .
- 4) Mengevaluasi kecukupan standar jaminan kualitas.
- 5) Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan mengatur intervensi pelatihan untuk memenuhi standar kualitas.
- 6) Menyiapkan laporan untuk berkomunikasi hasil dari kegiatan kualitas.

d. *Marketing Manajer*

- 1) Bertanggung jawab atas efisiensi dan efektivitas kerja di departemen marketing.
- 2) Bertanggung jawab atas konsistensi pelaksanaan prosedur yang berlaku di bagian marketing dan melakukan analisa atas efisiensi prosedur tersebut.
- 3) Bertanggung jawab atas kedisiplinan kerja bawahan sesuai dengan ketentuan perusahaan yang berlaku.⁴

e. *Operational dan Service Manajer*

- 1) Mengelola kegiatan administrasi di kantor cabang, bidang: *credit administrasi* dan *opration finance*.
- 2) Memonitor dan mengkoordinir tugas dan pekerjaan yang

⁴ Ibid.

dilakukan bawahannya.

- 3) Mengontrol administrasi *joint financing* berjalan dengan baik dan pengiriman dokumen telah dilakukan tepat waktu dan akurat.

f. *Financing Support Manajer*

- 1) Bertanggung jawab terhadap hasil kinerja terkait seluruh aspek *Financing Support*.
- 2) Melakukan *supervice* terhadap unit-unit kerja di *Financing Support* dan memastikan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan aspek *Financing Support*.

g. *Mikro Marketing Manajer*

Bertanggung jawab atas program-program marketing untuk segmen bisnis mikro dan sekaligus bertanggung jawab terhadap SDM yang menjadi sub kordinatnya baik dari segi bisnis maupun administrasi.

h. *Account Officer Mikro*

Melakukan proses marketing untuk sekmen SME dan comersial khususnya giro dan deposito.

i. *Funding Officer*

Melakukan proses marketing atau produk *funding* untuk segmen konsumen atau tabungan perorangan.

j. Collection Officer

Menagih pembayaran pada nasabah dengan cara terjun langsung ke lapangan.⁵

k. Branch Operational Supervisor

- 1) Mengkoordinasi pelaksanaan operasional Bank di kantor cabang dengan cara memberikan layanan operasional bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabah dapat ditangani dan diselesaikan secara *excellent*.
- 2) Memberikan dukungan kepada Manajer Operasi dan pemimpin cabang.

l. Teller

- 1) Penerimaan dan pengeluaran uang tunai dari rek. Nasabah.
- 2) Penerimaan kiriman uang keluar, setoran kliring dan pemindahbukuan.
- 3) Penerimaan setoran terlambat, warket titipan (PDC).
- 4) Layanan penjemputan dan pengantaran uang tunai.
- 5) Pembayaran layanan umum (PLN, PAM, Telephone, dll).⁶

m. Customer Service

- 1) Memiliki pengetahuan terhadap seluruh produk BRIS.
- 2) Memastikan ketersediaan brosur, aplikasi produk, serta kesiapan alat bentuk kerja seperti polpen, *cash box customer service*, *ultra*

⁵ Ibid.

⁶ ibid

violet, dan lain sebagainya di area *customer service*.

- 3) Memastikan pengelolaan dokumen TBO sesuai ketentuan yang berlaku.
- 4) Melakukan proses oprasional secara fisik dan syiar sesuai ketentuan yang berlaku.
- 5) Memastikan serah terima buku tabungan, kartu KTM dan PLN nasabah dilakukan.
- 6) Menguasai *greetinning* dan komunikasi sesuai dengan ketentuan dan standar BRIS.⁷

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.⁸

Peneliti menetapkan taraf signifikansi 5% sebagai pedoman untuk memilih item. Item dengan probabilitas di bawah 0,05 akan dianggap gugur dan tidak digunakan dalam penelitian. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid.

⁷ Ibid.

⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 211.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Pengetahuan

| Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 0,738 | 0,197 | Valid |
| 2 | 0,733 | 0,197 | Valid |
| 3 | 0,864 | 0,197 | Valid |
| 4 | 0,849 | 0,197 | Valid |
| 5 | 0,846 | 0,197 | Valid |
| 6 | 0,309 | 0,197 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel pengetahuan mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada r_{tabel} . Hal ini berarti bahwa item pernyataan pada instrumen penelitian betul-betul bisa digunakan untuk mengukur pengetahuan. Uji validitas ini juga menyangkut tentang akurasi suatu instrumen.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Religiusitas

| Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 0,324 | 0,197 | Valid |
| 2 | 0,357 | 0,197 | Valid |
| 3 | 0,370 | 0,197 | Valid |
| 4 | 0,634 | 0,197 | Valid |
| 5 | 0,532 | 0,197 | Valid |
| 6 | 0,596 | 0,197 | Valid |
| 7 | 0,581 | 0,197 | Valid |
| 8 | 0,650 | 0,197 | Valid |
| 9 | 0,488 | 0,197 | Valid |
| 10 | 0,586 | 0,197 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel religiusitas mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada r_{tabel} . Hal ini berarti bahwa item-item pernyataan pada instrumen penelitian betul-

betul bisa digunakan untuk mengukur religiusitas. Uji validitas ini juga menyangkut tentang akurasi suatu instrumen.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kepercayaan

| Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 0,562 | 0,197 | Valid |
| 2 | 0,612 | 0,197 | Valid |
| 3 | 0,753 | 0,197 | Valid |
| 4 | 0,520 | 0,197 | Valid |
| 5 | 0,685 | 0,197 | Valid |
| 6 | 0,687 | 0,197 | Valid |
| 7 | 0,569 | 0,197 | Valid |
| 8 | 0,542 | 0,197 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada r_{tabel} . Hal ini berarti bahwa item-item pernyataan pada instrumen penelitian betul-betul bisa digunakan untuk mengukur kepercayaan. Uji validitas ini juga menyangkut tentang akurasi suatu instrumen.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Minat

| Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 0,715 | 0,197 | Valid |
| 2 | 0,687 | 0,197 | Valid |
| 3 | 0,728 | 0,197 | Valid |
| 4 | 0,731 | 0,197 | Valid |
| 5 | 0,738 | 0,197 | Valid |
| 6 | 0,816 | 0,197 | Valid |
| 7 | 0,532 | 0,197 | Valid |
| 8 | 0,551 | 0,197 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel minat mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan

dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada r_{tabel} . Hal ini berarti bahwa item-item pernyataan pada instrumen penelitian betul-betul bisa digunakan untuk mengukur minat. Uji validitas ini juga menyangkut tentang akurasi suatu instrumen.

b. Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi data yang dihasilkan dapat diandalkan.⁹ Satu data dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. tabel di bawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.¹⁰

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas

| Variable | Cronbach's Alpha | Batas | Keterangan |
|-----------------|-------------------------|--------------|-------------------|
| Pengetahuan | 0,818 | 0,6 | Reliabel |
| Religiusitas | 0,685 | 0,6 | Reliabel |
| Kepercayaan | 0,767 | 0,6 | Reliabel |
| Minat | 0,839 | 0,6 | Reliabel |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel pengetahuan adalah 0,818, variabel religiusitas

⁹ Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 211.

¹⁰ Ibid.

sebesar 0,685, variabel kepercayaan sebesar 0,767, dan variabel minat sebesar 0,839. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya. Reliabilitas ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas juga menunjukkan kemantapan/konsistensi hasil pengukuran.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Data Sampel Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner dibagikan dengan cara menemui responden langsung kepada masyarakat desa Pucanganom. Dari data pengolahan kuesioner diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.6
Penyebaran dan Pengambilan Kuesioner

| Keterangan | Jumlah | Prosentase |
|--------------------------------|---------------|-------------------|
| Kuesioner yang disebar | 98 | 100% |
| Keuesioner yang kembali | 98 | 100% |
| Kuesioner yang digunakan | 98 | 100% |
| Kuesioner yang tidak digunakan | 0 | 0% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari data di atas diketahui bahwa penyebaran kuesioner pada

penelitian ini adalah sebanyak 98 dan kuesioner yang kembali adalah sebanyak 98 (100%). Kemudian kuesioner yang bisa digunakan sebanyak 98 (100%). Semua kuesioner digunakan sehingga prosentase kuesioner yang tidak digunakan adalah 0%.

2. Karakteristik Profil Responden

Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Pucanganom. Responden-responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik-karakteristik penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.7
Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Prosentase |
|---------------|-----------|-------------|
| Laki-laki | 47 | 48% |
| Perempuan | 51 | 52% |
| Total | 98 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari data yang diperoleh, jumlah responden dengan total 98 responden di mana responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 47 (48%) sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 (52%).

Tabel 4.8
Pekerjaan

| Pekerjaan | Jumlah | Prosentase |
|-------------------|-----------|-------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 1 | 1% |
| PNS | 28 | 29% |
| Wiraswasta | 18 | 18% |
| Pegawai Swasta | 18 | 18% |
| Petani | 11 | 11% |
| Lainnya | 22 | 23% |
| Total | 98 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari data yang diperoleh, jumlah responden dengan total 98 responden di mana responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 1 (1%), PNS berjumlah 28 (29%), pegawai swasta berjumlah 18 (18%), wiraswasta berjumlah 18 (18%), petani berjumlah 11 (11%) dan responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 22 (23%).

Tabel 4.9
Penghasilan

| Penghasilan | Jumlah | Prosentase |
|-----------------------|---------------|-------------------|
| $\leq 1.000.000$ | 14 | 14% |
| 1.000.000 – 2.000.000 | 25 | 26% |
| 2.000.000 – 3.000.000 | 32 | 33% |
| 4.000.000 – 5.000.000 | 24 | 24% |
| $\geq 5.000.000$ | 3 | 3% |
| Total | 98 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari data yang di peroleh, jumlah responden dengan total 98 responden di mana responden dengan penghasilan $\leq 1.000.000$ berjumlah 14 (14%), 1.000.000 – 2.000.000 berjumlah 25 (26%), 2.000.000 – 3.000.000 berjumlah 32 (33%), 4.000.000 – 5.000.000 berjumlah 24 (24%) dan responden dengan penghasilan $\geq 5.000.000$ berjumlah 3 (3%).

Tabel 4.10
Pendidikan Terakhir

| Penghasilan | Jumlah | Prosentase |
|--------------------|---------------|-------------------|
| SD | 6 | 6% |
| SMP | 1 | 1% |
| SMA | 31 | 32% |
| S1 | 51 | 52% |
| S2 | 5 | 5% |

| | | |
|--------------|-----------|-------------|
| Lainnya | 4 | 4% |
| Total | 98 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari data yang diperoleh, jumlah responden dengan total 98 responden di mana responden dengan pendidikan terakhir SD berjumlah 6 (6%), SMP berjumlah 1 (1%), SMA berjumlah 31 (32%), S1 berjumlah 51 (52%), S2 berjumlah 5 (5%) dan responden dengan pendidikan terakhir lainnya berjumlah 4 (4%).

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal⁶. Jika $\text{sig} > \alpha$ maka diterima H_0 yang artinya residual berdistribusi normal.

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 Terhadap Kepercayaan Z)

Tabel 4.11

Hasil Uji Normalitas Model I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 98 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.68184700 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .129 |
| | Positive | .129 |
| | Negative | -.071 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.268 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .080 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa nilai Unstandardized Asymp.Sig 0,080 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal atau uji normalitas terpenuhi. Hal ini berarti bahwa residual menyebar secara normal. Maksudnya adalah sebaran data merata sehingga dapat mewakili populasi karena pada dasarnya dalam statistik, karakteristik dan sifat populasi hendaknya bersifat normal.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z Terhadap Minat Y)

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas Model II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 98 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.31353365 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .077 |
| | Positive | .060 |
| | Negative | -.077 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .754 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .621 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa nilai Unstandardized Asymp.Sig 0,621 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal atau uji normalitas terpenuhi. Hal ini berarti bahwa residual menyebar secara normal. Maksudnya adalah sebaran data merata sehingga dapat mewakili

populasi karena pada dasarnya dalam statistik, karakteristik dan sifat populasi hendaknya bersifat normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi tinggi di antara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap terikatnya menjadi terganggu. Alat yang digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah dengan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika $VIF < 10$ maka diterima H_0 yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 terhadap Kepercayaan Z)

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinieritas Model I

| Variabel | VIF | Keterangan |
|--------------|-------|---------------------------------|
| Pengetahuan | 1,004 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Religiusitas | 1,004 | Tidak terjadi multikolinieritas |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian di atas diketahui bahwa nilai VIF variabel pengetahuan dan religiusitas sebesar $1,004 < 10$ yang mana nilai tersebut < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Sehingga dapat diartikan bahwa tidak adanya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi,

karena jika terdapat hubungan antara variabel independen akan timbul masalah kolinieritas sempurna yang tidak mungkin akan diperoleh pendugaan koefisien parameter regresinya.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z Terhadap Minat Y)

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas Model II

| Variabel | VIF | Keterangan |
|--------------|-------|---------------------------------|
| Pengetahuan | 1,193 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Religiusitas | 1,027 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Kepercayaan | 1,221 | Tidak terjadi multikolinieritas |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian di atas diketahui bahwa nilai VIF variabel pengetahuan sebesar $1,193 < 10$, variabel religiusitas sebesar $1,027 < 10$ dan variabel kepercayaan sebesar $1,221 < 10$ yang mana nilai tersebut < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Sehingga dapat diartikan bahwa tidak adanya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi, karena jika terdapat hubungan antara variabel independen akan timbul masalah kolinieritas sempurna yang tidak mungkin akan diperoleh pendugaan koefisien parameter regresinya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang memenuhi persyaratan ketika terdapat kesamaan varians dari residual satu ke pengamatan lain. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser. Jika nilai $\text{sig} > \alpha$ maka diterima H_0 yang artinya varian residual homogen atau tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 terhadap Kepercayaan Z)

Tabel 4.15

Hasil Uji Heteroskedastisitas Model I

| Variabel | T | Sig | Keterangan |
|--------------|-------|-------|-----------------------------------|
| Pengetahuan | 0,000 | 1,000 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Religiusitas | 0,000 | 1,000 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas diperoleh data bahwa nilai signifikansi variabel pengetahuan dan religiusitas 1,000 $> 0,05$. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas atau uji heteroskedastisitas terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, yang mana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas harus terpenuhi agar model regresi yang digunakan tidak bias.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z Terhadap Minat Y)

Tabel 4.16

Hasil Uji Heteroskedastisitas Model II

| Variabel | T | Sig | Keterangan |
|--------------|-------|-------|-----------------------------------|
| Pengetahuan | 0,000 | 1,000 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Religiusitas | 0,000 | 1,000 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Kepercayaan | 0,000 | 1,000 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas diperoleh data bahwa nilai signifikansi variabel pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan $> 0,05$. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas atau uji heteroskedastisitas terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, yang mana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas harus terpenuhi agar model regresi yang digunakan tidak bias.

d. Uji Autokorelasi

Metode uji autokorelasi sering digunakan dengan Durbin-Watson (uji DW). Jika $dU < dw < 4-dU$ maka H_0 diterima yang berarti tidak terjadi korelasi antar residual.

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 terhadap Kepercayaan Z)

Tabel 4.17
Hasil Uji Autokorelasi Model I

| Nilai Durbin Watson | Tabel Durbin Watson | | Keterangan |
|---------------------|---------------------|-------|---------------------------------------|
| | Du | 4-dU | |
| 2,009 | 1,712 | 2,288 | Tidak terjadi korelasi antar residual |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil Tabel di atas, maka dapat diketahui besarnya nilai $dw = 2,009$, $n = 98$, $k = 2$, $dU = 1,712$ dan $4_dU = 2,288$. Sehingga diperoleh data $1,712 < 2,009 < 2,288$ ($dU > dw < 4_dU$) sehingga H_0 diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi atau uji autokorelasi terpenuhi. Maksudnya adalah variabel yang ada dalam model tidak terdapat kasus autokorelasi.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z Terhadap Minat Y)

Tabel 4.18
Hasil Uji Autokorelasi Model II

| Nilai Durbin Watson | Tabel Durbin Watson | | Keterangan |
|---------------------|---------------------|-------|---------------------------------------|
| | Du | 4-dU | |
| 1,857 | 1,734 | 2,266 | Tidak terjadi korelasi antar residual |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil Tabel di atas, maka dapat diketahui besarnya nilai $dw = 1,857$, $n = 93$, $k = 3$, $dU = 1,734$ dan $4_dU = 2,266$. Sehingga diperoleh data $1,734 < 1,857 < 2,266$ ($dU < dw < 4_dU$).

dU) sehingga H_0 diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi atau uji autokorelasi terpenuhi. Maksudnya adalah variabel yang ada dalam model tidak terdapat kasus autokorelasi.

e. Uji Linieritas

Uji linieritas ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik. Jika *Deviation from Linearity* $> 0,05$ maka model berbentuk linier.

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 terhadap Kepercayaan Z)

Tabel 4.19

Hasil Uji Linieritas Model I

| Variabel | <i>Deviation from Linearity</i> | Keterangan |
|--------------|---------------------------------|------------|
| Pengetahuan | 0,225 | Linier |
| Religiusitas | 0,742 | Linier |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas hasil uji linieritas variabel pengetahuan diperoleh nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0.225 > 0.05 dan variabel religiusitas sebesar 0.742 > 0.05 . Maka antara variabel pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan terdapat hubungan yang linier. Sehingga setiap perubahan yang terjadi pada variabel pengetahuan dan religiusitas akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel kepercayaan.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z Terhadap Minat Y)

Tabel 4.20
Hasil Uji Linieritas Model II

| Variabel | <i>Deviation from Linearity</i> | Keterangan |
|--------------|---------------------------------|------------|
| Pengetahuan | 0,407 | Linier |
| Religiusitas | 0,690 | Linier |
| Kepercayaan | 0,165 | Linier |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas hasil uji linier diperoleh nilai *Deviation from Linearity* variabel pengetahuan sebesar $0,407 > 0.05$, variabel religiusitas sebesar $0,690 > 0.05$ dan variabel kepercayaan sebesar $0.165 > 0.05$. Maka antara variabel pengetahuan, religiusitas, kepercayaan dan minat terdapat hubungan yang linier. Sehingga setiap perubahan yang terjadi pada pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel minat.

2. Analisis Regresi

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan regresi dengan menggunakan satu variabel sebagai penaksir perubahan variabel tergantung atau proses menaksir sebuah fungsi hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas.

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 terhadap Kepercayaan Z)

Tabel 4.21
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Z

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 15.588 | 1.028 | | 15.165 | .000 |
| Pengetahuan | .315 | .074 | .400 | 4.257 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 15,588 + 0,315 X1 + error$$

- a. Konstanta sebesar 15,588 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas pengetahuan sama dengan nol atau tetap maka kepercayaan akan meningkat sebesar 15,588.
- b. Pengetahuan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,315 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel pengetahuan (X1) terhadap kepercayaan (Z). Jika pengetahuan meningkat maka kepercayaan juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,315 artinya jika pengetahuan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepercayaan naik sebesar 0,315 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Tabel 4.22
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Z

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 24.416 | 2.818 | | 8.664 | .000 |
| Religiusitas | -.150 | .093 | -.163 | -1.606 | .112 |

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 24,416 - 0,150 X_2 + error$$

- a. Konstanta sebesar 24,416 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas religiusitas sama dengan nol atau tetap maka kepercayaan akan meningkat sebesar 24,416.
- b. Religiusitas mempunyai koefisien regresi sebesar -0,150 dengan arah negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel religiusitas (X_2) terhadap kepercayaan (Z). Nilai koefisien sebesar -0,150 artinya jika religiusitas dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepercayaan menurun sebesar -0,150 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z Terhadap Minat Y)

Tabel 4.23
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 9.462 | 1.452 | | 6.517 | .000 |
| Pengetahuan | .694 | .102 | .571 | 6.785 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,462 + 0,694 X1 + error$$

- a. Konstanta sebesar 9,462 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas pengetahuan sama dengan nol atau tetap maka minat akan meningkat sebesar 9,462.
- b. Pengetahuan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,694 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel pengetahuan (X1) terhadap minat (Y). Jika pengetahuan meningkat maka minat juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,694 artinya jika pengetahuan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat naik sebesar 0,694 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Tabel 4.24
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| | (Constant) | 17.380 | 4.527 | | |
| Religiusitas | .058 | .147 | .041 | .398 | .692 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 17,380 + 0,058 X_2 + error$$

- Konstanta sebesar 17,380 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas religiusitas sama dengan nol atau tetap maka minat akan meningkat sebesar 17,380.
- Religiusitas mempunyai koefisien regresi sebesar 0,058 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel religiusitas (X_2) terhadap minat (Y). Jika religiusitas meningkat maka minat juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,058 artinya jika religiusitas dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat naik sebesar 0,058 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

PONOROGO

Tabel 4.25
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana Z terhadap Y

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| | (Constant) | 8.151 | 3.036 | | |
| Kepercayaan | .542 | .149 | .350 | 3.646 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,151 + 0,542 Z + error$$

- a. Konstanta sebesar 8,151 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas kepercayaan sama dengan nol atau tetap maka minat akan meningkat sebesar 8,151.
- b. Kepercayaan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,542 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kepercayaan (Z) terhadap minat (Y). Jika kepercayaan meningkat maka minat juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,542 artinya jika kepercayaan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat naik sebesar 0,542 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh positif atau negatif dan

untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.¹¹

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 terhadap Kepercayaan Z)

Tabel 4.26
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda X1, X2 terhadap Z
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 19.542 | 2.849 | | 6.859 | .000 | | |
| ¹ Pengetahuan | .308 | .074 | .392 | 4.188 | .000 | .996 | 1.004 |
| Religiusitas | -.128 | .086 | -.139 | -1.487 | .140 | .996 | 1.004 |

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 19,542 + 0,308 X1 - 0,128 X2 + error$$

- Konstanta sebesar 19,542 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas pengetahuan dan religiusitas sama dengan nol atau tetap maka kepercayaan akan meningkat sebesar 19,542.
- Pengetahuan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,308 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel pengetahuan (X1) terhadap kepercayaan (Z). Jika

¹¹ Dicky Saputra, "Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Kereta Api Indonesia Divisi Regional II Sumatra Barat", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* ISSN 2086-5031 Vol. 8 No 1, (Januari 2017), 2-3.

pengetahuan meningkat maka kepercayaan juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,308 artinya jika pengetahuan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepercayaan naik sebesar 0,308 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

- c. Religiusitas mempunyai koefisien regresi sebesar -0,128 dengan arah negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel religiusitas (X2) terhadap kepercayaan (Z). Nilai koefisien sebesar -0,128 artinya jika religiusitas dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepercayaan menurun sebesar -0,128 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z Terhadap Minat Y)

Tabel 4.27
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda X1, X2, Z terhadap Y
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 1.348 | 4.931 | | .273 | .785 | | |
| Pengetahuan | .622 | .111 | .512 | 5.618 | .000 | .838 | 1.193 |
| Religiusitas | .133 | .121 | .093 | 1.101 | .274 | .974 | 1.027 |
| Kepercayaan | .247 | .143 | .159 | 1.729 | .087 | .819 | 1.221 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi

sebagai berikut:

$$Y = 1,348 + 0,622 X_1 + 0,133 X_2 + 0,247 Z + error$$

- a. Konstanta sebesar 1,348 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan sama dengan nol atau tetap maka minat akan meningkat sebesar 1,348.
- b. Pengetahuan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,622 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel pengetahuan (X_1) terhadap minat (Y). Jika pengetahuan meningkat maka minat juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,622 artinya jika pengetahuan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat naik sebesar 0,622 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- c. Religiusitas mempunyai koefisien regresi sebesar 0,133 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel religiusitas (X_2) terhadap minat (Y). Jika religiusitas meningkat maka minat juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,133 artinya jika religiusitas dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat naik sebesar 0,133 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- d. Kepercayaan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,247 dengan

arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kepercayaan (Z) terhadap minat (Y). Jika kepercayaan meningkat maka minat juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,247 artinya jika kepercayaan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat naik sebesar 0,247 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

3. Uji Ketepatan Model

a. Uji F

Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui sebuah tafsiran parameter secara bersama-sama yang artinya seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 terhadap Kepercayaan Z)

Tabel 4.28

Hasil Uji F X1, X2 terhadap Z

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 59.404 | 2 | 29.702 | 10.282 | .000 ^b |
| Residual | 271.546 | 94 | 2.889 | | |
| Total | 330.950 | 96 | | | |

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas, hasil pengujian uji F terlihat bahwa nilai uji F_{hitung} sebesar 10,282 sehingga nilai F_{hitung} diketahui F_{tabel} nya

sebesar 3,09. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dikatakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan $F_{hitung} 10,282 > 3,09$ maka pengetahuan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z Terhadap Minat Y)

Tabel 4.29
Hasil Uji F X1, X2, Z terhadap Y

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 279.402 | 3 | 93.134 | 16.857 | .000 ^b |
| Residual | 513.834 | 93 | 5.525 | | |
| Total | 793.236 | 96 | | | |

a. Dependent Variable: Minat

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

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas, hasil pengujian uji F terlihat bahwa nilai uji F_{hitung} sebesar 16,857 sehingga nilai F_{hitung} diketahui F_{tabel} nya sebesar 2,70. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dikatakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan $F_{hitung} 16,857 > 2,70$ maka pengetahuan, religiusitas serta kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan.¹²

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 terhadap Kepercayaan Z)

Tabel 4.30
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model I

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .424 ^a | .179 | .162 | 1.700 | 2.009 |

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,179 menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 terhadap Z adalah sebesar 17,9% dan sisanya 82,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model pembahasan.

¹² Lina Asmara Wati dan Mimit Primyastanto, *Ekonomi Produksi Periklanan dan Kelautan Moderen*, 195.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z Terhadap Minat Y)

Tabel 4.31
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model II

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .593 ^a | .352 | .331 | 2.351 | 1.857 |

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

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,352 menunjukkan bahwa variabel X1, X2 dan Z terhadap Y adalah sebesar 35,2% dan sisanya 64,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model pembahasan.

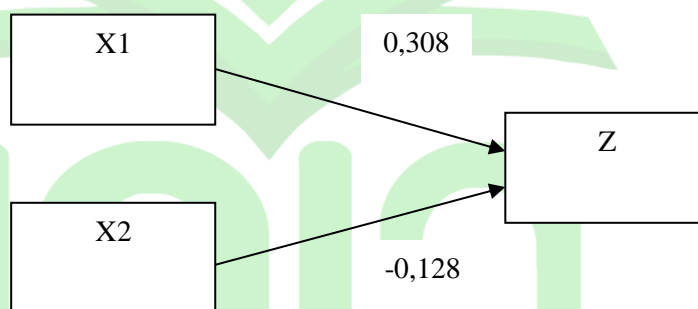
4. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur berguna untuk mengecek atau menguji kasual yang telah diteorikan dan bukan untuk menurunkan teori kasual tersebut. Path analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebadengan demikian. Suksesnya analisis jalur bergantung pada kuat tidaknya teori yang mendukung. Teori yang tidak mendukung model yang kita hipotesiskan hanya akan memberikan hasil yang tidak berguna.¹³

¹³ Armos Neoloka, *Metode Penelitian dan Statiska* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 148.

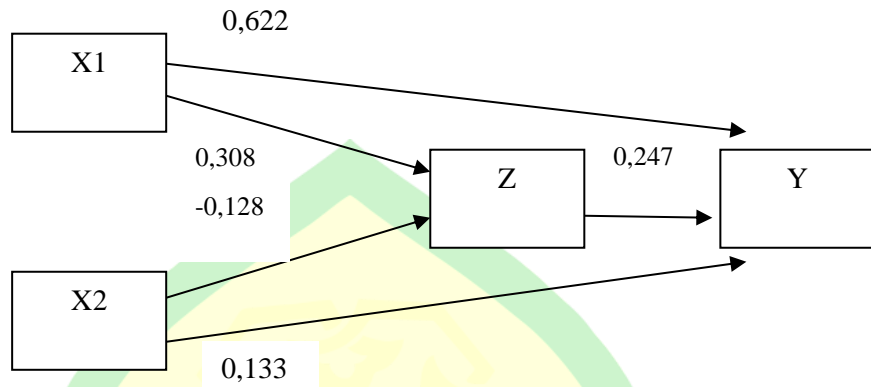
Tabel 4.32
Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

| Variabel | Kontribusi | | |
|-------------------------|------------|--------------------------------|----------------------------|
| | Langsung | Tidak Langsung | Total |
| X1 terhadap Y | 0,622 | - | 0,622 |
| X2 terhadap Y | 0,133 | - | 0,133 |
| Z terhadap Y | 0,247 | - | 0,247 |
| X1 terhadap Z | 0,308 | - | 0,308 |
| X2 terhadap Z | -0,128 | - | -0,128 |
| X1 terhadap Y melalui Z | - | $0,308 \times 0,247 = 0,076$ | $0,622 + 0,076 = 0,698$ |
| X2 terhadap Y melalui Z | - | $-0,128 \times 0,247 = -0,032$ | $0,133 + (-0,032) = 0,101$ |

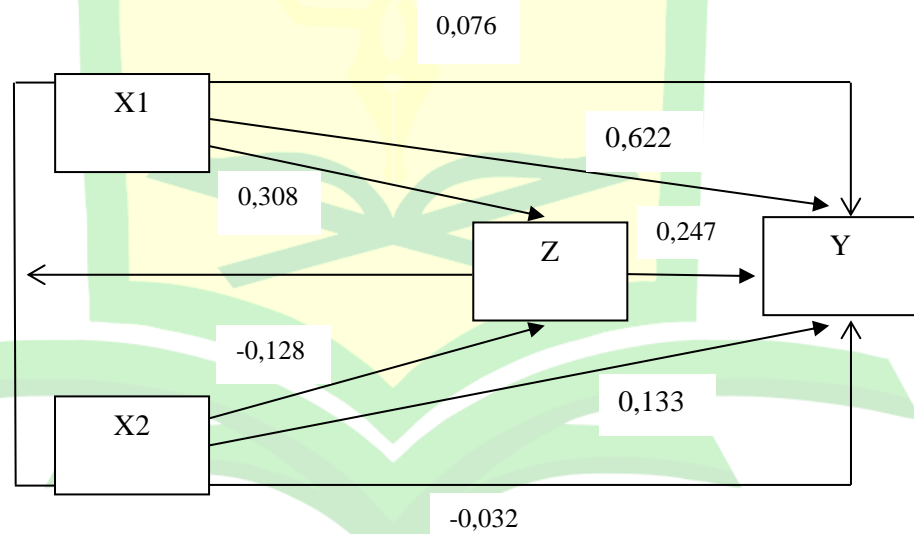


Gambar 4.1

Pengaruh Langsung X1, X2 terhadap Z



Gambar 4.2
Pengaruh Langsung X1, X2 dan Z terhadap Y



Gambar 4.3
Pengaruh Tidak Langsung X1, X2 terhadap Y Melalui Z

Dari hasil analisis jalur di atas maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengaruh Tidak Langsung Pengetahuan (X1) terhadap Minat (Y) melalui Kepercayaan (Z)

Berdasarkan hasil perhitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel pengetahuan (X1) dan variabel kepercayaan (Z) sebagai variabel perantara terhadap variabel minat (Y) pada tabel 4.27 yang menunjukkan satu perhitungan yang mengarah pada tingginya pengaruh langsung. Di mana pengaruh langsung sebesar 0,622 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,076. Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel kepercayaan (Z) tidak dapat memediasi variabel pengetahuan (X1) terhadap variabel minat (Y).

b. Pengaruh Tidak Langsung Religiusitas (X2) terhadap Minat (Y) melalui Kepercayaan (Z)

Berdasarkan hasil perhitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel religiusitas (X2) dan variabel kepercayaan (Z) sebagai variabel perantara terhadap variabel minat (Y) pada tabel 4.27 yang menunjukkan satu perhitungan yang mengarah pada tingginya pengaruh langsung. Di mana pengaruh langsung sebesar -0,128 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar -0,032. Sehingga dapat di simpulkan bahwa

variabel kepercayaan (Z) tidak dapat memediasi variabel religiusitas (X2) terhadap variabel minat (Y).

5. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 0,05. Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

Model I (Pengetahuan X1 dan Religiusitas X2 terhadap kepercayaan Z)

Tabel 4.33
Hasil Uji t Model I

| Variabel Independen | Unstandardized Coefficients | | T | Sig | Ket |
|---------------------|-----------------------------|------------|--------|-------|--------------------|
| | B | Std. Error | | | |
| X1-Z | 0,308 | 0,074 | 4,188 | 0,000 | Ada Pengaruh |
| X2-Z | -0,128 | 0,086 | -1,487 | 0,140 | Tidak Ada Pengaruh |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Pengujian variabel X1 terhadap Z menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $4,188 > 1,660 t_{tabel}$ hal ini berarti terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh X1 terhadap Z secara signifikan. Sedangkan Pengujian variabel X2 terhadap Z menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $-1,487 < 1,660 t_{tabel}$ hal ini berarti tidak terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t

sebesar $0,140 > 0,05$ sehingga H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh X2 terhadap Z secara tidak signifikan.

Model II (Pengetahuan X1, Religiusitas X2 dan Kepercayaan Z terhadap Minat Y)

Tabel 4.34
Hasil Uji t Model II

| Variabel Independen | Unstandardized Coefficients | | T | Sig | Ket |
|---------------------|-----------------------------|------------|-------|-------|--------------------|
| | B | Std. Error | | | |
| X1-Y | 0,622 | 0,111 | 5,618 | 0,000 | Ada Pengaruh |
| X2-Y | 0,133 | 0,121 | 1,101 | 0,274 | Tidak Ada Pengaruh |
| Z-Y | 0,247 | 0,143 | 1,729 | 0,087 | Ada Pengaruh |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Pengujian variabel X1 terhadap Y menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $5,618 > 1,660 t_{tabel}$ hal ini berarti terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh X1 terhadap Y secara signifikan. Pengujian variabel X2 terhadap Y menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $1,101 < 1,660 t_{tabel}$ hal ini berarti tidak terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t sebesar $0,274 > 0,05$ sehingga H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh X2 terhadap Y secara tidak signifikan. Sedangkan pengujian variabel Z terhadap Y menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $0,729 > 1,660 t_{tabel}$ hal ini terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t sebesar $0,087 > 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh Z terhadap Y secara tidak signifikan.

E. Pembahasan

1. Hasil Analisis Pengaruh Antara Pengetahuan terhadap Kepercayaan

Untuk menguji hipotesis pertama yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun dilakukan dengan Uji t. Berdasarkan tabel 4.33, diketahui bahwa koefisien regresi variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan sebesar 0,308 atau 30,8% yang artinya H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang mana terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap kepercayaan. Hal ini menggambarkan bahwa pengetahuan mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan pengetahuan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap kepercayaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang telah dikemukakan oleh Alyssa Nikyta Taliwongso Rondonuwu (2014),¹⁴ bahwa pengetahuan konsumen yang meningkat akan mempengaruhi pada kepercayaan masyarakat dalam menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun.

¹⁴ Alyssa Nikyta Taliwongso Rondonuwu, "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli Calon Pengusaha Smartfren Andromax di Sidoarjo," *Artikel Ilmiah*, (Surabaya: STIE Perbanas, 2014), 4.

Penelitian ini dapat dijadikan pihak BRIS dalam membuat strategi baru untuk meningkatkan kepercayaan nasabah melalui pengetahuan. Strategi tersebut dilakukan dengan memberikan suatu informasi mengenai pengenalan dan penawaran produk tabungan haji melalui event baik skala lokal maupun internasional.

2. Hasil Analisis Pengaruh Antara Religiusitas terhadap Kepercayaan

Untuk menguji hipotesis kedua yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh secara tidak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun dilakukan dengan Uji t. Berdasarkan Tabel 4.33, diketahui bahwa koefisien regresi variabel religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan sebesar -0,128 atau -12,8% yang artinya H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak yang mana tidak terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap Kepercayaan. Hal ini menggambarkan bahwa pengetahuan mempunyai nilai negatif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan religiusitas tidak akan meningkatkan kepercayaan masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Hal ini bertolak belakang dengan pernyataan yang telah dikemukakan oleh Santrock dalam jurnal Al-

Qalb yang menyatakan bahwa kepercayaan diri dapat mengalami perubahan tergantung pada faktor yang mempengaruhinya, salah satu faktor tersebut yaitu religiusitas.¹⁵ Religiusitas yang tinggi dapat berpengaruh pada rasa percaya diri dan meningkatkan rasa aman sehingga dapat mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan.

3. Hasil Analisis Pengaruh Antara Pengetahuan terhadap Minat

Untuk menguji hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun dilakukan dengan Uji t. Berdasarkan Tabel 4.34, diketahui bahwa koefisien regresi variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan sebesar 0,622 atau 62,2% yang artinya H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima yang mana terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat. Hal ini menggambarkan bahwa pengetahuan mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan pengetahuan akan meningkatkan minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat. Hal ini sesuai dengan teori yang telah dikemukakan oleh Kotler dalam "*Jurnal Of Finance and Islamic*

¹⁵ Purwadi dan Arief Widyantoro, "Hubungan antara Religiusitas dengan Kepercayaan Diri," *Jurnal Al-Qalb Jilid 8*, No. 1 (Maret 2016), 3.

Banking” (2008) bahwa pengetahuan merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi minat konsumen.¹⁶

4. Hasil Analisis Pengaruh Antara Religiusitas terhadap Minat

Untuk menguji hipotesis keempat yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara tidak signifikan terhadap minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun dilakukan dengan Uji t. Berdasarkan Tabel 4.34, diketahui bahwa koefisien regresi variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat sebesar 0,133 atau 13,3% yang artinya H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima yang mana terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat. Hal ini menggambarkan bahwa religiusitas mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan religiusitas akan meningkatkan minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang telah dikemukakan oleh Jalaludin (2012) bahwa religiusitas yang tinggi akan meningkatkan minat untuk melakukan transaksi di Bank Syariah.¹⁷ Tingginya tingkat religiusitas seseorang maka akan

¹⁶ Yuliana Siti Khotifah, “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program *Office Channeling*,” *Jurnal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 1 No. 1 (Januari-Juni 2008), 68.

¹⁷ Jalaludin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafinso Persada, 2012), 15.

menyebabkan seseorang melakukan transaksi sesuai dengan syariat agama. Selain itu, menghindari dari hal yang di larang agama dengan tidak melakukan transaksi konvensional yang mengandung riba.

5. Hasil Analisis Pengaruh Antara Kepercayaan terhadap Minat

Untuk menguji hipotesis kelima yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun dilakukan dengan Uji t. Berdasarkan Tabel 4.34, diketahui bahwa koefisien regresi variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat sebesar 0,247 atau 24,7% yang artinya H_{05} ditolak dan H_{a5} diterima yang mana terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat. Hal ini menggambarkan bahwa kepercayaan mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan kepercayaan akan meningkatkan minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang telah dikemukakan oleh Faidhatul Fitri dalam “Jurnal Eksplorasi Akuntansi” (2019) bahwa kepercayaan nasabah pada bank syariah akan mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi.¹⁸ Kepercayaan

¹⁸ Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, “Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah,” *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, Vol. 1 No. 3 (Agustus 2019), 1326.

yang tinggi nasabah yakin bahwa pihak BRIS KC Madiun mampu bertanggung jawab sesuai tugasnya. Sehingga minat nasabah dalam melakukan transaksi pada bank tersebut semakin meningkat.

6. Hasil Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Secara Bersama-sama terhadap Kepercayaan

Untuk menguji hipotesis keenam yang menyatakan bahwa pengetahuan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun dilakukan dengan Uji F. Berdasarkan Tabel 4.23 hasil pengujian uji F terlihat bahwa nilai uji F_{hitung} sebesar 10,282 sehingga nilai F_{hitung} diketahui F_{tabel} nya sebesar 3,09. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dikatakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan $F_{hitung} 10,282 > 3,09$ maka pengetahuan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan. Artinya H_{06} ditolak dan H_{a6} diterima yang mana terdapat pengaruh antara pengetahuan dan religiusitas terhadap kepercayaan. Hal ini menggambarkan bahwa pengetahuan dan religiusitas mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan pengetahuan dan religiusitas akan meningkatkan kepercayaan masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun.

7. Hasil Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Secara Bersama-sama terhadap Minat

Untuk menguji hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun dilakukan dengan Uji F. Berdasarkan Tabel 4.24 hasil pengujian uji F terlihat bahwa nilai uji F_{hitung} sebesar 16,857 sehingga nilai F_{hitung} diketahui F_{tabel} nya sebesar 2,70. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dikatakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan $F_{hitung} 16,857 > 2,70$ maka pengetahuan, religiusitas serta kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat. Artinya H_{07} ditolak dan H_{a7} diterima yang mana terdapat pengaruh antara pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan terhadap minat. Hal ini menggambarkan bahwa pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan akan meningkatkan minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun.

8. Hasil Analisis Pengaruh Tidak Langsung Pengetahuan terhadap Minat Melalui Kepercayaan

Untuk menguji hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa kepercayaan mampu memediasi pengaruh tidak langsung antara pengetahuan terhadap minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun dilakukan dengan analisis jalur (*Path Analysis*). Berdasarkan Tabel 4.27, kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan antara pengetahuan dengan minat. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi pengaruh tidak langsung pengetahuan terhadap minat melalui kepercayaan sebesar 0,076 atau 07,6% dan pengaruh langsung antara pengetahuan terhadap minat sebesar 0,622 atau 62,2% yang artinya H_{08} diterima dan H_{a8} ditolak yang mana tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

9. Hasil Analisis Pengaruh Tidak Langsung Religiusitas terhadap Minat Melalui Kepercayaan

Untuk menguji hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa kepercayaan mampu memediasi pengaruh tidak langsung antara religiusitas terhadap minat masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan haji di BRIS KC Madiun dilakukan dengan analisis jalur (*Path Analysis*). Berdasarkan Tabel 4.27, kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan antara religiusitas

dengan minat. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi pengaruh tidak langsung religiusitas terhadap minat melalui kepercayaan sebesar -0,032 atau -03,2% dan pengaruh langsung antara pengetahuan terhadap minat sebesar 0,133 atau 13,3% yang artinya H_{09} diterima dan H_{a9} ditolak yang mana tidak terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian deskripsi data serta analisis data dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan pengaruh antara pengetahuan terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom sebesar 0,308. Nilai ini menunjukkan hubungan antara X_1 dengan Z . Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak artinya pengetahuan berpengaruh terhadap kepercayaan pada masyarakat desa Pucanganom.
2. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara religiusitas terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom sebesar -0,128. Nilai ini menunjukkan tidak terdapat hubungan antara X_2 dengan Z . Maka H_{a2} ditolak dan H_{02} diterima artinya religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pada masyarakat desa Pucanganom.
3. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan pengaruh antara pengetahuan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom sebesar 0,622. Nilai ini menunjukkan hubungan antara X_1 dengan Y .

Maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak artinya pengetahuan berpengaruh terhadap minat pada masyarakat desa Pucanganom.

4. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom sebesar 0,133. Nilai ini menunjukkan hubungan antara X_2 dengan Y . Maka H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak artinya religiusitas berpengaruh terhadap minat pada masyarakat desa Pucanganom.
5. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara kepercayaan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom sebesar 0,247. Nilai ini menunjukkan hubungan antara Z dengan Y . Maka H_{a5} diterima dan H_{05} ditolak artinya kepercayaan berpengaruh terhadap minat pada masyarakat desa Pucanganom.
6. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara pengetahuan dan religiusitas terhadap kepercayaan menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom sebesar 10,282 sehingga nilai F_{hitung} diketahui F_{tabel} nya sebesar 3,09. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dikatakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan $F_{hitung} 10,282 > 3,09$ maka pengetahuan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan. Artinya H_{06}

ditolak dan H_{a6} diterima yang mana terdapat pengaruh antara pengetahuan dan religiusitas terhadap kepercayaan.

7. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom 16,857 sehingga nilai F_{hitung} diketahui F_{tabel} nya sebesar 2,70. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dikatakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan F_{hitung} 16,857 > 2,70 maka pengetahuan, religiusitas serta kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat. Artinya H_{07} ditolak dan H_{a7} diterima yang mana terdapat pengaruh antara pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan terhadap minat.
8. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan antara pengetahuan dengan minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi pengaruh tidak langsung pengetahuan terhadap minat melalui kepercayaan sebesar 0,076 dan pengaruh langsung antara pengetahuan terhadap minat sebesar 0,622 yang artinya H_{08} diterima dan H_{a8} ditolak yang mana tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

9. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan antara religiusitas dengan minat menggunakan produk tabungan haji di BRI Syariah KC Madiun pada masyarakat desa Pucanganom. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi pengaruh tidak langsung religiusitas terhadap minat melalui kepercayaan sebesar $-0,032$ dan pengaruh langsung antara pengetahuan terhadap minat sebesar $0,133$ atau yang artinya H_{09} diterima dan H_{a9} ditolak yang mana tidak terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

B. Saran

1. Sebaiknya bank syariah memberikan pengetahuan tentang perbankan syariah secara lebih mendalam kepada masyarakat mengenai perbankan syariah, sehingga tidak lagi muncul kesalahan persepsi tentang perbankan syariah, di mana bank syariah di anggap sama dengan bank konvensional padahal jelas berbeda.
2. Sebaiknya bank syariah memberikan edukasi tentang perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional secara lebih mendalam kepada masyarakat agar kepercayaan terhadap bank syariah meningkat, sehingga minat masyarakat terhadap bank syariah tersebut juga akan meningkat.
3. Sebaiknya bank syariah menjaga kepercayaan dengan selalu memberikan informasi yang jujur.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2013.
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. *Analisis Regresi*. Jakarta: PT RajaGrafindo. 2017.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: BP Universitas Diponegoro. 2013.
- Gunawan, Fahmi dkk. *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2018.
- Jalaludin. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafinso Persada. 2012
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. 2006.
- Lubis, Akhyar Yusuf. *Filsafat Ilmu: Klasik Hingga Kontempore*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Maunah, Binti. *Sosiologi Pendidikan*. Sleman: Kalimedia. 2016.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. 2011.
- Neoloka, Armos. *Metode Penelitian dan Statiska*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2016.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Perdana, Eko K. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB. 2016.
- Priansa, Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Razak, Abdul. *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta: Gawe Buku. 2017.
- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat. 2017.

- Saleh, Abdul Rahman. *Psikologi dalam Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media. 2004.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Kencana. 2003.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press. 2011.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta 2017.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres. 2015.
- Surya, Mohamad. *Psikologi Guru*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Wahyudi, Setyo Tri. *Statiska Ekonomi Konsep Teori dan Penerapan*. Malang: UB Press. 2017.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Adhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2020.

Jurnal dan Skripsi

- Afifah, Azka Al. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Nasabah”. *Skripsi*. Palembang: UIN Raden Fatah. 2017.
- Ambarsari, Wiwit Ayu Dwi. “Pengaruh Promosi, Religiusitas, Kepercayaan dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening”. *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga. 2018.

- Andriani, Gicella Fanny dan Halmawati. "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah". *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*. vol. 1 No. 3. 2019.
- Ardhiyanti, Erma. "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga Pada Bank Syariah". *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga. 2016.
- Astuti, Tri. Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Vol. 2 No. 1. 2013.
- Cavarela, Niel Dhesta dan Euis Soliha. "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpeda Bank Jateng Cabang Utama Semarang". *Jurnal Prosiding Sendi*. 2019.
- Imanuddin. "Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah". *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2019.
- Khairi, Iqbal. "Strategi Menumbuhkan Kepercayaan Calon Anggota Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota di BMT NU Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep". *Skripsi*. Surabaya: UINSA. 2015.
- Kristiyadi dan Sri Hartiyah. "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah". *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*. Vol. 5 No. 9. 2016.
- Latief, Abdul dkk. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan". *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial* ISSN 2407-7429 Vol. 10 No 2 Desember 2018.
- Mawadah, Sokhikhatul dan Fernaldi Anggadha Ratno. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM

- UIN Walisongo Semarang dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. No. 2. 2017.
- Nuryanti, Dwi. “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Santri Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening”. *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga. 2018.
- Purwadi dan Arief Widyantoro. “Hubungan antara Religiusitas dengan Kepercayaan Diri”. *Jurnal Al-Qalb Jilid 8*. No. 1. 2016.
- Rondonuwu, Alyssa Nikyta Taliwongso. “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli Calon Pengusaha Smartfren Andromax di Sidoarjo”. *Artikel Ilmiah*. Surabaya: STIE Perbanas. 2014.
- Saifudin, Taufik. ”Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening”. *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga. 2018.
- Saputra, Dicky. “Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Kereta Api Indonesia Divisi Regional II Sumatra Barat”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* ISSN 2086-5031 Vol. 8 No 1. Januari 2017.
- Sarwono, Jonathan. “Mengenal Path Analysis : Sejarah, Pengertian dan Aplikasi”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. Vol. 11 No. 2. 2011.
- Siringoringo, Renniwaty dan Putru Hari Kurniawan. “Analisis Pelanggan, Kualitas Layanan dan Kebijakan Tarif Listrik Prabayar Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Dampaknya Pada Citra PLN Bright Batam”. *Jurnal Akuntansi Barelang*. Vol. 3 No 1. 2018.
- Khotifah, Yuliana Siti. “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program *Office Channeling*”. *Jurnal of Finance and Islamic Banking*. Vol. 1 No. 1. 2008.
- Wahyuningsih, Sri Ambar. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet*

Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Sebagai Variabel Intervening". *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga. 2019.

Zaini, Hisyam dkk. "Dampak Relationship Marketing, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah". *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol. 7 No. 1. 2017.

Internet

<http://www.BRISyariah.co.id/profil.html>

