

**PENGARUH PENGETAHUAN KEAGAMAAN DAN
LAYANAN ISLAMI TERHADAP MINAT MENABUNG
NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP PONOROGO**

SKRIPSI



Disusun oleh :

AFINA TRI DAMAYANTI

NIM 402190004

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

2023

ABSTRAK

Damayanti, Afina Tri. Pengaruh Pengetahuan Keagamaan dan Layanan Islami Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo. *Skripsi* 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ajeng Wahyuni, M.Pd.

Kata kunci : Pengetahuan keagamaan, layanan islami, minat menabung

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Beberapa teori dan wawancara menjelaskan bahwa pengetahuan keagamaan dan layanan islami berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di bank. Dalam teori konvergensi dijelaskan bahwa minat menabung ditentukan beberapa faktor yaitu pengetahuan dan pelayanan (pengetahuan keagamaan dan layanan islami). Akan tetapi pada kenyataannya minat menabung tidak sama meskipun faktor pengetahuan dan pelayanan yang mendukung sama.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *Simple Random Sampling* yang berupa penyebaran kuesioner kepada 100 nasabah Muamalat KCP Ponorogo. Variabel independen yang digunakan yaitu pengetahuan keagamaan dan layanan islami. Sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat menabung. Analisis data yang digunakan adalah menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dengan uji t dan uji f serta analisis koefisien determinasi dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keagamaan tidak berpengaruh terhadap minat menabung dengan nilai $t_{hitung} 0,573 < t_{tabel} 1,661$ dan nilai sig. $0,568 > 0,05$. Layanan islami berpengaruh terhadap minat menabung dengan $t_{hitung} 4,244 > t_{tabel} 1,66$ dan nilai sig. $0,00 < 0,05$. Pengetahuan keagamaan dan layanan islami berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung dibuktikan dengan nilai $f_{hitung} 200,643 > 2,70$. Kemudian dibuktikan juga dengan nilai R^2 yaitu 14,5% yang artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 14,5% dan 85,5% dipengaruhi oleh variabel lain.



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	Afina Tri Damayanti	402190004	Perbankan Syariah	Pengaruh Pengetahuan Keagamaan dan Layanan Islami Terhadap Minat Menabung Nasabah di Perbankan Syariah (Studi Kasus di Bank Muamalat KCP Ponorogo)

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

Ponorogo, 15 Agustus 2023

Mengetahui

Kepala Jurusan Perbankan Syariah



Menyetujui

Dosen Pembimbing

Ajeng Wahyuni, M.Pd.
NIP.199307072019032030



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 Keagamaan dan Layanan Islami Terhadap Minat
Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo
Nama : Afina Tri Damayanti
NIM : 402190004
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan 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 : ()
Muhtadin Amri, M.S.Ak.
NIP. 198907102018011001
Penguji I : ()
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.
NIP. 197801122006041002
Penguji II : ()
Ajeng Wahyuni, M.Pd
NIP. 199307072019032030

Ponorogo, 1 September 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afina Tri Damayanti

NIM : 402190004

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi/Thesis : Pengaruh Pengetahuan Keagamaan dan Layanan Islami terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan 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 ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 20 September 2023

Pembuat Pernyataan,



Afina Tri Damayanti

NIM.402190004

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Afina Tri Damayanti

NIM : 402190004

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH PENGETAHUAN KEAGAMAAN DAN LAYANAN ISLAMI
TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP
PONOROGO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 15 Agustus 2023

Pembuat Pernyataan,



Afina Tri Damayanti

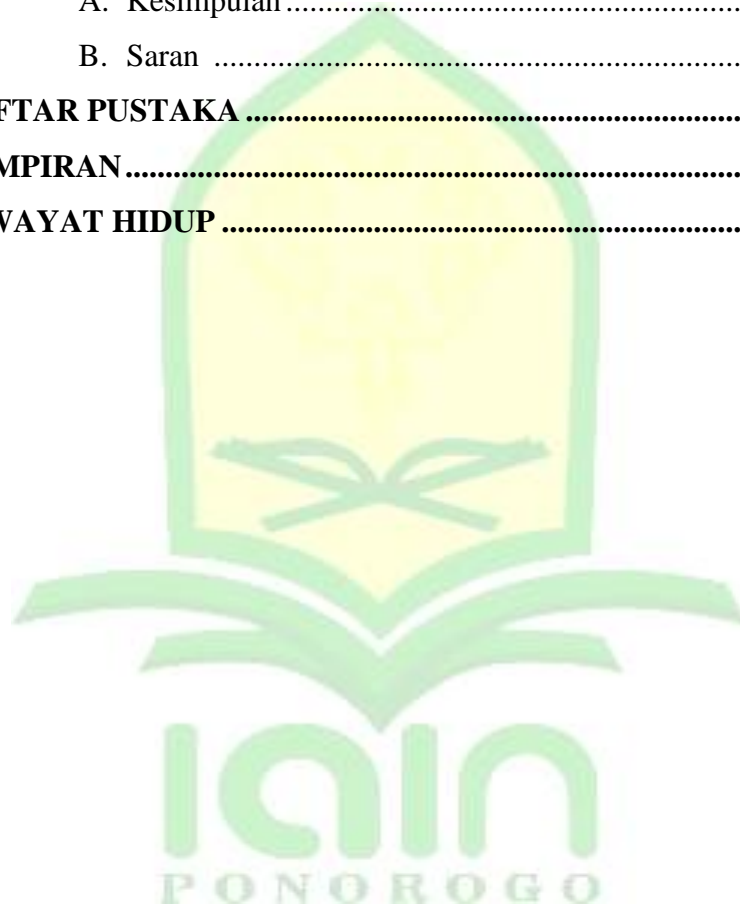
NIM 402190004

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II. LANDASAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori	11
1. Minat Menabung.....	11
2. Pengetahuan Keagamaan	16
3. Layanan Islami.....	18
B. Kajian pustaka	25
C. Kerangka Berfikir	31
D. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Rancangan Penelitian.....	34
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
C. Lokasi Penelitian	38
D. Populasi dan Sampel.....	38

E. Jenis dan Sumber Data.....	39
F. Metode Pengumpulan Data.....	40
G. Instrumen Penelitian	41
H. Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	41
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	44
BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA	49
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
1. Profil Bank Muamalat KCP Ponorogo	49
2. Produk dan Pembiayaan Bank Muamalat KCP Ponorogo.....	52
3. Visi dan Misi Bank Muamalat KCP Ponorogo.....	53
4. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo.....	54
B. Hasil Pengujian Instrumen.....	54
1. Uji Validitas.....	56
2. Uji Reabilitas	56
C. Hasil Pengujian Deskriptif.....	57
1. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	57
2. Berdasarkan Usia Responden	57
3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden.....	58
4. Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	58
D. Hasil Pengujian Hipotesis.....	59
1. Uji Asumsi Klasik.....	59
2. Analisis Regresi Linear Berganda	61
3. Uji T	63
4. Uji F	64
5. Uji Koefisien Determinasi	64
E. Pembahasan	65
1. Pengaruh Pengetahuan Keagamaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.....	65

2. Pengaruh Layanan Islami Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.....	66
3. Pengaruh Pengetahuan Keagamaan dan Layanan Islami Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.....	68
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76
RIWAYAT HIDUP	90



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Nasabah	5
Tabel 2.1	Studi Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional	35
Tabel 3.2	Tabel Skala Pengukuran Likert	41
Tabel 3.3	Validator Instrumen Penelitian	42
Tabel 3.4	Kategori Validasi Isi	43
Tabel 4.1	Uji Validasi Variabel Pengetahuan Keagamaan	55
Tabel 4.2	Uji Validasi Layanan Islami	55
Tabel 4.3	Uji Validitas Minat Menabung	56
Tabel 4.4	Uji Reabilitas	56
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.7	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.8	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.9	Uji Normalitas	59
Tabel 4.10	Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.11	Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.12	Uji autokorelasi	61
Tabel 4.13	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	61

Tabel 4.14	Uji t	63
Tabel 4.15	Uji F	64
Tabel 4.16	Uji Determinasi	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	75
Lampiran 2	Data Responden	81
Lampiran 3	Uji Reliabilitas	89
Lampiran 4	Hasil Cek Turnitin	90



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap Bank dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Bank sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan pelanggannya.¹

Perbankan syariah yang semakin maju dengan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam namun masyarakat Indonesia yang menggunakan perbankan syariah masih dikategorikan rendah. Mayoritas masyarakat Indonesia adalah penduduk beragama Islam yaitu dengan total penduduk sekitar 239 juta jiwa (87%) beragama Islam dari total keseluruhan penduduk Indonesia lebih dari 275 juta jiwa.²

Dengan demikian, peluang yang besar untuk mengembangkan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat dari luasnya segmen pasar yang ada. Market Share perbankan syariah di Indonesia pada tahun 2022 pada bulan april mencapai 6,65%.³ *Market Share* adalah bagian dari seluruh permintaan atas suatu barang yang mencerminkan golongan konsumen berdasarkan ciri khasnya atau *market segment*, atau bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan. Dengan *market share* yang hanya sebesar 6,65% artinya minat masyarakat Indonesia masih rendah

¹Budiarti, I, *Penerapan Prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG) Pada Dunia Perbankan.* (Majalah Ilmiah UNIKOM, 2011),66

²bps.go.id,"Jumlah Penduduk Indonesia 2022." Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2023/02/28/18018f9896f09f03580a614b/statistik-indonesia-2023.html>(pada tanggal 20 November 2022 pukul 13.40)

³Ojk.go.id,"Jumlah Market Share Perbankan Syariah." Diakses dari <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1340/memperkuat-literasi-dan-inklusi-keuangan-syariah> (pada tanggal 20 November 2022 pukul 13.40)

dalam menggunakan bank syariah, padahal masyarakat Indonesia merupakan penduduk muslim terbesar di dunia.

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.⁴ Lalu menurut Nugroho J. Setiadi faktor yang mempengaruhi minat, yaitu persepsi, kepercayaan dan sikap, motivasi dan gaya hidup.⁵ Kemudian menurut Muhammad faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah pelayanan, bagi hasil, religiusitas dan lokasi.⁶

Dalam penelitian ini mengambil dua faktor yang mempengaruhi minat, yaitu pengetahuan keagamaan dan layanan islami. Karena kedua faktor tersebut berkaitan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu faktor minat yang berasal dari dalam dan luar.

Faktor pertama yang mempengaruhi minat menabung yaitu pengetahuan keagamaan yang merupakan dimensi yang berkaitan dengan seberapa banyak pengetahuan seseorang mengenai ajaran-ajaran agamanya. Pada hal ini semakin tinggi tingkat pengetahuan keagamaan seseorang maka akan meningkatkan kualitas akidah, akhlak dan juga

⁴Fahmi Gunawan dkk, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 5.

⁵Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Penerbit Kencana, 2003), 30

⁶Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 237.

syariah seseorang.⁷ada bidang akidah, semakin tinggi tingkat pengetahuan keagamaan seseorang maka meningkatkan kualitas ibadahnya. Pada bidang akhlak, semakin tinggi tingkat pengetahuan keagamaan maka semakin seseorang memperbaiki caranya berinteraksi sesama makhluk Tuhan. Pada bidang syariah, semakin tinggi tingkat pengetahuan keagamaan 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 pengetahuan keagamaan maka akan meningkatkan minat untuk melakukan transaksi di bank syariah.

Pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap bagi hasil dan bunga bank sangat beranekaragam.Ada Beberapa masyarakat tetap menerima bunga bank dan sebagian masyarakat menerima sistem bagi hasil dengan tetap menerima bunga dan menolak bunga bank.Perilaku yang mencampurkan segala paradigma tersebut menjadi sebuah wawasan yang menarik sebagai gambaran pengetahuan serta perilaku masyarakat terhadap menyikapi kebijakan dual banking system tersebut.Bentuk perilaku masyarakat terhadap penilaian pada bank syariah disebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah, terutama disebabkan adanya dominasi bank konvensional.⁸

Faktor kedua yang mempengaruhi minat menabung yaitu layanan islami Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun yang didasarkan pada perilaku islamiyah. Perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan

⁷Kristiyadi 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 Tehnik Informatika*, Vol. .5 No. 9 (2016), 46.

⁸ Anita Rahmawaty, "Pengaruh persepsi tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk di BNI Syariah Semarang," *Jurnal Addin* 8, no. 1 (2014): 1–28.

pada konsumen itu sendiri adalah pelayanan.⁹ Apabila nasabah atau konsumen merasa bahwa layanan yang diterimanya baik dan sesuai harapan serta sesuai dengan prinsip syariah maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi nasabah. Nasabah yang puas, percaya dan berkomitmen terhadap barang/jasa, maka akan mudah menarik simpati nasabah supaya tetap bertahan menabung di bank muamalat.

Pelayanan dalam bisnis islam tentunya dilandasi oleh beberapa hal pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan ketrampilan yang bagus. Adapun hal tersebut yaitu amanah dan ilmu yang kemudian diuraikan dalam perspektif islam, diantaranya yaitu shidiq, amanah, fathonah, tablig, dan istiqomah.¹⁰

Dari keseluruhan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa Pelayanan dalam sebuah bisnis islami dilandasi beberapa sifat Allah SWT yang meliputi Shidiq, Amanah dan fathonah, Tablig, dan Istiqomah. Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Dalam berdagang dikenal istilah menjual dengan amanah, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya sehingga Salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhoi Allah adalah kebenaran. Berdusta dalam berdagang akan sangat dikecam dalam islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah SWT.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah bank muamalat dan non nasabah bank muamalat berikut hasil wawancaranya: Dalam wawancara dengan bapak Samsul Beliau Mengatakan Bahwa “ alasan

⁹Philip, Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi bahasa Indonesia* (Jakarta :Erlangga, 2002) .24

¹⁰Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), 56.

¹¹Nugroho dan Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), 25.

menabung karena untuk menyimpan uang dan sewaktu – waktu bisa meminjam uang buat modal usaha” ujarnya. Beliau juga mengatakan “Saya tidak begitu paham mengenai apa itu riba dan pengetahuan tentang bank muamalat .serta layanan yang diberikan sebenarnya sudah bagus namun kurang memuaskan. Pasalnya orang yang menyapa nasabah menggunakan kata sapaaan selamat pagi, siang dan sore. Alangkah baiknya menggunakan salam” ujar bapak samsul.¹²

Begitu juga menurut Indah yang belum menjadi nasabah bank muamalat mengatakan dirinya mendapatkan informasi tentang bank muamalat dari pengalaman pihak lain. Informasi yang didapatkan masih mempunyai keraguan terhadap bank muamalat. Keraguan ini bersumber dari kurangnya pengetahuan dan sosialisasi pengetahuan keagamaan serta tentang bank muamalat. Beliau juga mengatakan bahwa secara teori bank muamalat sudah sesuai prinsip syariah namun secara praktiknya masih belum yakin.¹³

Selanjutnya tyaz selaku nasabah bank muamalat yang sudah menabung disana selama 4 tahun mengatakan bahwa beliau tidak puas akan layanan bank muamalat dikarenakan layanan yang diberikan lama serta respon yang lambat ketika nasabah merasa kesulitan dalam transaksi.¹⁴ Namun menurut ibu atik Anjani mengatakan bahwa layanan islami dalam bank mumalat sudah bagus.¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak pandu selaku pimpinan bank muamalat KCP Ponorogo meyakini bahwa dibalik lokasi yang mudah dijangkau ternyata masih begitu banyak masyarakat yang begitu paham tentang pengetahuan keagamaan dan kurang merasa puas akan layanan yang diberikan oleh bank muamalat yang dibuktikan dengan

¹²Samsul, Wawancara, 21 Januari 2023

¹³ Indah, wawancara, 3 Februari 2023

¹⁴ Tyaz, Wawancara, 3 Februari 2023

¹⁵ Atik Anjani, Wawancara, 21 Januari 2023

adanya nasabah yang menjadi nasabah pasif. Hal ini dapat dilihat pada tabel data nasabah 3 tahun terakhir per 28 Desember.¹⁶

Tabel 1.1
Data nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo

Penghimpun Dana	2020	2021	2022	Total
Deposito	354	528	697	1.574
Giro	113	113	115	341
Tabungan	14.445	15.525	16.578	46.548
Total	14.912	16.166	17.390	48.463

Berdasarkan data yang diperoleh bahwasannya jumlah nasabah yang masih aktif mengalami fluktuatif. Dimulai dari tahun 2020 hingga tahun 2022. Namun sayangnya meskipun setiap tahun nasabahnya naik terdapat juga nasabah yang masih belum mengetahui pengetahuan keagamaan tentang menabung di bank muamalat serta nasabah kurang merasa puas karena layanan yang diberikan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Indra Siswati dan Vino Aurefanda dengan judul Pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah menemukan bahwa secara parsial, pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung.¹⁷ Disisi lain ada penelitian yang menunjukkan perbedaan hasil yang diperoleh, hasil dari penelitian tersebut pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung yang ditulis oleh Novi Oktiviani yang berjudul Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Lokasi terhadap minat menabung pada bank syariah dengan kepercayaan sebagai variabel

¹⁶ Pandu, wawancara, 17 Januari 2023

¹⁷ Indra Siswati, "Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi, dan Pengalaman Mahasiswa STAIN Salatiga Tentang Sistem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" (PhD Thesis, IAIN Salatiga, 2015); Vino Aurefanda, "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)" (PhD Thesis, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat di Blotongan Kota Salatiga). Alasannya dikarenakan sebagian masyarakat di Blotongan Kota Salatiga belum mengetahui benar mengenai bank syariah dan juga kebanyakan dari mereka tidak mengetahui tentang larangan riba.¹⁸

Hasil penelitian oleh Damayanti menunjukkan hasil bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah mandiri.¹⁹ Penelitian tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathurrahman & Azzizah bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat preferensi mahasiswa program studi ekonomi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap perbankan syariah²⁰. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh lutfi menyatakan bahwa pelayanan tidak mempengaruhi prefensi menabung di perbankan syariah pada kalangan mahasiswa santri pondok pesantren madinah munawwarah. Seperti halnya pengetahuan keagamaan, variabel pelayanan juga masih terdapat perbedaan hasil.²¹

Bank Muamalat merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang telah dikenal oleh masyarakat maupun para nasabah bank. Bank Muamalat menarik untuk diteliti, mengingat Bank Muamalat merupakan bank syariah yang pertama kali didirikan.²² Berdasarkan permasalahan yang dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa pada kasus pertama seseorang nasabah yang tidak mengetahui apa itu pengetahuan keagamaan

¹⁸Novi Oktaviani, “*Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada masyarakat di Blotongan Kota Salatiga)*” (PhD Thesis, IAIN SALATIGA, 2018).

¹⁹ Damayant, S, “Pengaruh padangan islam, pelayanan, dan keamanan terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X), *Jurnal Managemen dan Pemasaran Jasa*, Volume 9 nomer 1 (2016)

²⁰ Fatturahman, A., & Azzizah, U. “analisis Faktor – faktor Prefensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), *Ihtifaz : Jurnal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, Volume 1, Nomer 0274 (2018)

²¹ Luthfi F, “*Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Prefensi Menabung Mahasiswa Santri di Perbankan Syariah,*” Skripsi (2016)

²²Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung : Mizan Pustaka, 2006), 195

dan kurang puas terhadap layanan yang diberikan akan tetapi memilih menggunakan Bank Muamalat tersebut. Sedangkan yang belum nasabah bank muamalat merasa masih ragu menabung di bank muamalat keraguan ini bersal dari kurangnya pengetahuan keagamaan masyarakat. Selanjutnya nasabah bank mumalat yang sudah lama menggunakan jasa/produknya merasa kurang puas akan layanan yang diberikan bank muamalat meskipun ia masih menggunakan bank mumalat. Serta penelitian terdahulu yang telah dilakukan masih belum pasti ada yang berpengaruh da nada juga yang tidak berpengaruh.

Melihat peluang yang tinggi namun tidak selaras dengan minat yang tinggi karena kurangnya pengetahuan keagamaan dan kurang puas layanan islami yang diberikan kepada nasabah menjadikan alasan mengapa seseorang enggan melanjutkan menabung di bank muamalat. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo “

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Pengetahuan Keagamaan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Muamalat?
2. Apakah Layanan Islami berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Muamalat?
3. Apakah pengetahuan Keagamaan dan layanan Islami berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di Bank Muamalat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengetahuan keagamaan

terhadap minat menabung di bank muamalat

2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh layanan islamiterhadap minat menabung di bank muamalat
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung di bank muamalat.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis
 - a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah teori dalam bidang ilmu perbankan syariah, dapat mengembangkan ilmu perbankan syariah sekaligus menambah literatur kepustakaan, khususnya untuk jenis penelitian kuantitatif berkaitan dengan pengaruh pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat
 - b. Untuk dapat mendukung atau memperkuat teori-teori yang sudah ada dan dapat dibuktikan.
2. Secara Praktisi
 - a. Bagi Bank Muamalat
Dapat meningkatkan minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo dan juga sebagai bahan acuan evaluasi dimasa yang akan datang dan akan diketahui faktor mana yang paling dominan dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung nasabah.
 - b. Bagi Akademisi
Penelitian ini dapat menambah informasi tentang minat menabung nasabah agar tetap menggunakan bank syariah dan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya
 - c. Bagi peneliti
Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan serta kompetensi akademik maupun non akademik. Selain itu, sebagai sarana untuk menambah wawasan tentang minat menabung nasabah di bank

syariah dan juga mengetahui informasi tentang pengaruh pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah di bank syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk dapat mengetahui isi penelitian ini, maka sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori yang relevan yang memuat pengertian, faktor dan indikator mengenai loyalitas nasabah, kepuasan, kualitas pelayanan, serta kepuasan nasabah yang nantinya akan membantu menganalisa hasil penelitian, studi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisikan tentang hasil dan pembahasan tentang hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian asumsi klasik, hasil pengujian hipotesis melalui uji t, uji F dan uji koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, analisis jalur dan uji sobel serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memaparkan tentang kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas. Serta saran yang diberikan oleh peneliti kepada pihak-pihak yang bersangkutan dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Minat Menabung

a. Pengertian Minat

Menurut Sofyan Assauri, minat merupakan keinginan yang timbul dalam diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau senang dan tertarik pada suatu objek atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan yang diambil pembeli merupakan sebuah proses pengambilan keputusan atau pembelian yang mencakup penentuan apa saja yang akan dibeli atau tidak merupakan pembelian dan keputusan tersebut akan diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yang kebutuhan dana yang dimiliki.¹

Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara. Adapun minat bersifat tetap (*persistent*) dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya.

1) Pengertian Minat Menabung

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang

¹Sofyan Assauri, Bank Syariah: Dari Teori Kepraktik, (Jakarta: Gema Insani, (2012).85

muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

2) Indikator Minat menabung

Menurut Pendapat Kotler bahwa minat untuk menabung dapat diasumsikan sebagai minat beli terhadap sesuatu produk. Dimana menurutnya minat beli merupakan suatu tindakan yang datang dari dalam diri seseorang atas respon terhadap suatu objek tertentu yang menunjukkan bahwa pelanggan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian terhadap objek tersebut.² Terdapat beberapa aspek yang terdapat dalam minat beli berdasarkan menurut pendapat Lucas dan Britt adalah sebagai berikut: ³

(a) Perhatian

Pada tahapan ini konsumen memiliki rasa perhatian yang besar terhadap suatu produk barang atau jasa.

(b) Ketertarikan

Pada saat konsumen telah memiliki perhatian terhadap suatu produk baik barang atau jasa maka setelah itu muncul rasa tertarik pada konsumen atas produk tersebut.

(c) Keinginan

Setelah muncul rasa tertarik pada konsumen maka pada tahapan ini konsumen memiliki perasaan untuk memiliki atau mengingini produk tersebut.

(d) Keyakinan

Pada tahap ini konsumen mulai membuat keputusan untuk memiliki dengan cara membeli karena konsumen telah yakin terhadap produk tersebut.

3) Macam – macam Minat

Berdasarkan timbulnya minat dibagi menjadi:

²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2* (Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), .78

³Lucas and Britt, *Advertising Psychology and Research* (New York : Mc Graw-Hill, 2003),101

- (a) Minat *primitif* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman, kebebasan beraktifitas.
- (b) Minat *kultural* (sosial) adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Sebagai contoh keinginan untuk memiliki mobil, kekayaan, pakaian mewah, dengan memiliki hal-hal tersebut secara tidak langsung akan menganggap kedudukan atau harga diri bagi orang yang agak istimewa pada orang-orang yang punya mobil, kaya, dan lainnya.

Berdasarkan arahnya minat dibagi menjadi :

- (a) Minat *Instrinsik* adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Contohnya seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memang senang membaca.
- (b) Minat *Ekstrinsik* adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Contohnya seseorang yang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas, setelah menjadi juara kelas minat belajarnya menjadi turun.

Berdasarkan cara mengungkapkan minat dibagi menjadi :

- (a) *Expressed interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada objek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang di senangi dan paling tidak disenangi.

- (b) *Manifest interest*, adalah minat yang di ungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan obyek atau dengan mengetahui hobinya.
 - (c) *Tested interes*, adalah minat yang di ungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan.
 - (d) *Inventoried interest*, adalah minat yang di ungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada objek apakah ia senang atau tidak terhadap jumlah aktivitas atau sesuatu objek yang ditanyakan.⁴
- 4) Sifat – sifat Minat
- (a) Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
 - (b) Minat menimbulkan efek diskriminatif.
 - (c) Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi motivasi.
 - (d) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan mode.⁵
- 5) Faktor – faktor yang mempengaruhi minat
- (a) Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan lainlain.
 - (b) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktifitas tertentu, misalnya minat

⁴Shaleh, A.R, Psikolog suatu pengantar dalam prespektif islam (Jakarta : Pernada Media, 2004),21

⁵Y Jahja, Psikologi Perkembangan (Jakarta: Kencana,2011),76

terhadap pakaian timbul karena keinginan mendapatkan persetujuan atau penerimaan perhatian dari orang lain.

- (c) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi, apabila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut.⁶

6) Faktor yang mempengaruhi timbulnya minat

Ada 2 faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu :⁷

(a) Faktor internal

aktor internal adalah, faktor yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan, misalnya : motivasi, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian.

(b) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah yang berasal dari luar seperti lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang. Manakah dari lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat yang lebih berpengaruh, ini sangat sulit untuk menentukannya karena ada minat seseorang timbul dan berkembangnya lebih dipengaruhi oleh faktor keluarga, tetapi ada juga yang oleh lingkungan sekolah atau masyarakat atau sebaliknya. Di samping itu juga karena objek dari minat itu sendiri sangat banyak macamnya.

⁶ Shaleh, A.R, Psikolog suatu pengantar dalam prespektif islam (Jakarta : Pernerda Media, 2004),44

⁷ Ibid. 44

b. Pengetahuan keagamaan

1) Pengertian Pengetahuan Keagamaan

Pengetahuan agama merupakan dimensi yang berkaitan dengan seberapa banyak pengetahuan seseorang mengenai ajaran-ajaran agamanya yang paling utama yaitu pengetahuan tentang kitab suci maupun lainnya. Dalam islam Dimensi ini mencakup pengetahuan terkait isi AlQuran, hukum islam dan pemahaman terhadap kaid-kaid keilmuan ekonomi islam/perbankan syariah serta mengimani dan menjalankan atas apa saja yang sudah diketahui tentang agama islam.⁸

Menurut jalaludin pengetahuan keagamaan adalah suatu sikap atau kesadaran yang didasarkan pada keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Pengetahuan keagamaan diartikan sebagai sejauh mana pengetahuan mengenai ilmu yang diyakininya, seberapa kokoh kayakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya.⁹

Pengetahuan keagamaan merupakan tingkat keyakinan, kepercayaan dan kesalehan seseorang menjalani syariat agama. Pengetahuan keagamaan diwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan ekonomi. Lembaga perbankan masuk ke dalam aspek syariat yang berkaitan dengan kegiatan muamalah.

Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat islam. Bunga bank mengandung unsur riba. Agama selain islam seperti Nasrani, Yahudi, Hindu dan lain – lain melarang diterapkannya riba. Hal ini yang menyebabkan intensi untuk berpindah dari bank konvensional menjadi bank syariah.

⁸Jalaludin, *Psikologi Agama*, (Jakarta : PT Raja Grafindo),84

⁹ Jalaludin, "*Psikolog Agama*," (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2010),53

2) Indikator Pengetahuan keagamaan

(a) Dimensi Keyakinan

Dimensi keyakinan lebih bersifat harus ditaati oleh penganut agama. Dengan demikian dimensi keyakinan ini yaitu melakukan praktek-praktek peribadatan yang sesuai dengan nilai-nilai islam.

(b) Dimensi praktek

Dalam islam dimensi praktik agama bisa dilaksanakan dengan melaksanakan ibadah seperti rukun islam yaitu shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktik muamalah lainnya.

(c) Dimensi pengalaman¹⁰.

Dimensi pengamalan merupakan komponen perasaan atau pengalaman yang mencakup perasaan sebagai dampak dari beragama dan menjalankan ibadah. Seperti takut saat melakukan dosa, merasa diselamatkan oleh tuhan, merasa dekat dengan tuhan, merasa doanya dikabulkan, dan sebagainya.

3) Faktor – faktor yang mempengaruhi pengetahuan keagamaan

(a) Pengaruh Pendidikan dan Pengajaran dan Berbagai Tekanan Sosial

Fator ini meliputi berbagai pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang telah disepakati oleh lingkungan.

(b) Pengalaman

Berbagai pengalaman yang telah di lalui seperti pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan

¹⁰ Ibid.78

pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

(c) Kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan yang harus terpenuhi dalam kehidupan manusia diantaranya yaitu kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang ditimbulkan karena adanya ancaman kematian.

(d) Intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasional.¹¹

Dari uraian yang telah di paparkan maka bisa disimpulkan kalau pengetahuan keagamaan merupakan sifat yang melekat di dalam batin seseorang yang membuatnya berperilaku, bersikap dan bertindak berdasarkan pada ajaran-ajaran agama yang dianutnya dan tingkat religiusitas setiap orang itu berbeda-beda.

c. Layanan Islami

1) Pengertian Layanan Islami

Menurut Kotler layanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.¹² Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada konsumen yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Pelayanan diberikan

¹¹Adi Suprayetno, *Pendidikan Karakter Di Era Milenial*, (Yogyakarta: Cv. Budi Utama,2020) , 43

¹²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol, Jilid1*, (Jakarta, Erlangga, 2001),83

sebagai tindakan atau sikap seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan..¹³

Tidak dapat dihindari hampir disemua produk yang ditawarkan di setiap perusahaan memerlukan pelayanan yang baik , baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam prakteknya konsumen memerlukan bantuan pelayanan untuk memenuhi kepuasan kebutuhannya.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Sebagian kecil dari ayat al-Qur'an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu surat al-Maidah ayat 2:

Artinya :”.....*dan tolong menolong kamu dalam (Mengerjakan) kebajikan dan takwa dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*”

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

Dalam salah satu haditsnya rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan

¹³Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta, PT.Raja Grafindo, 2005), 15

“bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah “Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya”.

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain: ¹⁴

(a) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkarjanji. Hal ini sesuai dengan Al – Qur`an Surat AsySyu`ara: 181-183.

Artinya: ”sempurnakanlah takara dan janganlah kamu termasuk orang – orang yang merugikan:, dan timbanglah dengan timbangan yang harus lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak – haknya dan janganlah kamu merelakan di muka bumi dengan membuat kerusakan”

(b) Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.

(c) Tidak Menipu (*Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.

(d) Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.

(e) Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.

¹⁴Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, 153.

(f) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

2) Indikator Layanan Islami

(a) *Compliance* adalah kepatuhan yang berarti kemampuan untuk tunduk kepada hukum Islam dan beroperasi sesuai prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam.

(b) *Assurance* adalah pengetahuan dan kesantunan pegawai dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kebenaran dan kerahasiaan. Hal ini juga meliputi komunikasi verbal dan tertulis antara pegawai bank dan nasabah.

(c) *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan, konsisten dan akurat.

(d) *Tangible* (kenyataan) yang berarti tampilan dari fasilitas secara fisik peralatan, personel dan materi komunikasi.

(e) *Emphaty* (empati) adalah perhatian secara individu dimana bank-bank Islam menyediakannya untuk para konsumen.

(f) *Responsiveness* (ketanggapan) adalah kerelaan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan yang diminta.

3) Etika Layanan Islami

Abdalla Hanafy dan Hamid Salam, masing-masing adalah guru besar marketing dan Internasional Business di St. Cloud State University dan guru besar Business Administration di

Mankata State University, Merumuskan etika layanan islami sebaga berikut.¹⁵

- (a) Etika untuk selalu menyampaikan yang benar
- (b) Etika untuk selalu dapat dipercaya
- (c) Etika untuk selalu menjaga sesuatu dengan ikhlas
- (d) Etika persaudaraan
- (e) Penguasaan ilmu pengetahuan dan,
- (f) Etika keadilan.

Jadi siapa pun dia, bila melaksanakan etika bisnis niscaya akan meraih sukses dalam bisnis. Sebaliknya, walaupun ia seorang muslim dan berbisnis berlabel Islam, tapi meninggalkan etika bisnis, niscaya ia sulit mengembangkan bisnisnya.

4) Model Kualitas Pelayanan pada Bank Islam

(a) Model Othman dan Owen (2001)

Pada beberapa dekade terakhir ini, peneliti peneliti mengakui akan kebutuhan untuk membuat suatu ukuran kualitas pelayanan untuk meningkatkan industri jasa. Servqual (*Service quality*) memang terbukti sebagai metode yang bisa diterima sebagai pengukuran. Bagaimanapun pengukuran *service quality* banyak menghadapi kritikan-kritikan. Othman dan Owen memperkenalkan alternatif dalam pengukuran service quality yang disebut sebagai CARTER (*Compliance of law, assurance, reliability, tangibel, empaty dan Responsiveness*).¹⁶

(b) Model Jabnoun dan Khalifa (2005)

Komponen kualitas layanan menurut model ini dikembangkan melalui *brainstorming* dan latihan. Model

¹⁵Adiwarman Aswar Karim, *Ekonomi Islam suatu kajian Kontemporer*. (Jakarta, Gema Insani Press,2001) .166

¹⁶Othman and Owen, "Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic Bank : A Case Study in Kuwait Finance House."(2001)

ini menanyakan 15 manager yang mengikuti kursus TQM (*Total Quality Management*) pada program MBA di universitas Sharjah dengan menggunakan 5 dimensi dari Servqual ditambah dengan 2 dimensi yang lain yaitu : Value dan Images.¹⁷

(c) Model al – Zaabi (2006)

Zaabi menggunakan Servqual yang dimodifikasi untuk mengukur persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di bank-bank Islam. Zaabi memasukkan variabel - variabel yang secara langsung mempengaruhi terhadap persepsi melalui dimensi-dimensi lain dari servqual. Variabel-variabel ini adalah : kepatuhan syariah dalam layanan dan produk bank syariah, biaya yang kompetitif, tingkat keuangan yang kompetitif, profit and loss sharing yang baik, kesadaran karyawan bank syariah, kinerja bank syariah.¹⁸

(d) Model Abdul Rahim (2010)

Abdulrahim menggunakan *Servqual* dan *Carter* dalam pengukuran kualitas pelayanan pada bank syariah di Inggris. Penelitiannya menekankan dimensi budaya sebagai Afaktor yang penting dalam kualitas pelayanan.

Bukti – bukti empiris yang dilakukan pada Bank-bank Syariah di Indonesia dengan menggunakan metoda yang berbeda-beda membuktikan bahwa layanan kualitas mempengaruhi minat menabung nasabah dalam bertransaksi di bank syariah, serta juga membuktikan bahwa kualitas layanan perlu ditingkatkan dalam usaha meningkatkan kinerja bank syariah ke depannya.

¹⁷Abnoun ,N & Khalifa,A , “ *A Customised measure of Service Quality in the UAE*”,(*Managing Service Quality*, 2005) ,374-388

¹⁸Al-Zaabi, “*Quality Service in UAE* : Unpublished Thesis (Durham, UK : Durham University :2006), 26

B. Kajian Pustaka

Pada penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, juga untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam penelitian ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

Tabel 2.1

Studi Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Kesimpulan	Perbedaan
a.	Rudi Haryono (2022)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap minat menabung di Bank Syariah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh positif antara variabel pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah. 2. Terdapat pengaruh positif antara variabel religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah. 3. Terdapat pengaruh positif antara variabel kepercayaan terhadap minat menabung di bank syariah. 4. Pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi penelitian Rudi haryono bertempat di Jambi sedangkan dalam peneliti penulis meneliti di Bank Muamalat KCP Ponorogo 2. Jumlah variabel yang digunakan rudi haryono ada 4 sedangkan dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel.

			minat menabung di bank syariah. ¹⁹	
b.	Sulis Rahma wati (2022)	Pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi (studi kasus pada mahasiswa ekonomi syariah pascasarjaba UIN malang angkatan 2020 dan 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN Malang 2. Presepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN Malang. 3. Religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan anatra pengetahuan dan minat penggunaan syariah pada mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN Malang. 4. Religiusitas memiliki kemampuan untuk memoderasi hubungan antara presepsi dan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang diteliti oleh sulis rahwati di UIN Malang sedangkan dalam penelitian ini lokasi bertepatan di Bank Muamalat Ponorogo. 2. Populasi yang diketahui dalam penelitian sulis rahwati yaitu sebanyak 104 sedangkan dalam penelitian penulis tidak diketahui.

¹⁹Rudi Haryono," *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap minat menabung di Bank Syariah (Studi kasus masyarakat kota jambi)*," *Jurnal of coperensif Islamic studies*, volume 1, nomer 1,(2022),153

			minat penggunaan syariah pada mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN Malang. ²⁰	
c.	Safa'atul Abrori (2020)	Pengaruh pengetahuan fasilitas dan religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial kabupaten sukoharjo di bank syariah.	<p>1. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial kabupate sukoharjo di bank syariah.</p> <p>2. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial kabupate sukoharjo di bank syariah.</p> <p>3. Reliigusitas berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial kabupate sukoharjo di bank syariah.²¹</p>	<p>1. Lokasi yang diteliti safa'atul Abrori berada disolo sedangkan dalam peneltian penulis berada di Ponorogo.</p> <p>2. Jumlah populasi dalam penelitian safa'atul abrori diketahui berjumlah 100 sedangkan dalam penelitian penulis tidak diketahui.</p>
d.	Yuliatul Muzamil (2021)	Pengaruh Pengetahuan dan religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji	<p>1. Pengetahuan berpengaruh terhadap keercayaan pada masyarakat desa pucanganom.</p> <p>2. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap</p>	

²⁰ Sulis Rahmawati,; Pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi (studi kasus pada mahasiswa ekonomi syariah pascasarjaba UIN malang angkatan 2020 dan 2021)"skripsi (Malang : UIN Malang,2022),101

²¹ Syafaat Abrori," Pengaruh pengetahuan fasilitas dan religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial kabupaten sukoharjo di bank syariah",Skripsi (Solo:Iain Surakarta,2020),114

		bri syariah KC Madiun dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.	kepercayaan masyarakat desa puncanom. 3. Pengetahuan berpengaruh terhadap minat pada masyarakat puncanom. 4. Religisitas berpengaruh terhadap minat pada masyarakat puncanom. ²²	
e.	Wiwit Ayu Dwi Rahma wati (2019)	Pengaruh Promosi, Religiusitas, Kepercayaan dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening.	1. Variabel promosi, religiusitas, kepercayaan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan masyarakat pada bank syariah. 2. Variabel pengetahuan mampu memediasi promosi, religiusitas, kepercayaan dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah. ²³	1. Lokasi penelitian yang di lakukan oleh wiwit berada di salatiga sedangkan penelitian penulis berada di ponorogo 2. Menjadikan pengetahuan masyarakat sebagai variabel intervening.
f.	Sri	Pengaruh	1. Variabel kemudahan	1. Populasi penelitian

²²Yuliatul Muzammil,” Pengaruh Pengetahuan dan religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji bri syariah KC Madiun dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.” Skripsi, (Ponorogo : Iain Ponorogo,2021),104

²³Wiwit 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)

	Ambar Wahyu ningsih (2019)	Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.	berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. 2. variabel kemanfaatan berpengaruh positif namun tidak signifikan. 3. variabel resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat. 4. variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>internetbanking</i> . ²⁴	pada nasabah PT BNI Syariah KC Yogyakarta sedangkan pada penelitian penulis pada masyarakat ponorogo 2. Lokasi pada penelitian sri ambar wahyuni berada di Yogyakarta sedangkan penelitian penulis berada di ponorogo.
g.	Imanudin (2019)	Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.	1. Variabel promosi dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. ²⁵	1. Populasi penelitian pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo, sedangkan daam penelitian penulis populasinya pada masyarakat ponorogo.
h.	Mirza	Pengaruh	1. Terdapat hubungan	1. Lokasi yang

²⁴Sri Ambar Wahyuningsih, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening," *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2019).

²⁵Imanuddin, "Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019).

	Syahputra (2021)	kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah mandiri KCP Dumai Sukajadi.	positif antara kualitas pelayanan terhadap peningkatan minat menabung nasabah . ²⁶	dilakukan mirza berada di bengkalis sedangkan lokasi yang dilakukan peneliti di ponorogo.
i.	Junadia (2021)	Pengaruh Pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi masyarakat kecamatan wotu kabupaten lawu timur)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni. 2. Terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni. 3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni. 4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel 	1. Lokasi yang dilakukan junaida berada di palopo sedangkan lokasi yang dilakukan peneliti di ponorogo

²⁶ Mirza Syahutra, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah mandiri KCP Dumai Sukajadi." Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah (Bengkalis : Stain Bengkalis, 2021)

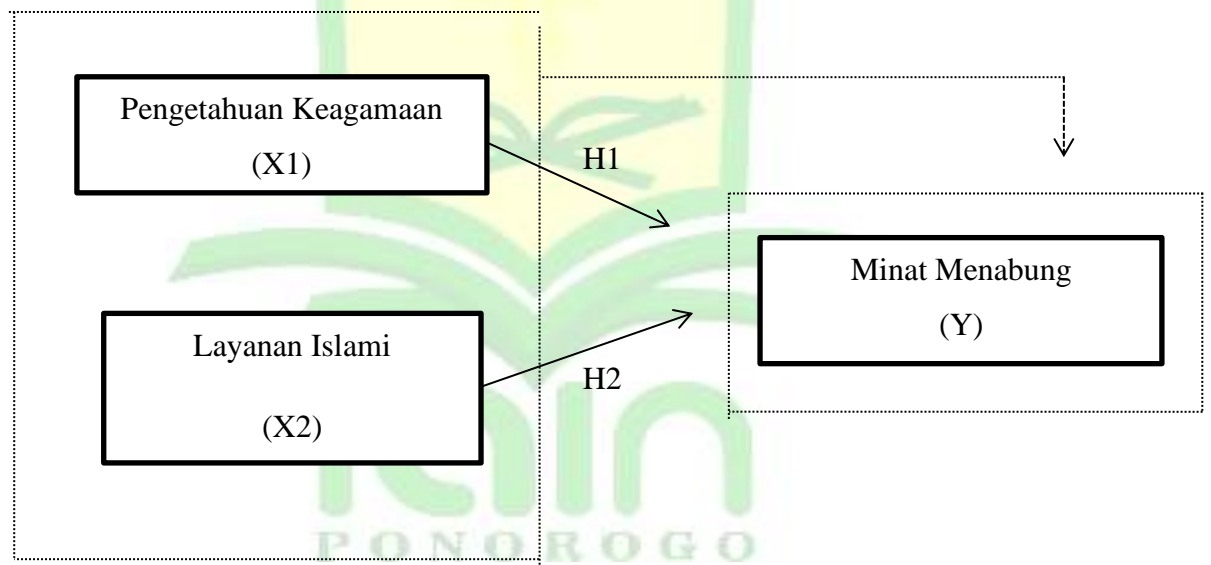
			<p>pelayanan, promosi dan lokasi terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni.²⁷</p>	
--	--	--	--	--

Penelitian Terdahulu

C. Kerangka Berpikir

Kerangka teoretis merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti.²⁸

Berdasarkan beberapa variabel yang mempengaruhi minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

²⁷ Junaida, " Pengaruh Pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni," Skripsi (Luwu Timur : IAIN Palopo,2019)

²⁸Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian BidangManajemen dan Ekonomi Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2015), 93.

Keterangan :

X : Variabel independen

Y : Variabel dependen

—————> : Hubungan antar variabel

----- : Hubungan secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti.²⁹ Dengan adanya hipotesis, penelitian ini menjadi jelas arah tujuan penelitiannya dengan kata lain hipotesis dapat membimbing peneliti dalam melakukan penelitian di lapangan. Berdasarkan kerangka penelitian tersebut maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- a. H_{01} : Pengetahuan keagamaan tidak berpengaruh secara Signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo.
 H_{a1} : Pengetahuan keagamaan berpengaruh secara Signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo.
- b. H_{02} : Layanan Islami tidak berpengaruh secara Signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo.
 H_{a2} : Layanan Islami berpengaruh secara Signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo.
- c. H_{03} : Pengetahuan keagamaan dan layanan islami tidak berpengaruh secara Signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo.
 H_{a3} : Pengetahuan keagamaan dan layanan islami berpengaruh secara Signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo.

²⁹Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), 66.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistic.¹ Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

Penelitian ini bersifat langsung atau biasa disebut dengan penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang sebab akibat. Artinya, variasi pada X (variabel bebas) akan mempengaruhi variasi pada Y (variabel terikat).³ Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang didapat dan diolah langsung oleh obyeknya.⁴ Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasion

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang

¹Hermawan dan Husna Leila Yusron, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 6.

²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 8

³Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan* (Yogyakarta: Andi, 2017), 16

⁴Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 7.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Macam-macam variabel dalam penelitian sebagai berikut:

a) Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.⁶ Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu pengetahuan keagamaan (X₁) dan Layanan Islami (X₂).

b) Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus/topik penelitian.⁷ Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu minat menabung nasabah (Y)

2. Devinisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Indikator
Pengetahuan Keagamaan (X ₁)	pengetahuan agama merupakan dimensi yang berkaitan dengan seberapa banyak pengetahuan seseorang mengenai ajaran-ajaran agamanya yang paling utama yaitu pengetahuan tentang kitab suci	1. Dimensi keyakinan 2. Dimensi praktik 3. Dimensi pengalaman	Jalaludin, <i>Psikologi Agama</i> , (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2010), 84

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 38.

⁶ Ibid.39

⁷riyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 58

	<p>maupun lainnya. Dalam islam Dimensi ini mencakup pengetahuan terkait isi AlQuran, hukum islam dan pemahaman terhadap kaid-kaid keilmuan ekonomi islam/perbankan syariah serta mengimani dan menjalankan atas apa saja yang sudah diketahui tentang agama islam.⁸</p>		
Layanan Islami (X2)	<p>Layanan islami dalam artian ini yaitu meliputi CARTER (<i>Compliance of Law, Assurance, Reability, Tangibel, Empaty, dan Responsive</i>)⁹</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangibles (bentuk fisik) 2. Reability (kehandalan) 3. Responsiveness (Ketanggaan) 4. Assurance (Jaminan) 5. Empathy (empati) 	Othman and Owen
Minat Menabung (Y)	<p>Minat adlah rasa suka atau senang dan tertarik pada suatu objek atau</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan 	Sofyan Assauri, Bank Syariah: Dari Teori

⁸ Djalaludin, A., & Suroso, F., "*Psikologi Islam : Solusi islam atas problem – problem psikologi* ," (Yogyakarta : Pustaka Belajar,2011),84

⁹ Othman and Owen,99

	<p>aktifitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan yang diambil pembeli merupakan sebuah proses pengambilan keputusan atau pembelian yang mencakup penentuan apa saja yang akan dibeli atau tidak merupakan pembelian dan keputusan tersebut akan diperoleh dari kegiatan kegiatan sebelumnya yang kebutuhan dana yang dimiliki.¹⁰</p>	4. keyakinan	Kepraktik, (Jakarta: Gema Insani, (2012).85
--	--	--------------	---

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih penulis yaitu beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta Kav 35 Dan 37, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63411. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena

¹⁰Sofyan Assauri, Bank Syariah: Dari Teori Kepraktik, (Jakarta: Gema Insani, (2012).85

Bank Muamalat KCP Ponorogo merupakan satu-satunya kantor cabang Bank Muamalat yang ada di Kota Ponorogo dengan lokasi yang sangat strategis sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat Kcp Ponorogo.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo yang berjumlah 48.463 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.¹²Dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dan dengan *simple random sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya karena dapat memberikan jawaban yang lebih akurat terhadap populasi tanpa memperhatikan strata anggota populasi yang dipilih menjadi anggota sampel.

Untuk mengukur besaran sampel yang akan diteliti peneliti menggunakan rumus Slovin, dimana rumus ini mampu mengukur besaran sampel yang akan diteliti. Besaran sampel yang akan diteliti sebagai berikut:

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 80.

¹²Sandu Siyoto, M. Kes, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: LiterasiMedia Publishing, 2015), 64.

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

$$n = \frac{48.463}{48.463 \times (0,1)^2 + 1}$$

$$n = 99,794$$

Keterangan

n : Jumlah sampel

N : Populasi

e : Nilai Kritis (10% untuk populasi dalam jumlah besar dan 20% untuk populasi kecil)

dari rumus tersebut diperoleh 99,794 responden yang akan dibulatkan peneliti menjadi 100 responden.

E. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan penyebaran angket kepada masyarakat yang menabung di bank muamalat.

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuisisioner (Angket)

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹³ Responden yang mengisi kuisisioner ini adalah orang yang menabung di bank muamalat KCP Ponorogo. Kuisisioner (angket) dalam penelitian ini

¹³Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: UB Press, 2012), 63.

digunakan untuk mengambil data mengenai pengaruh pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.¹⁴Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas, di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.¹⁵Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung di bank muamalat KCP Ponorogo.Wawancara langsung dilakukan oleh bapak Pandu selaku pimpinan Bank Muamalat KCP Ponorogo.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat penelitian yang didasarkan pada fenomena atau peristiwa sosial yang diamati. Jumlah instrumen penelitian disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan, ada tiga variabel penelitian yang akan dilakukan.

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan dalam menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut dipergunakan dalam menghasilkan data kuantitatif yang berupa angka.Penelitian ini menggunakan skala likert.Skala likert adalah skala yang dapat mengukur sikap, pendapat, dan perspsi dari respon tentang sebuah fenomena dan gejala sosial.Lalu variabel yang dipergunakan harus dijabarkan menjadi

¹⁴Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk GuruKaryawan dan Peneliti Pemula*, (Bandung:Alfabeta, 2012), 74.

¹⁵nak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 62

indikator variabel sebagai tolak ukur menyusun pertanyaan sebagai bahan untuk membuat kuisisioner.

Tabel 3.2

Tabel Skala Pengukuran Likert

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

H. Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Validitas Instrumen

Untuk mendapatkan kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan yaitu dengan validitas. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat ukur dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya. Validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.¹⁶ Berikut tabel validator ahli dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Validator Instrumen Penelitian

No	Nama	Pekerjaan
1	Dr.M. Syafiq Humaisi, M.Pd.	Dosen

¹⁶Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IV* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006), 49.

2 Faruq Ahmad Futaqi, Dosen
M.E

Proses validasi ini disebut dengan uji validasi isi. Validator diberikan lembar validasi setiap instrumen untuk diisi tanda centang pada nilai 1 – 10. Hasil dari validasi ahli ini akan menjadi bahan pertimbangan untuk pedoman revisi instrument angket. Selanjutnya berdasarkan lembar validitas yang telah diisi validator dapat ditentukan validitasnya dengan rumus statistic Aiken's berikut:

$$V = \frac{\sum s}{[n(c-1)]}$$

Keterangan:

V : Indeks Validasi
S : r-1-
r : Skor yang diberikan oleh validator
10 : Skor penilaian
n : Banyaknya validator
c : Skor Penilaian validasi tertinggi

Kemudian hasil perhitungan yang diperoleh setiap butirnya akan dibandingkan dengan menggunakan interpretasi sebagai berikut:¹⁷

Tabel 3.4
Kategori Validasi Isi

Intereval	Interprestasi
0,00 – 0,199	Sangat Tidak Valid
0,20 – 0,399	Tidak Valid
0,40 – 0,599	Kurang Valid
0,60 – 0,799	Valid
0,80 – 1,00	Sangat Valid

¹⁷Retnawati.H, *Analiis Kuantitatif Instrumen Penelitian (Panduan Peneliti, Mhasiswa, Dan Psikometrian)*

2. Reabilitas Instrumen

Uji yang digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument sudah baik dan dirasa cukup dipercaya (konsisten) yaitu dengan uji reliabilitas. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, sedangkan hasil penelitian yang reliabel adalah apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.¹⁸ Rumus dari uji reliabilitas.¹⁹ Sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\epsilon\sigma^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

R : Reliabilitas Instrumen

σ^2 : Varian Total

K : Banyak Butir Pertanyaan atau Banyak Soal

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah Varian Butir

I. Teknik dan Pengolahan Analisis Data

IMBS SPSS Statistics 25 digunakan sebagai teknik akuisisi data dan analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Analisis data IMB SPSS 25 yang digunakan peneliti adalah analisis kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan statistik

1. Tes Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik digunakan untuk memastikan persamaan regresi yang dihasilkan akurat, tidak bias dan konsisten.

a. Uji Normalitas

¹⁸ Ibid.49

¹⁹ Ibid., 76

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal. Jika distribusi dari nilai-nilai residual tersebut tidak dapat dianggap berdistribusi normal, maka dikatakan ada masalah terhadap asumsi normalitas.⁸⁵ Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistik menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Dengan kriteria penarikan sebaga berikut:²⁰

- i. Nilaisignifikan $>0,05$ maka data berdistribusi normal
- ii. Nilai signifikasi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.²¹ Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinieritas dapat menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*). Jika nilai VIF masih kurang dari 10, maka multikolinieritas tidak terjadi.²²

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka hal tersebut disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.²³

²⁰Singgih Santoso, *Statistika Multivariat* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), 46

²¹Ibid.195

²²Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistika Inferensial*, (Jakarta: Grasindo, 2007),

²³Singgih Santoso, ..199

Salah satu yang digunakan peneliti untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *glejser* yang dilakukan dengan meregresikan variabelvariabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Kriteria penarikan kesimpulannya, yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai t dengan probabilitas sig $> 0,05$. Hal ini dapat dilihat pada tabel *coefficients*.²⁴

2. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tak bebas. Perbedaannya yaitu apabila regresi linier sederhana, hanya digunakan satu variabel bebas. Jika analisis regresi berganda, variabel bebas yang digunakan adalah lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas. Regresi linier berganda dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:²⁵

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Dimana:

Y = Variabel terikat

X₁ = Variabel bebas pertama

X₂ = Variabel bebas kedua

X₃ = Variabel bebas ketiga

X_n = Variabel bebas ke n a

b₁, b₂, b₃ = konstanta

²⁴ Azuar Juliandri, Irfan, dan Saprinan Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Teori dan Aplikasi*, 162-163.

²⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, 301.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model persamaan regresi linier berganda. Analisis regresi linier ganda adalah analisis yang digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (*dependent*) dengan lebih dari satu variabel bebas (*independent*).²⁶ Variabel independennya yaitu pengetahuan keagamaan dan layanan islami sedangkan variabel dependennya yaitu minat menabung. Persamaan regresi yang diinterpretasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y : variabel terikat
 X₁ : variabel bebas pertama
 X₂ : variabel bebas kedua
 α, b₁, dan b₂ : konstanta

pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F dan uji R², sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Dalam regresi linier berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model.²⁷ Hipotesis yang digunakan adalah :

H₀₁ : pengetahuan keagamaan tidak berpengaruh secara Signifikan terhadap minat menabung nasabah bank Muamalat KCP Ponorogo.

H_{a1} : Pengetahuan keagamaan berpengaruh secara Signifikan

²⁶Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 176

²⁷Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R* (Jakarta: Kencana, 2016), 95-96.

terhadap minat menabung nasabah bank Muamalat KCP Ponorogo.

H_{02} : layanan islami tidak berpengaruh secara Signifikan terhadap minat menabung nasabah bank Muamalat KCP Ponorogo

H_{a2} : layanan islami berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah bank Muamalat KCP Ponorogo

Uji dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

- (1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- (2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

b. Uji F

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bila hasil uji simultannya adalah signifikan, maka dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.²⁸ Hipotesis yang digunakan yaitu :

H_{03} : pengetahuan keagamaan dan layanan islami tidak Berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo.

H_{a3} : pengetahuan keagamaan dan layanan islami Berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah di bank muamalat KCP Ponorogo.

Uji F menggunakan SPSS Sebagai berikut:

- (1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- (2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

c. Uji Determinasi (R^2)

²⁸Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, 96-97

Koefisien determinasi merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung berdasarkan model statistik. Dengan kata lain, koefisien determinasi diartikan dengan seberapa besar variabel independen X menentukan tingkat variabel respon Y dalam suatu model. Nilai koefisien determinasi berganda $0 \leq R^2 \leq 1$. Artinya, jika nilai $R^2 = 1$ maka model yang dihasilkan mampu menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y. Namun, jika $R^2 = 0$, maka tidak ada hubungan antara variabel independen (X) dengan Y. Semakin dekat nilai R^2 dengan 1, maka semakin baik tingkat kecocokan model dengan data yang diolah.²⁹

Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan regresinya linier, dapat dihitung dengan menggunakan rumus:³⁰

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi / proporsi keragaman / variabilitas total

Sekitar nilai tengah y yang dapat dijelaskan oleh model regresi

(biasanya dinyatakan dalam presentase)

Khusus untuk regresi linier sederhana berlaku :

$$R = r_{xy} = (\text{tanda } b_1) \sqrt{R^2}$$

R = koefisien korelasi ganda (Multiple correlation coefficients)

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabelvariabel bebas terhadap variabel terikat digunakan pedoman.³¹

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 - 1,00	Sangat Kuat

²⁹Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, 123-124

³⁰Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 133

³¹ Ibid,94

0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,999	Sangat Rendah



BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Bank Muamalat KCP Ponorogo

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (BMI) (“BMI”, “Bank”) merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara Syariah. Perseroan didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, dibuat dihadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah memperoleh pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A.

Anggaran Dasar Bank telah beberapa kali mengalami perubahan sebagaimana terakhir perubahan Anggaran Dasar yang dirumuskan pada Akta No. 21 tanggal 09 Desember 2022 dibuat di hadapan Notaris Ashoya Ratam, S.H. M.Kn, dan pemberitahuan atas perubahan anggaran dasarnya telah diterima dan dicatat oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sesuai suratnya tertanggal 14 Desember 2022 No. AHU-AH.01.03-0326274.

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Perseroan mulai beroperasi tanggal 1 Mei 1992/27 Syawal 1412 H dan tanggal tersebut juga ditetapkan sebagai hari lahir Perseroan. Perseroan memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor

1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 dan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan di Jakarta tanggal 24 April 1992, sebagaimana diubah dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 131/KMK.017/1995 tentang Perubahan Keputusan Menteri Keuangan No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan tanggal 30 Maret 1995 yang dalam keputusannya memberikan izin kepada Perseroan untuk dapat melakukan usaha sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah.

Bank Muamalat merupakan perusahaan publik yang sahamnya tidak tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan secara resmi beroperasi sebagai Bank Devisa sejak tanggal 27 Oktober 1994 berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 27/76/KEP/DIR tentang Penunjukan PT Bank Muamalat Indonesia Menjadi Bank Devisa tanggal 27 Oktober 1994. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No.S-79/MK.03/1995 tanggal 6 Februari 1995, Perseroan secara resmi ditunjuk sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No.S-9383/MK.5/2006 tanggal 28 Desember 2006, Perseroan memperoleh status Bank Persepsi yang mengizinkan Perseroan untuk menerima setoran-setoran pajak. Kemudian pada tanggal 25 Juli 2013, Perseroan telah menjadi peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan sebagaimana tercantum dalam Surat Lembaga Penjamin Simpanan No.S.617/DPMR/VII/2013 perihal Kepesertaan Lembaga Penjamin Simpanan. Perseroan lalu ditetapkan sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji berdasarkan Surat Keputusan Badan Pengelola Keuangan Haji No. 4/BPKH.00/2018 tanggal 28 Februari 2018.

BMI terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Sukuk Subordinasi Mudharabah, Asuransi

Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinancesyariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan baru di Indonesia. Selain itu, produk Shar-e yang diluncurkan pada 2004 merupakan tabungan instan pertama di Indonesia.

Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada 2011 berhasil memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk itu menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah. Seiring kapasitas Bank yang semakin besar dan diakui, BMI kian melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di seluruh Indonesia, akan tetapi juga di luar negeri. Pada 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 235 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 564 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Prima, 77.000 ATM Bersama, dan 55 unit Mobil Kas Keliling.

Sesuai dengan akta pendirian yakni Akta No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, dibuat di hadapan Yudo Paripurno, S.H., Notaris, di Jakarta, BMI didirikan dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia. Kemudian, merujuk pada merujuk Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah yang menentukan kewajiban mencantumkan kata “Syariah” setelah kata “Bank” dan disahkan pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa

tanggal 22 Juni 2000, Bank berganti nama menjadi PT Bank Syariah Muamalat Indonesia Tbk.

Setelahnya, pada 23 April 2008 berdasarkan hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa, Bank kembali mengganti namanya, menggunakan nama sebelumnya yakni PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Hal ini dilakukan sesuai dengan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 5 ayat 4 di mana pencantuman kata “Syariah” setelah kata “Bank” hanya berlaku bagi bank yang mendapatkan izin usaha setelah berlakunya UU Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008.¹

Awal mula sejarah berdirinya Bank Muamalat KCP Ponorogo tidak terlepas dari adanya sejarah berdiri Bank Muamalat Indonesia. Ekspansi wilayah untuk mengembangkan kantor cabang Bank Muamalat berada di wilayah kota Ponorogo yaitu tepat berada di jantung kota. Kota Ponorogo dilihat memiliki potensi yang besar bagi Bank Muamalat untuk berkembang. Seiring berjalannya waktu melalui proses pengajuan, pada tanggal 29 Desember 2009 didirikan dan diresmikanlah Bank Muamalat KCP Ponorogo.²

2. Produk dan Pembiayaan Bank Muamalat KCP Ponorogo

a. Giro :

- 1) Giro Muamalat Ulama
- 2) Giro Muamalat Attijary

b. Tabungan:

- 1) Tabungan Muamalat Ib
- 2) Tabungan Ib Muamalat Dollar
- 3) Tabungan Ib Muamalat Haji dan Umrah
- 4) Tabungan Ib Muamalat Rencana
- 5) Tabungan Ib Hijrah
- 6) Tabungan Ib Hijrah Prima

¹Bank Muamalat Indonesia “Sejarah Bank Muamalat Indonesia”, dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>, (diakses pada tanggal 5 mei 2023 puul 12.35).

²Pandu Bagaskara, *Wawancara*, 17 Januari 2023.

- c. Pembiayaan :
- 1) Pembiayaan Konsumen :
 - a) KPR Ib Muamalat
 - b) Ib Muamalat Koperasi Karyawan
 - c) Ib Muamalat Multiguna
 - d) Pembiayaan Modal Kerja
 - 2) Pembiayaan Modal Kerja :
 - a) Ib Modal Kerja SME Pembiayaan
 - b) Ib Rekening Koran Muamalat
 - c) Ib Muamalat Usaha Mikro[
 - 3) Pembiayaan Investasi :
 - a) Ib Investasi SME
 - b) Ib Properti Bisnis Muamalat

3. Visi dan Misi Bank Muamalat KCP Pororogo

Bank Muamalat Indonesia telah melakukan kajian dan review mengenai kesesuaian Visi dan Misi Perusahaan terhadap kondisi Bank saat ini serta tantangan usaha yang akan dihadapi ke depan. Review dan persetujuan bersama dari Dewan Komisaris dan Direksi, disimpulkan bahwa Visi dan Misi Perusahaan masih sesuai kondisi Bank Muamalat Indonesia saat ini. Oleh karenanya Surat Keputusan Direksi No. 238/DIR/KPTS/V/2016 masih dinyatakan berlaku dan tidak ada perubahan.

a. Visi

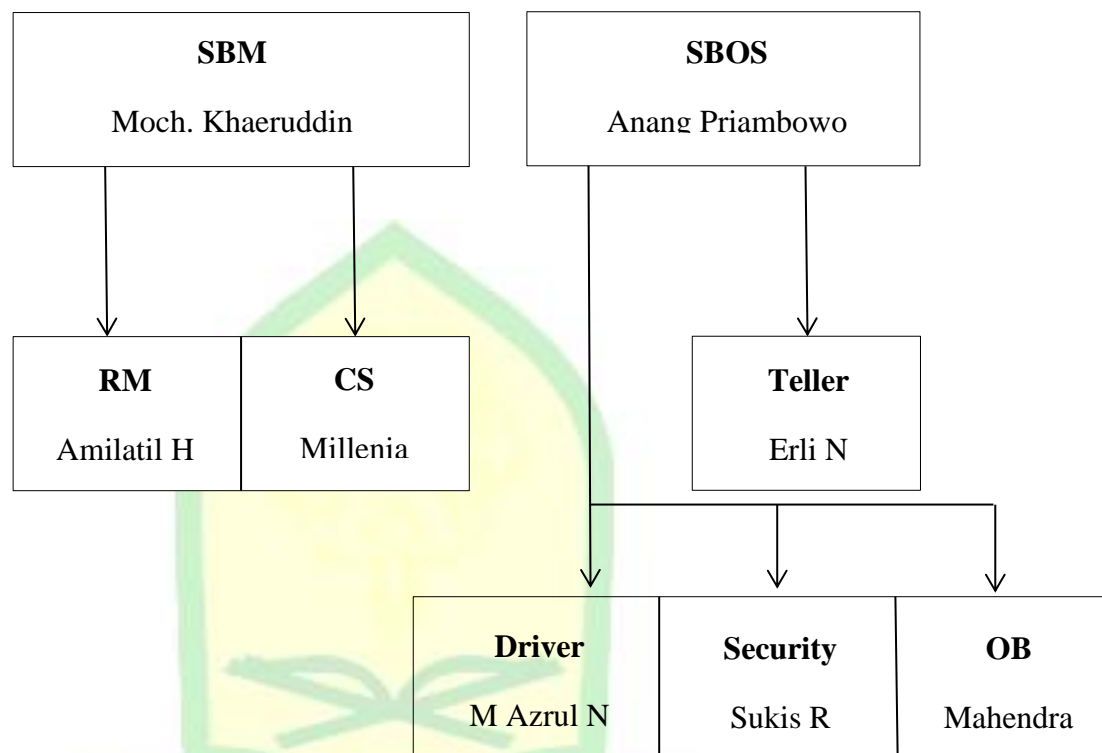
Menjadi Bank Syariah Terbaik dan termasuk dalam 10 Bank Terbesar di Indonesia dengan eksistensi penguasaan yang diakui di tingkat regional.

b. Misi

Membangun Lembaga Keuangan Syariah yang Unggul dan Berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi

investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

4. Struktur organisasi di Bank Muamalat



B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Aiken mengemukakan bahwa Formulas Aiken's V untuk menghitung *Conten-validity coefficient* yang berdasar pada hasil pemberian nilai dari orang ahli sebanyak n orang terhadap suatu item dari segi sejauh mana item tersebut dapat mewakili indikator yang diukur.³ Peneliti menyediakan 24 pertanyaan, dimana 6 pertanyaan untuk pengetahuan keagamaan, 10 pertanyaan untuk layanan islami dan 8 pertanyaan untuk minat menabung. Tabel kategori validitas Aiken terdapat pada tabel 3.4

³Hendryadi, "Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner," 171

a. Validitas variabel pengetahuan keagamaan (X_1)**Tabel 4.1****Uji Validitas Variabel Pengetahuan Keagamaan (X_1)**

Butir	Penilai		S_1	S_2	$\sum s$	$n(c-1)$	V	Ket
	1	2						
Butir 1	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid
Butir 2	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid
Butir 3	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid
Butir 4	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid
Butir 5	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid
Butir 6	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid

Sumber : Data diolah oleh Peneliti pada Ms. Excel

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa variabel X_1 yang memiliki 6 butir pertanyaan yaitu, butir 1 sampai butir 9 memiliki nilai V sebesar 1,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel X_1 dinyatakan sangat valid.

b. Validitas variabel layanan islami (X_2)**Tabel 4.2****Uji validitas Variabel Layanan Islami (X_2)**

Butir	Penilai		S	S	$\sum s$	$n(c-1)$	V	Ket
	1	2						
Butir 7	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid
Butir 8	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid
Butir 9	3	4	2	3	5	6	0,833	Sangat Valid
Butir 10	3	4	2	3	5	6	0,833	Sangat Valid
Butir 11	3	4	2	3	5	6	0,833	Sangat Valid
Butir 12	3	3	2	2	4	6	0,667	Valid
Butir 13	3	3	2	2	4	6	0,667	Valid
Butir 14	3	4	2	3	5	6	0,833	Sangat Valid
Butir 15	3	3	2	2	4	6	0,667	Valid
Butir 16	3	4	2	3	5	6	0,833	Sangat Valid

Sumber : Data diolah oleh Peneliti pada Ms. Excel

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa variabel X2 yang memiliki 10 butir pertanyaan yaitu, butir 10 sampai butir 16 memiliki nilai V sebesar 0,667, 0,833 dan 1,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel X2 dinyatakan valid dan sangat valid.

c. Validitas variabel minat menabung (Y)

Tabel 4.3

Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y)

Butir	Penilai		S	S	Σs	n(c-1)	V	Ket
	1	2						
Butir 17	4	3	3	2	5	6	0,833	Sangat Valid
Butir 18	3	4	2	3	5	6	0,833	Sangat Valid
Butir 19	3	4	2	3	5	6	0,833	Sangat Valid
Butir 20	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid
Butir 21	4	3	3	2	5	6	0,833	Sangat Valid
Butir 22	3	4	2	3	5	6	0,833	Sangat Valid
Butir 23	3	3	2	2	4	6	0,667	Valid
Butir 24	4	4	3	3	6	6	1	Sangat Valid

Sumber : Data diolah oleh Peneliti pada Ms. Excel

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa variabel Y yang memiliki 8 butir pertanyaan yaitu, butir 17 sampai butir 24 memiliki nilai V sebesar 0,677, 0,833 dan 1,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel Y dinyatakan valid dan sangat valid

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.4

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
1	Pengetahuan keagamaan (X ₁)	0,891
2	Layanan Islami (X ₂)	0,932
3	Minat Menabung (Y)	0,873

Sumber :Data diolah SPSS, 2023

Dari hasil uji reliabilitas variabel minat pada tabel 4.8 di atas, maka dapat diartikan bahwa nilai *Chronbach Alpha* pada setiap instrumen penelitian pada variabel minat menunjukkan hasil lebih dari 0,60 sehingga instrumen penelitian minat dikatakan reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.5

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Perempuan	48
2	Laki – Laki	52
	Jumlah	100

Sumber: Data diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang menjadi sumber data peneliti, 50 responden berjenis kelamin laki-laki dan 50 responden berjenis kelamin perempuan

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.6

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	< 20 Tahun	2
2	20 – 30 Tahun	78
3	31 – 40 Tahun	18
4	41 – 50 Tahun	2
	Jumlah	100

Sumber: Data diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa nasabah yang menabung di Bank Muamalat memiliki usia yang berbeda-beda. Terdapat 2 orang yang berusia kurang dari 20 tahun, 78 orang berusia 21-30 tahun, 18 orang yang berusia lebih dari 30 tahun dan 2 orang yang berusia lebih dari 40 tahun.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.7

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1	SMP	3
2	SMA	57
3	Diploma/Sarjana	40
	Jumlah	100

Sumber: Data diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa nasabah yang menabung di Bank Muamalat memiliki pendidikan yang berbeda-beda. 3 orang lulus SMP, 57 orang tamat SMA dan 40 orang tamat Sarjana/ diploma.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.8

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	PNS	10
2	Pegawai Swasta	26
3	Petani/Pekebun	16
4	Pelajar/Mahasiswa	45
5	Ibu Rumah Tangga	3
	Jumlah	100

Sumber: Data diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa nasabah yang menabung di Bank Muamalat memiliki pekerjaan yang berbeda-beda. Terdapat 10 orang PNS, 26 orang pegawai swasta, 16 orang petani/pekebun, 45 orang pelajar/mahasiswa dan 3 orang ibu rumah tangga

D. Pengolahan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan dalam analisis ini. Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Namun, jika sebaliknya apabila signifikan kurang dari 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal.⁴

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.23146952
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.049
	Negative	-.048
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan dari hasil uji normalitas pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai signifikan normalitas residual $0,200 > 0,05$ sehingga residual berdistribusi normal

⁴Toni Wijaya, *Analisis Data Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pohon Cahaya, 2017), 119.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.994	1.006
	X2	.994	1.006

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai VIF variabel pengetahuan keagamaan dan layanan islami sebesar 1.006. Nilai kedua variabel < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas dan disimpulkan bahwa tidak terjadi kasus multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.495	2.130		3.049	.003
	Peneetahuan Keagamaan	-.118	.085	-.139	-1.383	.170
	Layanan Islami	-.043	.040	-.108	-1.080	.283

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel pengetahuan keagamaan sebesar $0.170 > 0,05$ dan variabel layanan islami sebesar $0.283 > 0,05$ Kedua variabel ini tidak berpengaruh terhadap harga mutlak residual sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.403 ^a	.163	.145	3.26461	1.483

Sumber : Diolah oleh SPSS 25, 2023

Dari hasil autokorelasi pada Tabel 4.12 bahwa nilai *Durbin-Watson* yang dihasilkan dari model regresi adalah 1.483 terletak diantara nilai dU (1.715) dan nilai 4-dU ($4-1,715 = 2,285$). Sehingga kesimpulannya yaitu pada model regresi tidak terdapat autokorelasi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, pelayanan islam, dan motivasi terhadap keputusan nasabah. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada Tabel 4.13

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.585	3.747		3.892	0.000
	Pengetahuan Keagamaan	0.086	0.150	0.053	0.573	0.568

	Layanan Islami	0.301	0.071	0.396	4.244	0.000
--	----------------	-------	-------	-------	-------	-------

Data : Di olah oleh SPSS 25,2023

Berdasarkan pada Tabel dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 14.5850 + 0.086X_1 + 0.301 X_2 + e_i$$

Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 14.585 menunjukkan bahwa apabila variabel pengetahuan keagamaan dan layanan islami mempunyai komposisi nol atau tidak ada maka minat menabung nasabah di bank Muamalat KCP Ponorogo sebesar 14.585 satuan. mempunyai komposisi

Konstanta (b_1) untuk variabel X_1 (Pengetahuan Keagamaan)

Koefisien regresi sebesar (b_1) 0.086. Nilai ini menunjukkan bahwa jika pengetahuan keagamaan naik 1 satuan maka tingkat minat menabung nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.086 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif antara pengetahuan keagamaan dengan minat menabung nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo, maka semakin naik pengetahuan keagamaan yang dimiliki maka minat menabung nasabah akan semakin meningkat pula.

Konstanta (b_2) untuk variabel X_2 (Layanan Islami)

Koefisien regresi sebesar (b_2) 0.301 Nilai ini menunjukkan bahwa jika layanan islami naik 1 satuan maka tingkat minat menabung (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.301 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif antara layanan islami dengan minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo, maka semakin besar layanan islami yang digunakan maka minat menabung nasabah akan semakin tinggi pula.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Tabel 4.14

Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.585	3.747		3.892	0.000
	Pengetahuan Keagamaan	0.086	0.150	0.053	0.573	0.568
	Layanan Islami	0.301	0.071	0.396	4.244	0.000

Data : Di olah oleh SPSS 25,2023

Berdasarkan hasil pengujian parsial Tabel 4.14 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut

- 1) Berdasarkan uji t, Pengetahuan keagamaan memiliki nilai thitung sebesar 0.573. Nilai ttabel untuk alpha 0,05 dan $df = n - k = 100 - 3 = 97$ adalah 1,661 alpha. Karena thitung 0,573 < 1,661 dan nilai signifikan 0,573 > 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima. Disimpulkan bahwa pengetahuan keagamaan tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.
- 2) Berdasarkan uji t, Layanan Islami memiliki nilai thitung sebesar 4.244. Nilai ttabel untuk alpha 0,05 dan $df = n - k = 100 - 3 = 97$ adalah 1,661 alpha. Karena thitung 4.244 > 1,661 dan nilai signifikan 0,000 > 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa

H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Disimpulkan bahwalayanan islami berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

b. Uji F

Tabel 4.15

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200.643	2	100.321	9.413	.000 ^b
	Residual	1033.797	97	10.658		
	Total	1234.440	99			

Data : Di olah oleh SPSS 25,2023

Berdasarkan hasil uji-F variabel pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah pada Tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa hasil nilai $F_{hitung} = 200.643$. Nilai Ftabel pada signifikasi 0,05 dengan menggunakan rumus $F_{tabel} = (n-k) = (100-3) = 97$ adalah 2,70 dan sig. = 0,000 < 0,05. Karena $F_{hitung} = 200.643 > 2,70$ dan nilai sig = 0,000 < 0,05 maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Artinya yaitu terdapat pengaruh antara pengetahuan keagamaan dan layanan islami seacar simultan terhadap minat menabung naabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 4.16

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.403 ^a	.163	.145	3.265

Di olah oleh SPSS 25,2023

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0.403. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah termasuk hubungan yang tergolong kuat. Diketahui *R Square* yang diperoleh sebesar 14,5 atau 14,5% yang artinya variabel pengetahuan keagamaan dan layanan islami berpengaruh terhadap minat menabung nasabah sebesar 14,5%, sedangkan 85,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini yaitu pengetahuan keagamaan dan layanan islami. Sedangkan variabel terikat (dependen) yaitu minat menabung nasabah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti memperoleh jawaban bahwa variabel pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh jawaban untuk masing-masing rumusan masalah dan uji hipotesis penelitian, hasil dari pengujian tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Keagamaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Pengetahuan keagamaan menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan seseorang dalam menentukan dan memilih bank yang akan digunakan. Apabila nasabah mengetahui informasi akan bank yang dipilih maka besar pula minat untuk memilih menabung begitupun

sebaliknya ketika minim informasi mengenai pengetahuan keagamaan maka kecil keputusan untuk memilih bank yang akan dituju tersebut.⁵

Berdasarkan uji t, Pengetahuan keagamaan memiliki nilai thitung sebesar 0.573. Nilai ttabel untuk alpha 0,05 dan $df = n-k = 100-3 = 97$ adalah 1,661 alpha. Karena thitung $0,573 < 1,661$ dan nilai signifikan $0,573 > 0,05$. maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima. Disimpulkan bahwa pengetahuan keagamaan tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan keagamaan sebesar 0.086. Nilai ini menunjukkan bahwa jika pengetahuan keagamaan naik 1 satuan maka tingkat minat menabung nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.086 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif antara pengetahuan keagamaan dengan minat menabung nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo, maka semakin naik pengetahuan keagamaan yang dimiliki maka minat menabung nasabah akan semakin meningkat pula.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Muhammad tentang faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank antara lain pelayanan, bagi hasil, religiusitas, dan lokasi. Serta tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra Siswanti.⁶Namun penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Novi Oktaviani yang mengatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung.⁷Sehingga dapat dikatakan minat menabung di bank muamalat tidak dipengaruhi oleh

⁵Eka Fitria, "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis.", *Jurnal Syariah Economics*, Vol. 5, No. 1 (2021), 3.

⁶Indra Siswanti, "Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi, dan Pengalaman Mahasiswapai STAIN Salatiga Tentang Sistem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" (PhD Thesis, IAIN Salatiga, 2015)

⁷Novi Oktaviani, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada masyarakat di Blotongan Kota Salatiga)" (PhD Thesis, IAIN SALATIGA, 2018).

faktor pengetahuan keagamaan melainkan dipengaruhi oleh faktor lainnya.

2. Pengaruh Layanan Islami Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Pelayanan Islam merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk bank karena ketika pelayanan dalam ajaran syariat mengedepankan kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan ketrampilan yang bagus dalam menyampaikan produk kepada masyarakat sehingga bisa menjadi opsi terbaik bagi para nasabah untuk menabung di bank muamalat⁸.

Berdasarkan uji t, Layanan Islami memiliki nilai thitung sebesar 4.244. Nilai ttabel untuk alpha 0,05 dan $df = n-k = 100-3 = 97$ adalah 1,661 alpha. Karena thitung $4.244 > 1,661$ dan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Disimpulkan bahwa layanan islami berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo..

Nilai Koefisien regresi variabel layanan islami sebesar 0.301 Nilai ini menunjukkan bahwa jika layanan islami naik 1 satuan maka tingkat minat menabung (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.301 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif antara layanan islami dengan minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo, maka semakin besar layanan islami yang digunakan maka minat menabung nasabah akan semakin tinggi pula

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Muhammad tentang faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank antara lain pelayanan, bagi hasil, religiusitas, dan lokasi sertamendukung penelitian yang dilakukan oleh Ika Meliyana

⁸Ika Meliyana Wahyuni, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Murabahah Di BMT Khasanah Abadi Cabang Tulang Bawang.", *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2022), 136.

Wahyuni⁹ serta penelitian yang dilakukan oleh Elva Muyassaroh¹⁰. Sehingga dengan kata lain, penurunan maupun peningkatan variabel layanan islami akan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pelayanan islam menjadi bagian penting dalam keputusan nasabah untuk menabung di bank muamalat. Maka dari itu, pihak Bank Muamalat perlu meningkatkan kualitas pelayanannya yang sesuai dengan syariat agama Islam sehingga memberikan nilai lebih bagi para calon nasabah sehingga nasabah yang menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo dapat bertambah

3. Pengaruh Pengetahuan Keagamaan dan Layanan Islami Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

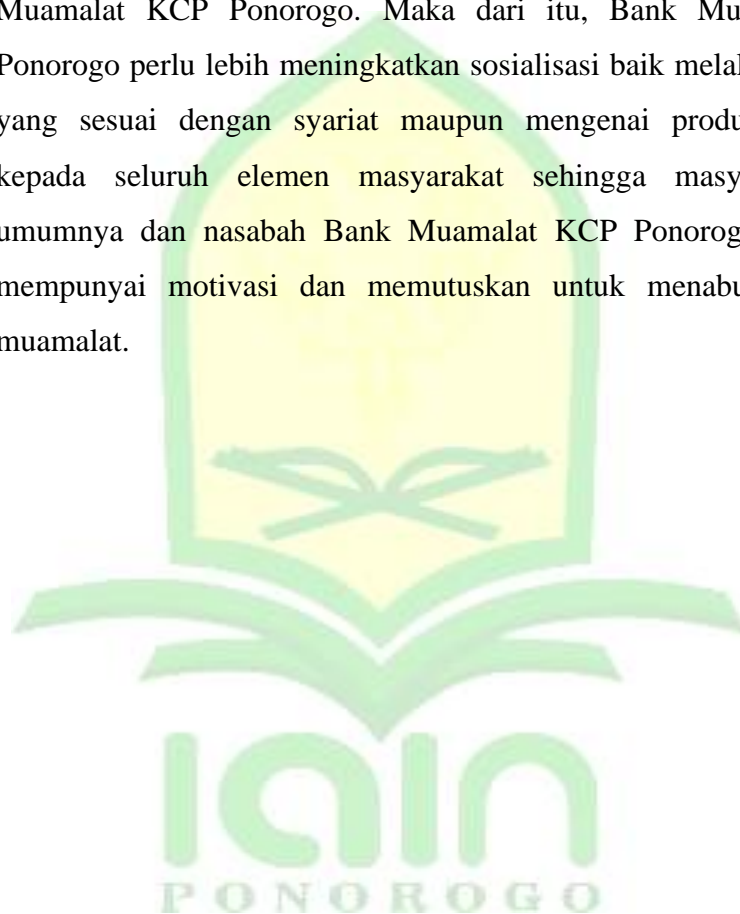
Berdasarkan hasil uji-F variabel pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah pada Tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa hasil nilai $F_{hitung} = 200.643$. Nilai Ftabel pada signifikasi 0,05 dengan menggunakan rumus $F_{tabel} = (n-k) = (100-3) = 97$ adalah 2,70 dan sig. = 0,000 < 0,05. Karena $F_{hitung} = 200.643 > 2,70$ dan nilai sig = 0,000 < 0,05 maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0.403. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara pengetahuan keagamaan dan layanan islami terhadap minat menabung nasabah termasuk hubungan yang tergolong kuat. Diketahui $R Square$ yang diperoleh sebesar 14,5 atau 14,5% yang artinya variabel pengetahuan keagamaan dan layanan islami berpengaruh terhadap

¹⁰Elva Muyassaroh, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan Di Bank Syariah KCP Jember Balung." *Skripsi*.

minat menabung nasabah sebesar 14,5%, sedangkan 85,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Muhammad tentang faktor yang mempengaruhi minat antara lain pelayanan, bagi hasil, religiusitas dan lokasi.¹¹ Penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel pengetahuan keagamaan dan layanan islami berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Maka dari itu, Bank Muamalat KCP Ponorogo perlu lebih meningkatkan sosialisasi baik melalui pelayanan yang sesuai dengan syariat maupun mengenai produk-produknya kepada seluruh elemen masyarakat sehingga masyarakat pada umumnya dan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo khususnya mempunyai motivasi dan memutuskan untuk menabung di bank muamalat.



¹¹Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 237

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t, Pengetahuan keagamaan memiliki nilai thitung sebesar 0.573. Nilai ttabel sebesar 1,661 alpha. Karena thitung $0,573 < 1,661$ dan nilai signifikan $0,573 > 0,05$. maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima. Disimpulkan bahwa pengetahuan keagamaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.
2. Berdasarkan uji t, Layanan Islami memiliki nilai thitung sebesar 4.244. Nilai t tabel sebesar 1,661 alpha. Karena thitung $4.244 > 1,661$ dan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. maka dapat disimpulkan bahwa H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima. Disimpulkan bahwa layanan islami berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo
3. Variabel pengetahuan keagamaan dan layanan islami secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Dibuktikan dari hasil uji simultan (Uji F) yang diperoleh nilai $F_{hitung} = 200.643$. Nilai Ftabel pada signifikansi 0,05 dengan menggunakan rumus $F_{tabel} = (n-k) = (100-3) = 97$ adalah 2,70 dan sig. = $0,000 < 0,05$. Karena $F_{hitung} = 200.643 > 2,70$ dan nilai sig = $0,000 < 0,05$ maka H_{o4} ditolak dan H_{a4} diterima. Artinya pengaruh pengetahuan keagamaan dan layanan islami secara bersama – sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis data, pembahasan, dan penarikan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo

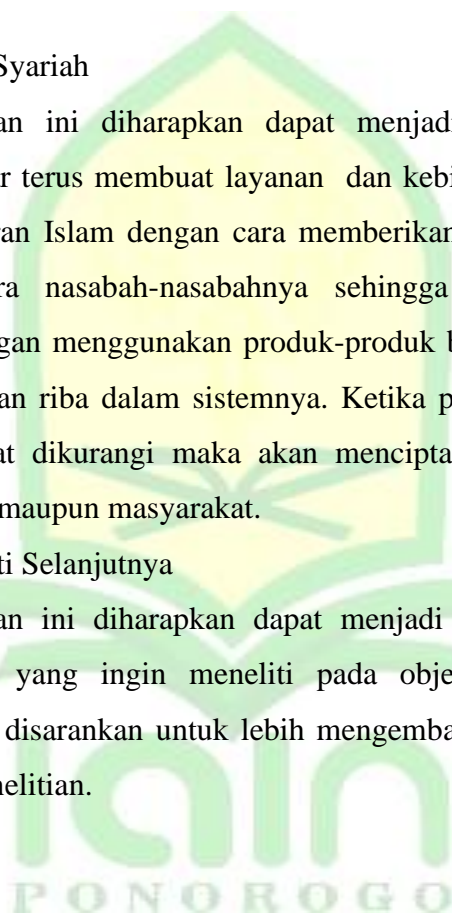
Layananislami menjadi faktor penentu bagi nasabah untuk menabung di bank muamalat. Maka dari itu, diperlukan peningkatan dalam layanan islami yang ada di bank muamalat kepada para pegawai Bank Muamalat. Pelayanan yang sesuai dengan syariat agama perlu ditegakkan dan lebih dimasifkan kepada parakaryawan agar para nasabah mempunyai motivasi lebih untuk menabung di bank muamalat.

2. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Bank Syariah agar terus membuat layanan dan kebijakan bank yang sesuai dengan ajaran Islam dengan cara memberikan kebijakan yang sesuai kepada para nasabah-nasabahnya sehingga masyarakat memiliki kecenderungan menggunakan produk-produk bank syariah yang tidak menggunakan riba dalam sistemnya. Ketika praktek riba yang sering terjadi dapat dikurangi maka akan menciptakan kesejahteraan bagi pihak bank maupun masyarakat.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti pada objek yang sama, peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih mengembangkan dan memperluas variabel penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Pandang dkk.(2018), “Factors Affecting Competence of School Counselors inSouth Sulawesi,” (*Jurnal Psikologi Pendidikan & Konseling* Vol 4, no 2,
- Abnoun ,N& Khalifa,A ,(2005)“ *A Customised measure of Service Quality inthe UAE*”Managing Service Quality,
- Adiwarman Aswar Karim,(2001)*Ekonomi Islam suatu kajian Kontemporer*.Jakarta, Gema Insani Press,
- Al-Zaabi,(2006)“*Quality Service in UAE* : Unpublished Thesis (Durham, UK:Durham University
- Anak Agung Putu Agung,(2012)*Metodologi Penelitian Bisnis* Malang: UBPress,
- Andhita Dessy Wulansari,(2016)*Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*Yogyakarta: PustakaFelicha
- Anni dan Tri Catharina,(2016)*Psikologi Belajar* Semarang : UPT UNNES Press,
- Antonio, M. S. I. (2011).*TY Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Gema Insani
- Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprial Manurung,(2014)*Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi Medan*: UMSU Press,
- Budiarti, I, (2011)*Penerapan Prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG) PadaDunia Perbankan*. (Majalah Ilmiah UNIKOM
- Danang Sunyoto, (2011) *Metodelogi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik DanAnalisis OutputKomputer*Yogyakarta: CAPS
- Faizal Ajibi, Yahya & Muhtadin Amri.Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Pasar dan Kaki Lima Menabung Di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. Jurnal SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah. Jilid 4, Terbitan 02, 2022
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IV*

- Semarang:BadanPenerbit UNDIP, 2006)
- Indra Siswanti,(2015) “*Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi, dan PengalamanMahasiswapai STAIN Salatiga Tentang Sistem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*”PhD Thesis, IAIN Salatiga
- J. Supranto,(2000)*Statistik: Teori dan Aplikasi* Jakarta: Erlangga.
- Johan Arifin,(2010) *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press
- Kasmir, (2005) *Etika Customer Service*, Jakarta, PT.Raja Grafindo
- Kris H. Timotius, (2007) *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untukPerkembangan Pengetahuan* Yogyakarta: Andi
- Komarudin, (2007)) *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara
- Lucas and Britt,(2003)*Adversiting Psychology and Research*New York : McGraw-Hill
- M. Sabri Alisf,(1996) *Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional*Jakarta:Pedoman Ilmu Jaya,
- Muhammad Syafi’i Antonio,(, 2001) *Bank Syariah: dari teori ke praktik*GemaInsani
- M.Soekidjo,(2003) *Psikologi Pendidikan* Bandung:PT Remaja Rosda Karya
- Novi Oktaviani,(2018) “*Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada masyarakat di Blotongan Kota Salatiga)*” PhD Thesis, IAIN SALATIGA
- Nurhidayati, Maulida & Novi Kurnia Cahyani. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel Pada Nasabah BSI KCP Ponorogo.Jurnal Etihad: Journal of Islamic banking and finance,Jilid 1. Terbitan 2,2021

- Othman and Owen, “,(.”(2001)Adopting and measuring customer service quality(SQ) in Islamic Bank : A Case Study in Kuwait Finance House”
- Philip, Kotler,(2002) *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi bahasa Indonesia* Jakarta:Erlangga,
- Philip Kotler,(2001)*Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol, Jilid1*,Jakarta, Erlangga
- Priyono,(2016)*Metode Penelitian Kuantitatif* Surabaya: Zifatama Publishing,
- Rahman A,dkk,(V) , “*Consumers and halal cosmetic Product:Knowledge, Religiosity,Attitude and Intention,*”*Journal Of Islamic Marketing*, Volume 6, Nomer 1
- Riduwan, (2012) *Belajar Mudah Penelitian Untuk GuruKaryawan dan PenelitiPemula*, Bandung:Alfabeta
- Sandu Siyoto, M. Kes, dan M. Ali Sodik, (2015) *Dasar Metodologi Penelitian*Yogyakarta:Literasi Media Publishing,
- sep Hermawan dan Husna Leila Yusron,(2009)*Penelitian Bisnis PendekatanKuantitatif* Jakarta Kencana
- Suroso,(2010)*Psikologi Pendidikan* Bandung : Alfabeta
- Sunyoto dan Danang, (2013), *Perilaku Konsumen : Panduan Riset Sederhanauntuk mengenali Konsumen* (Yogyakarta: Centre of Academic Publishing Service,
- Shaleh, A.R (2004(, *Psikolog suatu pengantar dalam prespektif islam* Jakarta :Pernada Media,
- Silvia Miftakhur Rahmah dan Sri Wahyuni, “*Pengaruh Presepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah ,*” *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial 10*,no.1
- Sofyan Assauri,(2012) *Bank Syariah: Dari Teori Kepraktik*, (Jakarta: GemaInsani,

- Sugiyono,(2015)*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*
Bandung: Alfabeta
- Suryani dan Hendryadi,(2015),*Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis* Jakarta: Kencana
- Theo, Santrock,(2009) *Panduan Autism terlengkap (Hubungan Antara Pengetahuan Teoritis dan Intervensi Pendidikan bagi Penyandang Autis)* ,Jakarta: Dian Rakyat,
- Vino Aurefanda,(2018) “*Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)*” PhD Thesis, UIN Ar-Raniry Banda Aceh,
- Waahyudin Dwiwiyanti A.,Siti Z.,(2016) “Aspek Religiusitas dalam Keputusan Membeli Produk Halal (Studi Tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan),”*JEBA*, Volume 13, Nomer 1,
- Wahit Iqbal Mubarak,(2007) Nurul Chayatin, dan Supradi Rozikin, “*Promosi kesehatan sebuah pengantar proses belajar mengajar dalam pendidikan,*”Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wawan, dan Dewi, (2011)*Teori dan pengukuran pengetahuan, sikap dan perilaku manusia* Yogyakarta: Nuha Medika
- Y Jahja,(2011) Psikologi Perkembangan,Jakarta: Kencana
- Yudrik Jahja (20011) “*Psikologi perkembangan, jakarta,*”(Kencana Media Group,

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden Penelitian

Di Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Hormat Kami,

Saya Afina Tri Damayanti, mahasiswi Perbankan Syariah semester 8 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo bermaksud melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan (skripsi) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Keagamaan dan Layanan Islami terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi kasus di Bank Muamalat KCP Ponorogo)”. Dengan ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner untuk mengumpulkan data penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi. Mengingat datayang dikumpulkan ini sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian, maka saya memohon kepada responden untuk mengisi kuesioner dengan sejujur – jujur nya. Penelitian ini murni bersifat akademis, sehingga jawaban dan identitas responden akan dijamin kerahasiaannya oleh peneliti.

Atas kesediaannya dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Hormat Saya

Afina Tri Damayanti
NIM 40219004

A. Profil Responden

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin : Laki – laki Perempuan

Usia :<20 tahun 20 – 30 tahun 31 – 40 tahun

Pendidikan : SMP/Sederajat SMA/Derajat Diploma/Sarjana

Lainnya

Pendidikan : SPNS TNI/Polri Petani Pegawai Swasta

Lainnya

B. Kuesioner

1. Petunjuk Pengisian

- a. Pilihlah salah satu jawaban yang disediakan
- b. Berilah tanda centang pada jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara paling sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
- c. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara tidak akan mempengaruhi nama baik dan akan dijamin kerahasiaannya
- d. Ada empat pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pertanyaan yaitu :
 - 1) SS : Sangat Setuju
 - 2) S : Setuju
 - 3) TS : Tidak Setuju
 - 4) STS : Sangat Tidak Setuju

No	Variabel Pengetahuan Keagamaan	SS	S	TS	STS
	A. Dimensi Keyakinan	4	3	2	1
1	Saya menyakini adanya Dzat Allah				
2	Saya menyakini adanya Qada' dan Qadar				
No	B. Dimensi Praktik	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Saya selalu melaksanakan salat 5 waktu				
2	Saya selalu menunaikan puasa ramadhan				
No	C. Dimensi Pengalaman	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Kejujuran akan menyelamatkan saya dari kesengsaraan				
2	Saya merasa gelisah ketika meninggalkan perintah Allah				
No	Variabel Layanan Islami	SS	S	TS	STS
	A. Bukti Fisik (Tangibels)	4	3	2	1
1	Pegawai bank muamalat berpenampilan syar'i dan rapi				
2	Memiliki ruang mushala di dalam kantornya				

No	B. keandalan (Reability)	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Pelayanan bank muamalat sesuai dengan amanat dan janji yang diberikan				
2	Pelayanan di bank muamalat mengatakan sesuatu yang benar pada nasabah ketika melayani dengan menggunakan prinsip amanah				
C. ketanggapan (Responsifeness)					
No	C. ketanggapan (Responsifeness)	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Bank Muamalat memberikan pelayanan dengan segera serta menggunakan prinsip kehati – hatian				
2	Saya melihat pegawai menguasai pengetahuan tentang keuangan syariah dalam melayani nasabah				
D. jaminan (Assurance)					
No	D. jaminan (Assurance)	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Bank Muamalat memberikan pelayanan yang sopan dan ramah				
2	Bank muamalat mempunyai prinsip amanah guna menjaga data nasabah				
E. Empati					
No	E. Empati	SS	S	TS	STS
1	Bank Muamalat tidak membeda – bedakan nasabah dan menjunjung tinggi prinsip persamaan (Musawah)				
2	Saya melihat karyawan selalu menyapa dengan baik dan mengucapkan salam saat ada nasabah yang masuk				

3 Pelayanan di bank muamalat sigap ketika nasabah ada kendala dalam pembiayaan					
No	Variabel Minat Menabung di Bank Syariah	ST	S	TS	STS
	A. Perhatian (<i>Attention</i>)	4	3	2	1
1	Saya sering mengikuti perkembangan bmuamalat dari tahun ke tahun				
2	Saya senang dengan produk yang ada di bamuamalat				
No	B. Ketertarikan (<i>Interes</i>)	ST	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Saya tertarik dengan sistem bebas adanya bunga bank				
2	Saya tertarik dengan pembiayaan yang disediakan banmuamalat				
No	C. Keinginan (<i>Desire</i>)	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Saya akan menabung di bank muamalat karena menggunakan sistem bagi hasil				
2	Saya ingin menabung di bank muamalat karena pelayanan yang baik				
No	D. Keyakinan (<i>Conviction</i>)	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Saya yakin menabung di bank muamalat karena ingin menjauhkan diri dari riba				

2	Saya yakin menabung di bank muamalat karena bank muamalat memiliki citra yang baik dimasyarakat				



36	4	3	3	3	3	4	3	3	26
37	3	3	3	3	4	3	4	4	27
38	3	3	3	3	4	4	4	4	28
39	3	4	4	3	3	4	3	4	28
40	4	3	3	1	3	3	3	3	23
41	3	4	3	4	3	3	4	3	27
42	4	4	3	4	3	3	3	3	27
43	4	3	3	3	3	3	4	3	26
44	2	2	3	3	3	2	3	3	21
45	3	3	3	3	3	3	3	3	24
46	4	3	3	4	3	2	3	4	26
47	4	3	3	2	3	3	3	3	24
48	4	3	3	3	3	4	3	3	26
49	3	4	3	3	4	4	3	4	28
50	3	4	3	4	4	4	4	4	30
51	4	4	4	3	4	4	4	4	31
52	3	4	3	3	3	3	3	3	25
53	4	4	4	3	3	4	4	4	30
54	3	3	4	4	3	4	3	3	27
55	4	4	3	4	4	4	4	4	31
56	3	3	4	3	4	4	3	4	28
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	4	4	4	4	4	4	3	4	31
60	3	4	3	4	3	3	3	4	27
61	4	4	4	3	4	4	4	4	31
62	4	4	4	3	4	3	3	3	28
63	3	4	4	3	4	3	4	3	28
64	4	2	3	3	3	4	4	4	27
65	3	3	3	3	4	2	3	3	24
66	3	4	4	3	4	3	4	4	29
67	3	4	4	3	3	3	3	3	26
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	3	4	4	4	4	4	4	4	31
70	4	4	3	3	3	4	4	3	28
71	4	4	4	4	4	4	3	3	30
72	3	3	3	3	3	3	3	3	24
73	3	4	4	4	3	3	3	3	27
74	3	3	2	3	3	3	3	3	23

75	3	4	3	4	4	4	3	4	29
76	3	4	4	3	3	3	4	4	28
77	3	3	4	3	4	3	3	4	27
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	4	3	4	3	4	4	4	4	30
80	3	4	3	4	3	4	4	4	29
81	3	4	3	4	3	3	3	3	26
82	4	3	3	4	4	4	4	4	30
83	4	4	3	3	3	3	3	4	27
84	3	3	3	3	3	3	2	3	23
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	4	3	4	4	4	4	3	3	29
87	3	4	3	3	4	4	4	4	29
88	4	4	4	3	4	4	4	3	30
89	3	2	3	2	3	3	3	3	22
90	2	4	4	2	2	3	3	3	23
91	3	3	4	4	2	2	3	3	24
92	3	2	3	3	3	4	4	4	26
93	3	2	4	4	3	3	3	4	26
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	4	4	4	2	4	4	4	4	30
100	3	3	3	3	3	3	3	3	24

B. Variabel Pengetahuan Keagamaan

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	XTotal
1	4	3	4	3	4	3	21
2	4	3	4	3	3	3	20
3	4	3	4	3	4	2	20
4	4	3	4	3	4	2	20
5	3	3	2	3	3	2	16
6	4	3	4	2	3	4	20
7	4	3	3	4	2	3	19
8	4	4	3	4	4	4	23
9	3	3	2	3	4	3	18

10	3	4	3	4	3	2	19
11	4	4	3	3	4	3	21
12	4	3	3	3	4	3	20
13	4	3	2	4	4	4	21
14	3	3	4	3	4	4	21
15	4	3	4	3	3	2	19
16	3	4	4	3	4	3	21
17	4	3	2	4	3	3	19
18	3	4	3	4	2	4	20
19	3	3	4	4	4	2	20
20	4	2	3	4	4	4	21
21	3	3	2	3	2	2	15
22	3	4	3	4	3	2	19
23	3	4	2	4	3	3	19
24	3	4	4	3	4	3	21
25	3	3	3	3	2	3	17
26	3	3	3	4	2	3	18
27	4	3	4	3	2	2	18
28	3	3	4	2	3	3	18
29	3	2	4	3	4	2	18
30	3	3	2	4	3	2	17
31	4	4	3	4	4	3	22
32	3	3	4	3	4	4	21
33	4	4	4	4	3	4	23
34	3	4	3	3	4	3	20
35	3	4	3	4	4	3	21
36	3	4	4	3	4	4	22
37	3	3	4	1	2	3	16
38	4	4	3	3	3	4	21
39	3	4	2	4	3	3	19
40	4	4	4	4	4	3	23
41	3	3	4	2	4	3	19
42	3	2	4	3	4	3	19
43	4	3	3	4	3	3	20
44	4	4	4	3	3	3	21
45	3	4	3	3	4	4	21
46	3	3	3	4	3	3	19
47	4	4	3	3	3	4	21
48	4	4	4	4	3	3	22

49	4	3	4	3	4	4	22
50	3	4	3	4	3	4	21
51	3	4	3	4	4	3	21
52	4	3	4	3	4	4	22
53	4	3	3	4	3	3	20
54	4	3	3	4	3	3	20
55	3	2	4	3	3	3	18
56	4	4	2	4	4	4	22
57	3	4	4	4	4	2	21
58	4	4	4	4	4	4	24
59	3	4	4	4	4	4	23
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	4	4	4	4	4	23
62	4	3	3	4	4	4	22
63	3	3	4	4	3	4	21
64	4	4	4	4	4	4	24
65	3	4	4	3	3	3	20
66	4	4	4	4	4	4	24
67	3	4	3	4	3	3	20
68	4	4	3	4	4	4	23
69	3	3	4	3	4	4	21
70	3	4	3	3	4	3	20
71	3	4	4	3	3	2	19
72	3	4	4	4	4	4	23
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	3	2	21
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	3	3	4	3	2	19
80	4	3	3	3	3	2	18
81	4	4	2	4	2	2	18
82	4	3	3	4	4	3	21
83	3	3	3	3	3	3	18
84	4	4	3	3	3	3	20
85	4	3	4	2	4	2	19
86	4	3	3	2	3	2	17
87	3	4	3	4	2	4	20

23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	30
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	32
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	32
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	32
43	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
44	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
46	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
47	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	32
48	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	32
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	36
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	29
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	34

Lampiran 3 : Hasil Uji Reabilitas

A. Variabel Minat Menabung

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.911	.914	8

B. Variabel Pengetahuan Keagamaan (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.891	.923	6

C. Variabel Layanan Islami (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.942	.941	10

Lampiran 4 : Hasil Cek Turnitin

Afina tri Damayanti-2

ORIGINALITY REPORT

27%	25%	7%	14%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	12%
2	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	2%
3	www.bankmuamalat.co.id Internet Source	2%
4	Submitted to Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Student Paper	1%
5	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
7	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to ppmsom Student Paper	1%
9	repository.upi.edu Internet Source	1%



Riwayat Hidup



A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Afina Tri Damayanti
Tempat Tanggal Lahir: Ngawi, 18 Oktober 2000
Alamat : Desa Gentong Rt 004/ Rw 002, Kecamatan Paron
Kabupaten Ngawi
No Hp : 081615893696
Emai : dvina667@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

2006-2012 : MI Gentong
2012-2016 : MTsN 4 Ngawi
2016-2019 : MAN 2 Ngawi
2019-Sekarang : IAIN Ponorogo