

**PENGARUH MOTIVASI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH TABUNGAN iB HIJRAH BANK MUAMALAT KCP
PONOROGO DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

Anggayastik Aprilia Ayu Wardani

NIM 402200009

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

2024

ABSTRAK

Wardani, Anggayastik Aprilia Ayu 2024. Pengaruh Motivasi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Tabungan Ib Hijrah Bank Muamalat KCP Ponorogo dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. Skripsi Jurusan Perbankan Syariah. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Fitra Rizal, M.E.

Kata Kunci: Motivasi, Religiusitas, Keputusan Nasabah, Kepercayaan

Motivasi sangat diperlukan untuk mencapai tujuan, karena semua individu tidak dapat mencapai tujuan secara optimal tanpa motivasi. Motivasi tidak tumbuh tanpa adanya kepercayaan, sementara kepercayaan akan kuat jika dilandasi oleh keagamaan atau religiusitas yang dalam. Nasabah tidak akan melakukan transaksi jika tanpa adanya kepercayaan yang menciptakan daya tarik seorang nasabah agar berinvestasi atau menabung. Dengan adanya kepercayaan terhadap Bank Muamalat dibarengi dengan adanya motivasi yang kuat untuk mewujudkan tujuan nasabah, sehingga memiliki dampak besar pada keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; pengaruh motivasi dan religiusitas terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo, pengaruh motivasi dan religiusitas terhadap Kepercayaan nasabah menabung pada Bank Muamalat KCP Ponorogo, serta pengaruh motivasi dan religiusitas terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Model *path analysis* digunakan untuk membantu analisis penelitian. Variabel karakteristik responden yang digunakan adalah jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir serta lama menabung.

Menggunakan data responden ditemukan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo, religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo, motivasi dan religiusitas berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo, serta kepercayaan mampu memediasi pengaruh motivasi dan religiusitas terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Anggayastik Aprilia Ayu Wardani	402200009	Perbankan Syariah	PENGARUH MOTIVASI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH TABUNGAN IB HIJRAH BANK MUAMALAT KCP PONOROGO DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

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

Ponorogo, 14 November 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Husna Ni Matul Uliya M.E.Sy
NIP.198608082019032023

Menyetujui,


Fitra Rizal, M.E

NIP. 199001132020121015

P O N O R O G O



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 Motivasi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Tabungan IB Hijrah Bank
Muamalat KCP Ponorogo Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening
Nama : Anggayastik Aprilia Ayu Wardani
NIM : 402200009
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.

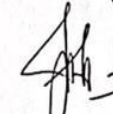
Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Dr. Hj. Ely Masykuroh, SE., M.Si
NIP. 196906241998031002

()

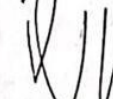
Dewan Penguji:

Penguji I :
Yulia Anggraini, M.M
NIDN. 2004078302

()

Dewan Penguji:

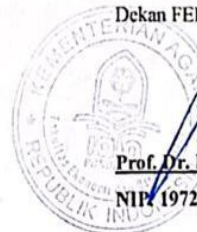
Penguji II :
Fitra Rizal, M.E.
NIP. 199001132020121015

()

Ponorogo, 26 November 2024

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag

NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggayastik Aprilia Ayu Wardani
NIM : 402200009
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Motivasi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Tabungan IB Hijrah KCP Ponorogo Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis 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 saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 29 November 2024
Pembuat Pernyataan



Anggayastik Aprilia A.W
402200009

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Anggayastik Aprilia Ayu Wardani

NIM : 402200009

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“ PENGARUH MOTIVASI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH TABUNGAN IB HIJRAH BANK MUAMALAT KCP PONOROGO DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING ”

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

Ponorogo, 14 November 2024

Pembuat Pernyataan,



Anggayastik Aprilia Ayu Wardani

NIM 402200009

P O N O R O G O

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Pada tahun 2021 jumlah penduduk Muslim Indonesia mencapai 86,69%.¹ Sektor keuangan memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sektor keuangan yang terdiri dari perbankan, asuransi, pembiayaan kredit, pasar modal dan lembaga keuangan lainnya mempunyai peranan yang penting dan strategis bagi perekonomian Indonesia.² Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Islam wajib mentaati perintah Allah terutama urusan bermuamalah.³ Sehingga dalam setiap melakukan aktifitas khususnya dalam bidang ekonomi seharusnya juga menggunakan transaksi yang sesuai dengan prinsip Islam. Salah satunya dengan cara memilih produk dari lembaga keuangan syariah yaitu bank syariah.⁴

Bank syariah mempunyai ciri dan fungsi yang unik dan berbeda dengan bank konvensional. Selain mempunyai fungsi bisnis, bank syariah juga mempunyai

¹Lukman Hakim, "Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia", <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt> (diakses pada tanggal 5 Mei 2024, jam 15.04)

²Yustina Wahyu Cahyaningrum dan Tiara Widya Antikasari, "The Influence of Earning Per Share, Price to Book Value, Return on Asset, and Return on Equity to Stock Price in Finance Company," *Jurnal Economia* 13, no. 2 (2017): 191–200, <https://doi.org/10.21831/economia.v13i2.13961>.

³ Santoso, H., & Anik, A. "Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 1, Nomor 2, (2020), 106–116.

⁴Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening" *Jurnal Raden Fatah*, Volume.10, Nomor 2, (2020)

fungsi sosial yang wajib dijalankan. Kinerja bisnis dan sosial merupakan bagian integral yang berjalan seiring sejak bank syariah didirikan dan dikembangkan untuk memenuhi kedua fungsi tersebut. Pemenuhan kedua fungsi tersebut juga menjadi ciri khas bank syariah dibandingkan bank konvensional.⁵ Kepatuhan syariah pada bank syariah memberikan manfaat secara nyata dan meyakinkan bank syariah dimasa depan. Kehati-hatian dalam bank syariah dilakukan atas pertimbangan untuk menjaga persaingan usaha. Inovasi ini adalah pengembangan Bank Syariah yang senantiasa dilakukan sebagai acuan dalam operasional bank syariah.⁶

Bank Muamalat berdiri tahun 1991 sebagai pelopor berdirinya perbankan syariah di Indonesia. Bank ini didirikan oleh Majelis Ulama Indonesia, pengusaha Muslim, Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pemerintah.⁷ Seluruh perbankan syariah memiliki layanan serta produk yang berbeda-beda. Produk dari masing-masing bank syariah memiliki keunggulan dan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah termasuk produk tabungan. Dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu seperti saat ini, bank syariah dituntut harus dapat bersaing dengan bank konvensional dalam hal menghimpun dana dari masyarakat.⁸

⁵Luhur Prasetyo dan Khusniati Rofiah, "The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid Al-Sharia," *Justicia Islamica* 18, no. 2 (2021): 318–34, <https://doi.org/10.21154/justicia.v18i2.3163>.

⁶Amin Wahyudi, Binti Nur Asiyah, dan Husnul Haq, "The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank," *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2023): 82–94, <https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n1.p82-94>.

⁷Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2020). "Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*", 1(02), 75–87

⁸Santoso, H., & Anik, A. "Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 1, Nomor 2, (2020), 106–116.

Berdasarkan Fatwa Nomor: 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan, bahwa masyarakat pada sekarang ini memerlukan jasa perbankan syariah dalam menyimpan kekayaan dan untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Dalam bank syariah funding dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpun dana masyarakat adalah prinsip Wadi'ah dan Mudharabah. Salah satu produk tabungan Bank Muamalat Indonesia yaitu Tabungan iB Hijrah.⁹

Bank Muamalat menjadi bank syariah pertama di Indonesia, namun Bank muamalat tidak berpuas diri hanya dengan status sebagai pelopor industri perbankan syariah di Indonesia. Bank Muamalat terus meningkatkan performa dan menambah inovasi agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan syariah dan konvensional lainnya, salah satunya adalah mempermudah akses nasabah dengan membuka kantor cabang di berbagai daerah Indonesia. Salah satunya pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu di Ponorogo. Seiring adanya kepercayaan pada nasabah, semakin banyak yang tertarik pada Bank Muamalat dan memutuskan untuk menabung. Nasabah pada dasarnya melalui proses pengambilan keputusan sebelum memutuskan untuk menabung atau memilih suatu produk dalam bank yang menurut nasabah terbaik, sehingga keputusan menabung dapat diartikan sebagai kekuatan atau keinginan nasabah untuk

⁹Rahmawati, E. N., Kafid, N., & Wijaya, T. (2020). "Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Paa Bank Syariah". *Jurnal Anil Islam*, Volume 10, Nomor 1, 3–24.

memilih dan menggunakan produk jika nasabah tertarik dengan produk tersebut.¹⁰

Menurut Tajudin & Mulazid, keputusan (menggunakan) menabung dapat diartikan sebagai kekuatan atau keinginan konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Keputusan menabung dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti motivasi dan religiusitas. Faktor tersebut membangun kepercayaan nasabah untuk menabung dan memilih produk pada bank syariah.¹¹ Faktor motivasi yang mempengaruhi nasabah seperti adanya dorongan dari diri sendiri atau orang lain untuk melakukan suatu kegiatan secara sadar seperti memilih produk dalam bank syariah.¹² Begitu juga dengan faktor religiusitas, nasabah tentunya akan memilih menabung pada bank yang halal, terhindar dari riba, dan sesuai dengan syariat Islam karena sebagai umat muslim harus taat dan menjauhi larangannya.

Berikut jumlah nasabah periode 202

Tabel 1.1
Fluktuasi Jumlah Nasabah dalam Periode Tahun 2024

Bulan	Tabungan Ib Hijrah	Jumlah
Januari	9	9
Februari	12	12
Maret	19	19
April	17	17
Mei	22	22
Juni	27	27

¹⁰Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2020). "Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. Islamicconomic" *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 1, 19–46.

¹¹Ibid

¹² Schiffman & Kanuk, L.L., *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. (Jakarta PT. Indeks Gramedia, 2020)

Juli	25	25
Agustus	28	28
September	32	32
Oktober	28	28
Total		219

Sumber: Bank Muamalat Ponorogo, 2024

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo yang berprofesi sebagai pengusaha, mengatakan bahwa dirinya termotivasi menabung pada Bank Muamalat KCP Ponorogo karena tidak ada bunga serta transparan memiliki sistem bagi hasil dan nisbah, dibandingkan dengan bank konvensional terdapat bunga.¹³ Hasil wawancara lain yang dilakukan peneliti dengan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo berprofesi sebagai pegawai negeri sipil (PNS), menyatakan bahwa nasabah percaya menabung pada Bank Muamalat KCP Ponorogo karena faktor religi, dimana Bank Muamalat merupakan bank syariah yang menerapkan prinsip-prinsip islam dan jauh dari riba dan sifatnya halal seperti investasi yang sesuai dengan syariat islam.¹⁴ Jadi kesimpulannya nasabah memutuskan menabung di Bank Muamalat ini karena nasabah percaya Bank Muamalat termasuk bank syariah yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Data yang diperoleh dari masyarakat yang menabung karena adanya semangat agar terhindar dari riba dan melakukan transaksi karena jati diri seorang muslim yang sesuai dengan syariat islam. Simpulan dari hasil wawancara dengan kedua nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo menyatakan bahwa terdapat tiga hal yang mendorong nasabah menabung pada Bank Muamalat KCP Ponorogo, yaitu;

¹³Riza Maheswara, Wawancara, Selasa 30 Juli, 2024

¹⁴Erna Tri, Guru PNS, Ponorogo, Senin 29 Juli, 2024

motivasi, religiusitas dan kepercayaan.

Motivasi adalah kekuatan pendorong yang mendorong orang untuk mengambil tindakan. Sedangkan motivasi dikatakan sebagai kondisi pribadi yang menumbuhkan keinginan individu untuk memenuhi keinginan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.¹⁵ Dengan motivasi di dalam diri individu akan menunjukkan perilaku menuju tujuan untuk mencapai tujuan kepuasan. Menurut Hasibuan motivasi mempersoalkan bagaimana cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan segala kemampuan dan keterampilan guna mewujudkan tujuan perusahaan.¹⁶

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka motivasi dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan untuk mempengaruhi orang lain agar mereka mau bekerja dengan segala kemampuan serta keahliannya guna mencapai tujuan suatu organisasi. Motivasi seringkali menjadi pendorong utama seseorang dalam membuat keputusan. Tentu saja motivasi tidak tumbuh tanpa adanya kepercayaan. Sementara kepercayaan akan kuat jika dilandasi oleh dasar keagamaan atau religiusitas yang dalam. Motivasi dapat mempengaruhi nasabah karena adanya keinginan dari diri sendiri ataupun dari orang lain yang mengakibatkan nasabah mau dan berminat menabung. Seperti pada penelitian dari Afrin Suryaning Tiyas motivasi

¹⁵Handoko, T. H, *Dasar-Dasar Motivasi*. (Yogyakarta : Penerbit Liberty, 2019), 88

¹⁶ Ibid.

berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah.¹⁷

Menurut Maisur et al. religiusitas merupakan suatu kondisi yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk berpikir, bersikap, berperilaku, dan bertindak sesuai dengan ajaran yang dianutnya. Religiusitas adalah kondisi yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertindak sesuai dengan tingkat ketaatan terhadap agama yang dianutnya. Beragama mengacu pada hubungan sesuatu yang kodrati, hubungan antara ciptaan dan alam, dan hubungan antara ciptaan dan Sang Pencipta.¹⁸ Hubungan ini diwujudkan dalam sikap batinnya, ditunjukkan dalam ibadahnya, dan tercermin dalam kehidupan sehari-harinya.¹⁹ Dalam jurnal Pace et al. Dijelaskan bahwa religiusitas dibagi menjadi dua dimensi yaitu religiusitas intrinsik (nilai inti dari diri sendiri) dan religiusitas ekstrinsik (koneksi social dan keuntungan pribadi). Perbedaan dari aspek religiusitas juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Artinya, religiusitas intrinsik/ekstrinsik dapat mempengaruhi tidak hanya etika konsumen atau sikap merek tetapi juga sikap konsumen terhadap produk secara umum.²⁰

¹⁷ Afrin Suryaning Tiyas “Pengaruh Motivasi Menabung Dan Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah KCP Magetan.” *Skripsi*(Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2021)

¹⁸ Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. “Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh”. *Jurnal Magister Akuntansi*, Volume4, Nomor 2 (2019) 1–8.

¹⁹ Fitriyah, Faridatul. “Pengaruh Pendapatan, Dana Talangan Haji Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Mendaftar Haji (Studi Pada Bni Syariah Tulungagung)”. *Jurnal Nusamba*, Volume 1, Nomor 1(2022) 58-67.

²⁰ Pace, S., School, K. B., & France. “*Effects Of Intrinsic And Extrinsic Religiosity On Attitudes Toward Products: Empirical Evidence Of ValueExpressive*

Religiusitas dapat digunakan sebagai faktor yang dapat meningkatkan pengambilan keputusan. Nasabah ingin bertransaksi yang sesuai dengan prinsip Islam tanpa adanya bunga atau riba. Karena adanya faktor religiusitas nasabah lebih memilih bertransaksi secara transparan seperti adanya bagi hasil atau margin. Seperti pada penelitian Ahmad Faturrohman menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh pada keputusan nasabah.²¹

Kepercayaan atau *trust* menjadi salah satu pilar yang sangat dalam berbagai aktivitas kehidupan, termasuk dalam berinteraksi sesama manusia dan hasil produksi yang dibuat oleh manusia. *Trust* tidak bisa dibangun dengan instan, mudah dan cepat, akan tetapi harus dibangun secara perlahan-lahan dan membutuhkan proses yang sistematis serta bisa dibuktikan kepada masyarakat.²² *Trust* atau kepercayaan adalah keyakinan terhadap pihak/orang lain dalam melakukan sesuatu sesuai dengan harapan yang diharapkan untuk memudahkan atau menghasilkan sesuatu hal yang baik/positif.²³ Sedangkan menurut Ishak dan Luthfi menyatakan bahwa *trust* atau kepercayaan adalah kesediaan diri untuk

And Social-Adjustive Functions". In Journal Of Applied Business Research, Volume 30, Issue 4 (2018), Pp. 1227–1238).

²¹Ahmad Faturrohman (2019) "Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah" *Skripsi* (Jakarta : UIN Hidayatullah Jakarta, 2019), 71

²² Rahmawati, Heny, Kristiana "Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro," *Jurnal Community Development*, Volume 1, Nomor 2 (2022), 38-39.

²³ Novianti, "Pengaruh Religiusitas, Trust Dan Time Efficiency Terhadap Penggunaan Fitur Muamalat Din Qris I(Mqris) Dalam Kemudahan Berdonasi Ke Lembaga Ziswaf Di Kota Bandar Lampung (Survey Pada Bank Muamalat Indonesia KCP ZA Pagar Alam)". *Skripsi*: (Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022)

bergantung kepada pihak lain yang sudah dipercaya.²⁴

Kepercayaan adalah keinginan seseorang dalam mendapatkan sesuatu yang diharapkan dan sesuatu harapan tersebut dapat dipercaya.²⁵ Dalam bisnis perbankan, kepercayaan adalah faktor penting. Karena nasabah tidak akan melakukan transaksi jika tanpa adanya kepercayaan yang menciptakan daya tarik seorang nasabah agar berinvestasi di bank tersebut. Sehingga sebelum nasabah memutuskan dalam mengambil keputusan menabung, nasabah harus percaya dahulu kepada bank tersebut. Seperti pada penelitian Mega Usvita menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif pada keputusan nasabah.²⁶

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis berkeinginan untuk menjadikan hal tersebut sebagai pokok permasalahan dalam penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan pemikiran penulis tersebut, maka skripsi ini diberi judul “Pengaruh Motivasi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Ponorogo dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.

²⁴ Ishak, A., dan Luthfi, Z., “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs”, *Jurnal Siasat Bisnis*, Volume 15, Nomor 1, (2021), 55-66.

²⁵ Wahyono, S. A., & Susilawati. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah (Studi Kasus Politeknik Lpkia Kota Bandung).” *Jurnal Indonesia Membangun*, Volume 15, Nomor 2 (2022), 82-100

²⁶ Mega Usvita, “Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat” *Journal Apresiasi Ekonomi*, Volume 9, Nomor 1 (2021), 48

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penulisan rumusan masalah di tetapkan sebagai berikut:

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo?
3. Apakah motivasi berpengaruh terhadap Kepercayaan pada Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap Kepercayaan pada Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo?
6. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dengan kepercayaan sebagai variabel intervening?
7. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan nasabah

Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo.

2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap Kepercayaan pada Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap Kepercayaan pada Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo.
6. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.
7. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memajukan teori ilmu perbankan syariah, memajukan pemahaman dan berkontribusi pada literatur, terutama untuk jenis penelitian kuantitatif yang berhubungan dengan keputusan nasabah untuk menabung pada tabungan iB Hijrah.

- b. Untuk dapat mendukung atau memperkuat teori-teori yang sudah ada dan menjadi sumber khususnya bagi individu yang melakukan studi terkait.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Pihak Bank Muamalat

Dapat meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung pada tabungan iB Hijrah dan berfungsi sebagai sumber untuk ditinjau di masa depan ketika menjadi jelas elemen mana yang paling penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah.

b. Bagi IAIN Ponorogo

Hal yang baik dari penelitian ini adalah untuk dimasukkan ke dalam daftar referensi di perpustakaan kampus serta bahan perbandingan bagi peneliti lain di masa depan. Dengan adanya penelitian ini, dipercaya dapat memberikan informasi kesamaan hipotesis yang didapat dari kampus dengan penerapannya dalam dunia perbankan syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan adalah proses, metode, atau cara untuk menyelesaikan suatu penelitian yang meliputi pendahuluan, teori, metodologi penelitian, dan pembahasan hasil penelitian. Metode pembahasan ini, membantu mempermudah setiap bab akan difasilitasi dan persiapan penelitian akan sesuai dengan harapan. Pembahasan dalam penelitian ini terorganisir dalam sistematika sebagai berikut:.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian dari latar belakang keputusan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan dari latar belakang tersebut, fakta yang terjadi dilapangan dan hasil dari penelitian terdahulu terdapat kesenjangan antara teori dan fakta yang terjadi dilapangan sehingga penulis dapat menemukan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI, DESKRIPSI TEORI, KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang meliputi teori Motivasi, Religiusitas, Keputusan Nasabah dan Kepercayaan, Kajian penelitian terdahulu apa saja persamaan dan perbedaannya dan juga hasil dari penelitian terdahulu. Asumsi awal penulis tertuang dalam kerangka berpikir, yang menggambarkan bagaimana penulis berpikir dan bagaimana variabel berhubungan dengan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti membahas mencakup teknik penelitian yang digunakan para peneliti, bab ini menjelaskan tentang rancangan penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mendeskripsikan uraian luas tentang objek penelitian, temuan analisis validitas dan reliabilitas, hasil uji deskripsi, analisis data, hasil uji

hipotesis, dan pembahasan serta hasil penelitian di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

BAB V: PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya yang telah dibuat sesuai dengan rumusan masalah yang telah diteliti dan temuan yang telah dipaparkan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif (*motive*) yang berarti dorongan. Motivasi bisa menjadi pendorong seseorang dalam melaksanakan suatu kegiatan untuk mendapatkan hasil yang maksimal oleh sebab itu, Dengan demikian motivasi berarti suatu kondisi yang mendorong atau menjadi sebab seseorang melakukan suatu kegiatan yang berlangsung secara sadar. Motivasi adalah kekuatan pendorong yang mendorong orang untuk mengambil tindakan.¹ Sedangkan menurut Handoko motivasi dikatakan sebagai kondisi pribadi yang menumbuhkan keinginan individu untuk memenuhi keinginan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.² Motivasi konsumen sebagai kondisi kepribadian yang menumbuhkan keinginan individu untuk melakukan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan.³ Dengan motivasi di dalam diri individu akan menunjukkan perilaku menuju tujuan untuk mencapai tujuan kepuasan.

Dengan adanya motivasi kerja yang tinggi dalam diri, maka seseorang harus mencintai pekerjaannya dan sanggup bekerja dengan baik

¹Schiffman & Kanuk, L.L, *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. (Jakarta PT.Indeks Gramedia, 2020)

²Handoko, T. H, *Dasar-Dasar Motivasi*. (Yogyakarta : Penerbit Liberty, 2019), 88

³Setiadi, Willy (2019)“Studi Deskri PT.if Motivasi Membolos Ditinjau Dari Indeks Prestasi Kumulatif Mahasiswa“*Jurnal Ekonomi Islam, Volume 2, Nomor 1 (2019)*.

serta memiliki loyalitas yang tinggi.

b. Teori Motivasi

Teori terkait motivasi yang terkenal dikemukakan Abraham Maslow. Teori ini disebut teori *Hirarki Kebutuhan Maslow*. Namun seiring berkembangnya Masyarakat dan ilmu pengetahuan sosial, teori Hirarki kebutuhan Maslow telah direvisi pada tahun 1971 oleh peneliti penerus Maslow seperti Henry Gleitman Alan Fridlund dan Daniel Reisberg. Menurut versi yang paling baru, hierarki kebutuhan manusia yang semula terdiri dari enam level (poin a) sampai f) ditambahkan 2 level (poin g) dan h)), sehingga menjadi delapan level, yaitu⁴:

- 1) Kebutuhan Fisiologis
- 2) Kebutuhan Rasa Aman
- 3) Kebutuhan Sosial
- 4) Kebutuhan Penghargaan
- 5) Kebutuhan Kognitif
- 6) Kebutuhan Aktualisasi diri
- 7) Kebutuhan Estetika
- 8) Kebutuhan Transendensi

Teori motivasi Abraham Maslow mencoba menjelaskan mengapa orang didorong oleh kebutuhan khusus pada waktu tertentu. Maslow mengemukakan bahwa kebutuhan manusia diatur dalam suatu hierarki, dari yang paling mendesak hingga yang paling tidak mendesak.

⁴Mangkunegara, Anwar Prabu, *Evaluasi Kinerja SDM*. (Bandung : Reflika Aditama 2018), 82

Ini adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan stabilitas, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan realisasi.

Dari Zaid bin Tsabit Radhiyallahu anhu, beliau mendengar Rasûlullâh Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

مَنْ كَانَتْ الدُّنْيَا هَمَّهُ ، فَرَّقَ اللَّهُ عَلَيْهِ أَمْرَهُ ، وَجَعَلَ فَقْرَهُ بَيْنَ عَيْنَيْهِ ، وَلَمْ يَأْتِهِ مِنَ الدُّنْيَا إِلَّا مَا كُتِبَ لَهُ ، وَمَنْ كَانَتْ الْآخِرَةُ نِيَّتَهُ ، جَمَعَ اللَّهُ أَمْرَهُ ، وَجَعَلَ غِنَاهُ فِي قَلْبِهِ ، وَأَنْتَهُ الدُّنْيَا وَهِيَ رَاغِمَةٌ

"Barangsiapa tujuan hidupnya adalah dunia, maka Allâh akan menceraikan-beraikan urusannya, menjadikan kefakiran di kedua pelupuk matanya, dan ia tidak mendapatkan dunia kecuali menurut ketentuan yang telah ditetapkan baginya. Barangsiapa yang niat (tujuan) hidupnya adalah negeri akhirat, Allâh akan mengumpulkan urusannya, menjadikan kekayaan di hatinya, dan dunia akan mendatanginya dalam keadaan hina."

Maksud dari hadis di atas menjelaskan bahwa meniatkan apa pun yang dilakukan untuk akhirat, maka tidak perlu mengharap apa yang diinginkan di dunia datang pada diri sendiri karena justru dunialah yang akan mendatangi kita. Ketika individu memiliki motivasi untuk menabung di bank syariah dengan harapan mendapat ridho dari Allah dengan bermuamalah atau menabung dengan akad-akad syariah atau tidak ada riba.

c. Pembagian Motivasi

Secara umum motivasi dapat dibedakan menjadi motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik.⁵

⁵ Syah, Muhibbin. *Psikologi Belajar*. (Jakarta: Logos 2019), 55

1) Motivasi Instrinsik

Jenis motivasi ini muncul dari dalam diri individu secara sukarela, bukan dari paksaan atau dorongan dari orang lain.⁶ Misalnya seorang anak belajar tanpa perintah dari orang lain karena ingin menimba ilmu dan belajar karena ingin berguna bagi bangsa dan negaranya.

Sebagian orang mengatakan bahwa motivasi intrinsik adalah motivasi yang berasal dari dalam diri subjek belajar, tetapi hal ini hanya untuk membedakannya dengan motivasi ekstrinsik.

2) Motivasi Ekstrinsik

Suatu bentuk motivasi untuk memulai dan melanjutkan suatu kegiatan belajar berdasarkan kebutuhan dan dorongan yang sama sekali tidak berkaitan dengan kegiatan itu sendiri.⁷ Bagi seseorang untuk melakukan sesuatu karena motivasi ekstrinsik bukan berarti dia berani, tetapi mengharapkan sesuatu di balik keberanian untuk melakukannya. Tujuan yang ingin dicapai berada di luar tindakan. Misalnya, seseorang ingin menjadi nasabah karena ingin menerima hadiah dan ini mendapat dorongan dari teman atau orang lain.

d. Tujuan Motivasi

Seorang karyawan dalam melaksanakan suatu pekerjaan harus memiliki motivasi sehingga dapat memberikan dorongan agar seorang

⁶ Usman, Uzer. *Menjadi Guru Profesional*. (Bandung: Remaja Rosda Karya 2021), 34

⁷ Winkel, Ws. *Psikologi Pendidikan Dan Evaluasi Belajar*. (Jakarta: PT.. Gramedia 2018), 33

karyawan dapat bekerja dengan giat dan dapat meningkatkan kinerja karyawan. Menurut Handoko tujuan motivasi yaitu sebagai berikut:⁸

- 1) Mendorong gairah dan kinerja karyawan
- 2) Meningkatkan moral dan kinerja karyawan
- 3) Meningkatkan produktivitas kerja karyawan
- 4) Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan
- 5) Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan
- 6) Mengefektifkan pengadaan karyawan
- 7) Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
- 8) Meningkatkan kreativitas dan partisipasi karyawan
- 9) Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan
- 10) Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya

Dengan adanya tujuan dari motivasi, maka komunikasi yang terjalin antara atasan dengan karyawan maupun sesama karyawan bisa terjalin dengan baik dan tidak terjadinya *mis komunikasi*.

e. Jenis Motivasi

Motivasi dibagi menjadi dua bagian, menurut Handoko yaitu sebagai berikut:⁹

- 1) Motivasi positif (*Insentif Positif*)

Manajer memotivasi bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berprestasi di atas prestasi standar. Dengan

⁸Handoko, T. H, *Dasar-Dasar Motivasi*. (Yogyakarta : Penerbit Liberty, 2019), 89

⁹Ibid., 90

motivasi positif, kinerja bawahan akan meningkat karena umumnya manusia senang menerima yang baik-baik saja.

2) Motivasi negatif (*Insentif Negatif*)

Manajer memotivasi bawahan dengan standar mereka akan mendapat hukuman. Dengan motivasi negatif ini semangat bekerja bawahan dalam jangka waktu pendek akan meningkat karena mereka takut dihukum, tetapi untuk jangka waktu panjang dapat berakibat kurang baik.

f. Indikator Motivasi

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller indikator motivasi konsumen ada lima, yaitu:¹⁰

1) Dorongan kebutuhan akan memiliki produk/tabungan

Kebutuhan memiliki produk merupakan keinginan yang dimiliki konsumen untuk memuaskan keinginannya memiliki produk.

2) Dorongan kebutuhan akan menggunakan produk/tabungan setiap saat.

Keinginan untuk selalu menggunakan produk merupakan dorongan yang ada dalam diri konsumen dan membuat konsumen merasa selalu membutuhkan produk tersebut.

3) Dorongan untuk menunjang penampilan/menambah jumlah tabungan.

Keinginan mendukung penampilan adalah menggunakan produk karena perlu menjaga penampilan agar konsumen dapat merasa percaya diri setelah menggunakannya.

4) Dorongan akan tren yang sedang terjadi dilingkungan

¹⁰ Kotler, Philip. "Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Dan Pengendalian" Edisi Lima. Jakarta: Erlangga.(2019).

sosial/mendorong orang lain untuk menabung

Kekuatan pendorong di balik tren yang muncul di lingkungan sosial adalah penggunaan produk untuk mendorong konsumen menggunakannya karena banyak orang di lingkungan yang menggunakannya.

5) Dorongan kegemaran akan produk/terus menabung

Dorongan untuk mencintai suatu produk adalah ketika pelanggan menyukainya dan menggunakannya.

2. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Menurut Maisur et al. religiusitas merupakan suatu kondisi yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk berpikir, bersikap, berperilaku, dan bertindak sesuai dengan ajaran yang dianutnya.¹¹ Masyarakat selalu menempatkan diri dalam prinsip hidup dan menjunjung tinggi berlaku adil, lurus di kehidupan bersama, sehingga menjadi panutan dan menghindari segala bentuk pendekatan ekstrem.¹² Religiusitas adalah kondisi yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertindak sesuai dengan tingkat ketaatan terhadap agama yang dianutnya. Beragama mengacu pada hubungan sesuatu yang kodrati, hubungan antara ciptaan dan alam, dan hubungan antara ciptaan dan Sang Pencipta. Hubungan ini diwujudkan dalam sikap

¹¹Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh." *Jurnal Magister Akuntansi*, Volume 4, Nomor 2(2021), 1–8.

¹²Luthfi Hadi Aminuddin, "INSIDAD BAB AL-IJTIHAD DAN PENGARUHNYA TERHADAP MADHHAB SHAFI'I," *Justicia Islamica* 9, no. 2 (2012), <https://doi.org/10.21154/justicia.v9i2.346>.

batinnya, ditunjukkan dalam ibadahnya, dan tercermin dalam kehidupan sehari-harinya.¹³

Dalam jurnal Pace et al. dijelaskan bahwa religiusitas dibagi menjadi dua dimensi yaitu religiusitas intrinsik (nilai inti dari diri sendiri) dan religiusitas ekstrinsik (koneksi social dan keuntungan pribadi). Perbedaan dari aspek religiusitas juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Artinya, religiusitas intrinsik/ekstrinsik dapat mempengaruhi tidak hanya etika konsumen atau sikap merek tetapi juga sikap konsumen terhadap produk secara umum.¹⁴

Terkait religiusitas dijelaskan dalam Al- Qur'an surat Ar-Rum (30):30¹⁵:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ
ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

“Maka hadapkanlah wajahmu dengan Lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. tidak ada perubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui”

Makna ayat di atas menunjukkan bahwa manusia diciptakan dengan naluri beragama, jika ada manusia yang tidak beragama itu hanya pengaruh lingkungan, dalam hal ini manusia tidak dapat dipisahkan dari agama. Agama menjadi kebutuhan hidup sehingga manusia

¹³Fitriyah, Faridatul. “Pengaruh Pendapatan, Dana Talangan Haji Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Mendaftar Haji (Studi Pada Bni Syariah Tulungagung)”. *Jurnal Nusamba*, Volume 1, Nomor 1(2021), 58-67.

¹⁴Pace, S., School, K. B., & France. *Effects Of Intrinsic And Extrinsic Religiosity On Attitudes Toward Products: Empirical Evidence Of Value Expressive And Social-Adjustive Functions*. In *Journal Of Applied Business Research*, Volume 30, Issue 4(2018), Pp. 1227–1238).

¹⁵ Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahan, Ar-Rum 30:30

disebut makhluk beragama.¹⁶

Dengan begitu dalam bermuamalahpun manusia yang beragama akan memilih jalan yang di ridhoi Tuhan-Nya seperti di Bank Syariah dengan akad-akad syariah yang tidak menentang syariat Islam.

b. Indikator Religiusitas

Menurut Adhim,¹⁷ indikator religiusitas, meliputi:

- 1) Dimensi Keyakinan, mencakup harapan agar umat beragama menganut pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut.
- 2) Dimensi Praktik Agama, dimensi ini meliputi ibadah, ketaatan, dan apa yang dilakukan orang untuk mengabdikan diri pada agamanya. dimensi praktik keagamaan ini terdiri dari dua hal penting, yaitu (1) ritual mewakili semangat ritus, praktik keagamaan formal, dan adat-istiadat suci yang diharapkan dilakukan oleh seorang penganut. (2) Ketaatan, ketaatan dan kesadaran seperti ikan dengan air, meskipun ada perbedaan penting. Apabila aspek ritual dari komitmen sangat formal dan publik, tetapi semua agama yang dikenal juga memiliki tindakan persembahan yang relatif sukarela, informal dan pribadi.
- 3) Dimensi Pengalaman, mencakup dan mempertimbangkan fakta bahwa semua agama memiliki harapan tertentu, meskipun tidak

¹⁶ Fitriyah, Faridatul. "Pengaruh Pendapatan, Dana Talangan Haji Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Mendaftar Haji (Studi Pada Bni Syariah Tulungagung)". *Jurnal Nusamba*, Volume 1, Nomor 1 (2021) 58-67.

¹⁷ Adhim, Fauzan. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni dan Bukan Alumni Pesantren(Studi Pada Kantor Depag Kabupaten Bangkalan)". *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Volume 5, Nomor 2 (2019), 127-154.

benar untuk mengatakan bahwa orang yang saleh suatu hari akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung tentang realitas tertinggi. Dimensi ini meskipun kecil, berkaitan dengan pengalaman, perasaan, persepsi, dan sensasi keagamaan yang dialami oleh individu atau didefinisikan oleh kelompok agama yang melihat esensi ketuhanan, yaitu merasa berkomunikasi dengan Tuhan.

- 4) Dimensi Pengetahuan Agama, dimensi ini merepresentasikan harapan bahwa umat beragama memiliki pengetahuan minimal tentang keyakinan dasar, kitab suci, dan tradisi.
- 5) Dimensi Pengamalan atau Konsekuensi, dimensi ini mengacu pada identifikasi harian konsekuensi dari keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan agama seseorang.

3. Keputusan Menabung Nasabah

a. Pengertian Keputusan Nasabah

Konsumen pada dasarnya melalui proses pengambilan keputusan sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk. Proses pengambilan keputusan adalah tahap dimana konsumen memutuskan produk tertentu yang menurutnya terbaik, sehingga Keputusan menabung dapat diartikan sebagai kekuatan keinginan konsumen untuk menggunakan produk tersebut jika konsumen tertarik dengan produk tersebut.¹⁸

¹⁸Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. "Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok". *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 1 (2019), 19–46.

Keputusan menjadi pelanggan merupakan tindakan konsumen apakah akan menggunakan produk tersebut atau tidak. di antara banyak faktor yang mempengaruhi ketika seorang konsumen membeli suatu produk atau jasa, konsumen biasanya selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal masyarakat. Oleh karena itu, keputusan untuk menjadi pelanggan diambil setelah konsumen menyaksikan langsung produk tersebut dan memutuskan untuk menggunakan produk tersebut setelah mempertimbangkan informasi yang mereka ketahui dan realitas produk sebelumnya apakah layak untuk menggunakan produk tersebut.

Mariyono menjelaskan bahwa dalam prespektif fenomenologi menyebabkan perbedaan cara berpikir nasabah muslim terhadap konsep skema syariah terutama pada interpretasi yang berbeda tentang riba menyebabkan perbedaan pandangan tentang bunga bank. Keputusan nasabah dan konsep syariah merupakan faktor terpenting yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih bank syariah.¹⁹ Hal ini didukung oleh fakta bahwa pengetahuan nasabah tentang bank syariah masih terbatas bahkan belum mengenal produk-produk yang terdapat di Bank syariah. Terkait pengambilan keputusan dijelaskan QS. Al-Ankabut (29) : 2-3.²⁰

¹⁹Mariyono, J. "Determinants Of Customers In Selecting Sharia Banking System For Saving In East Java - Indonesia." *Journal Of Economics, Business, And Accountancy | Ventura*, Volume 16, Nomor 3 (2022), 457-472.

²⁰ Al-Quran dan Terjemahannya, Al-Ankabut (29) : 2-3

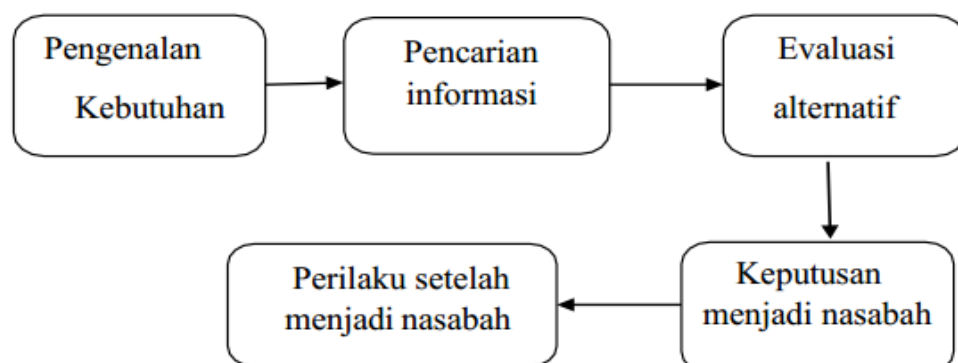
أَحْسِبَ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ ۖ وَلَقَدْ فَتَنَّا الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ
فَلَيَعْلَمَنَّ اللَّهُ الَّذِينَ صَدَقُوا وَلَيَعْلَمَنَّ الْكٰذِبِينَ ۚ

"Apakah manusia mengira bahwa mereka akan dibiarkan hanya dengan mengatakan, "Kami telah beriman," dan mereka tidak diuji? Dan sungguh, Kami telah menguji orang-orang sebelum mereka, maka Allah pasti mengetahui orang-orang yang benar dan pasti mengetahui orang-orang yang dusta"

Melalui ayat ini, Allah menjelaskan bahwa setiap orang yang beriman pasti akan diberi ujian ataupun masalah, dan ketika dihadapkan pada sebuah masalah, manusia akan dihadapkan pada proses pengambilan keputusan terkait dengan pemecahan masalah tersebut. Sikap seseorang dalam menghadapi sebuah permasalahan tentu saja berbeda-beda, proses seseorang dalam pengambilan keputusan pun juga bermacam-macam. Sama halnya dalam memutuskan menabung di bank syariah.

b. Tahap-tahap Keputusan Nasabah

Tahap-tahap keputusan membeli menurut Kotler dan Susanto²¹ adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Proses Keputusan Nasabah

²¹Kotler, Philip, dan A. B Susanto. "Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian". Jakarta: Salemba Empat (2018)

1) Pengenalan Kebutuhan

Prosesnya dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah besar pelanggan, pemasar dapat mengidentifikasi rangsangan yang membangkitkan minat pada kategori produk tertentu.

2) Pencarian Informasi

Mengumpulkan informasi memungkinkan pelanggan untuk mempelajari lebih lanjut tentang produk-produk yang bersaing dan keunggulannya.

3) Evaluasi Alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan, yang sebagian besar adalah proses evaluasi konsumen yang berorientasi kognitif. Dengan kata lain, diasumsikan bahwa sebagian besar konsumen secara sadar dan rasional menilai produk.

4) Keputusan Menjadi Nasabah

Konsumen membentuk minat beli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan keluarga dan manfaat produk yang diharapkan.

5) Perilaku setelah menjadi nasabah

Setelah menjadi pelanggan, konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Pelanggan akan mengambil tindakan setelah mereka menggunakan produk.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menabung.

Ada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bagaimana konsumen membuat keputusan menabung. Peran elemen-elemen ini bervariasi dari satu produk ke produk lainnya. Dengan kata lain, terdapat faktor dominan dalam menggunakan suatu produk, sedangkan faktor lain kurang berpengaruh. Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller.²² Faktor internal sebagai berikut:

- 1) Faktor Budaya
- 2) Faktor Sosial
- 3) Faktor Pribadi
- 4) Faktor Psikologis

d. Indikator Keputusan Nasabah Menabung

Menurut Frans Abadi Cysara indikator Keputusan Menabung terdapat 5 meliputi:²³

- 1) Tahap menaruh perhatian (*Attention*)

Tahap menaruh perhatian merupakan tahap dimana harus bisa menginformasikan kepada konsumen tentang keberadaan produk. Baik promosinya menggunakan iklan cetak, TV atau jaringan pribadi lainnya.

²² Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT.Indeks. Jakarta.(2019).

²³Abdi, Cysara Frans. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia”, (Tbk Cabang Bandar Lampung 2021)

2) Tahap ketertarikan (*Interest*)

Setelah tahap menaruh perhatian berhasil menarik perhatian konsumen, tindak lanjutnya harus baik. Merupakan langkah yang lebih dalam dalam memberikan informasi produk dan mampu meyakinkan serta memberikan alasan kepada konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

3) Tahap berhasrat/ berniat (*Desire*)

Tahap berhasrat atau berniat merupakan tahap dimana melakukan suatu penawaran yang tidak dapat konsumen tolak, dan merupakan tahap dimana timbul keinginan untuk menggunakan produk.

4) Tahap untuk memutuskan untuk menggunakan/menabung (*Action*)

Tahap yang menentukan perilaku menggunakan adalah tahap di mana konsumen mengambil tindakan untuk memulai menggunakan produk.

5) Tahapan Kepuasan (*Satisfaction*)

Tahap kepuasan merupakan tahap akhir ketika konsumen merasa puas dengan produk dan akhirnya memutuskan untuk menggunakan produk tersebut.

4. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan atau *trust* menjadi salah satu pilar yang sangat dalam berbagai aktivitas kehidupan, termasuk dalam berinteraksi sesama manusia dan hasil produksi yang dibuat oleh manusia. *Trust* tidak bisa

dibangun dengan instan, mudah dan cepat, akan tetapi harus dibangun secara perlahan-lahan dan membutuhkan proses yang sistematis serta bisa dibuktikan kepada masyarakat.²⁴ *Trust* atau kepercayaan adalah keyakinan terhadap pihak/orang lain dalam melakukan sesuatu sesuai dengan harapan yang diharapkan untuk memudahkan atau menghasilkan sesuatu hal yang baik/positif.²⁵ Sedangkan menurut Ishak dan Luthfi menyatakan bahwa *trust* atau kepercayaan adalah kesediaan diri untuk bergantung kepada pihak lain yang sudah dipercaya.²⁶

Sirdeshmukh mendefinisikan *customer trust* sebagai “*the expectation held by the consumer that the service provider is dependable and can be relied on to deliver on its promises*”. Kepercayaan berarti harapan konsumen bahwa penyedia layanan dapat dipercaya dan memberikan apa yang mereka janjikan. Aspek penting bahwa kepercayaan adalah keyakinan atau harapan dari mitra terpercaya sebagai hasil dari profesionalisme dan kredibilitas mitra.²⁷

Kepercayaan adalah konstruksi yang dinamis dan kompleks melibatkan banyak pihak dan dapat berubah seiring berjalannya waktu. Ini penting dalam interpersonal dan intrapersonal hubungan, berdampak pada kognitif dan afektif penalaran, keandalan, reputasi, hubungan emosional,

²⁴ Rahmawati, Heny, Kristiana “Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro,” *Jurnal Community Development*, Volume 1, No. 2 (2022), 38-39.

²⁵ Novianti, Pengaruh Religiusitas, “*Trust Dan Time Efficiency Terhadap Penggunaan Fitur Muamalat Din Qris I (Mqris) Dalam Kemudahan Berdonasi Ke Lembaga Ziswaf Di Kota Bandar Lampung (Survey Pada Bank Muamalat Indonesia KCP ZA Pagar Alam)*”. *Skripsi: Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2022.

²⁶ Ishak, A., dan Luthfi, Z., “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs”, *Jurnal Siasat Bisnis*, Volume 15, Nomor 1, (2021): 55-66.

²⁷ Ibid

empati, dan komitmen²⁸

Pemahaman ini sejalan dengan pandangan Doney dan Cannon bahwa kepercayaan muncul dari sifat dapat dipercaya dan integritas seorang mitra melalui berbagai sikap seperti konsistensi, kompetensi, keadilan, tanggung jawab, tolong-menolong, dan kepedulian. Dimana juga ditegaskan oleh Firman Allah QS. al-Baqarah (2): 283:²⁹

﴿فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ﴾

“...Maka, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah uhannya...”.

Pada ayat di atas dijelaskan bahwa jika sebagian dari kalian percaya kepada sebagian yang lain, maka kalian harus bertakwa kepada Allah dalam menjalankan amanah tersebut. Serta tidak ada yang boleh ingkar. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan dan tidak ada yang luput dari pandangan-Nya dan akan membalas kamu sesuai dengan amal perbuatanmu. Dalam muamalah harus dilandasi dengan kepercayaan dan menjaga amanah yang dijalankan. Begitu juga bank syariah yang wajib menjaga amanah karena tugasnya mengelola dan menyimpan uang nasabah.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *trust* atau kepercayaan adalah keyakinan dan kesetiaan seseorang terhadap pihak/orang lain dalam memberikan kemudahan atau menghasilkan

²⁸Siti Amaroh, Husnurrosyidah, dan Ely Masykuroh, “Financial Attitude, Trust, and ROSCAs’ Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor,” Juni 2023, 35–49, <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.

²⁹ Al-Quran dan Terjemahan, Al-Baqarah (2) : 283

sesuatu yang dapat memberikan dampak positif bagi pribadinya atau masyarakat.

b. Indikator *Trust* (Kepercayaan)

Trust (kepercayaan) tidak bisa dibangun dengan instan, mudah dan cepat, akan tetapi harus dibangun secara perlahan-lahan dan membutuhkan proses yang sistematis serta bisa dibuktikan kepada masyarakat. Ada tiga faktor yang membentuk kepercayaan kepada orang lain yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Penjelasan sebagai berikut:³⁰

- 1) Kemampuan (*Ability*), dalam hal ini kemampuan perusahaan untuk menyediakan, melayani dan melindungi transaksi dari gangguan dari pihak luar. Untuk memastikan bahwa konsumen merasa puas dan aman saat melakukan transaksi.
- 2) Kebaikan Hati (*Benevolence*), kebaikan hati merupakan keinginan perusahaan untuk memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan konsumennya.
- 3) Integritas (*Integrity*), integritas berkaitan dengan perilaku atau kebiasaan suatu perusahaan dalam memberikan informasi kepada konsumen berdasarkan fakta.

³⁰ Trisusanti, Yelli. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)". *Jurnal Jom Fisip* (2020), Volume 4, Nomor 2, 1-16

B. Kajian Pustaka

No	Peneliti /Tahun	Judul	Hasil
1.	Siti Zainab (2018)	Analisis Pengaruh Work Life Balance dan Burnout Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KC Medan Balai Kota. ³¹	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara work life balance terhadap kepuasan kerja pegawai pada Bank Muamalat Indonesia KC Medan Balai Kota. di buktikan nilai F hitung $12,516 > F$ table 3,34. Pada uji parsial (t), variabel work Life Balance memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah karyawan, hal ini di buktikan dengan hasil t hitung $> t$ table yaitu $(3,888 > 2,051)$. Pada variabel Burnout memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan, hal ini di buktikan dengan t hitung $< t$ table yaitu $(-1,082 < 2,051)$. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 48,1% kepuasan kerja (Y) di pengaruhi oleh variabel work life balance (X1) dan Burnout (X2), sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.
2.	Muhammad Arfan, Maisur dan M. Shabri. (2021).	Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh. Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Syiah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah.

³¹Siti Zainab "Analisis Pengaruh Work Life Balance dan Burnout Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KC Medan Balai Kota." *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 1, Nomor 1 (2018)

		Kuala Banda Aceh Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. ³²	
3.	Muhammad Zuhirsyan Nurlinda. (2021).	Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan ³³	Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah.
4.	Abdul Halik (2022)	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah di Wilayah Gerbang Kertausila Jawa Timur ³⁴	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh nilai religiusitas terhadap kepercayaan nasabah bersifat positif signifikan, artinya nilai religiusitas dapat dijadikan dasar pengambilan kebijakan bank syariah. Nilai religiusitas hanya berpengaruh positif pada komitmen nasabah artinya nilai religiusitas dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan komitmen nasabah..
5.	Wijayani (2020).	Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah 8(1), 2020: 1-12	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (trust), baik dalam penghimpun dana maupun penyaluran dana.

³²Muhammad Arfan, Maisur dan M. Shabri. "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh." *Jurnal Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.* (2021)

³³Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan Indonesia" *Jurnal Magister Akuntansi.* Volume 4, Nomor 2 (2021)

³⁴Abdul Halik, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah di Wilayah Gerbang Kertausila Jawa Timur" *Jurnal Manajemen dan Bisnis,* Volume 1, Nomor 3 (2022)

		Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah ³⁵	Masyarakat akan mau menyimpan dana dananya di bank apabila dilandasi kepercayaan. Dalam fungsi ini akan di bangun kepercayaan baik dari pihak penyimpan dana maupun dari pihak bank dan kepercayaan ini akan terus berlanjut kepada pihak debitor. Kepercayaan ini penting dibangun karena dalam keadaan ini semua pihak ingin merasa diuntungkan baik dari segi penyimpanan dana, penampung dana maupun penerima penyaluran dana tersebut. Dengan kata lain, semakin tinggi kepercayaan masyarakat maka semakin tinggi pula dana pihak ketiga (DPK) yang akan masuk pada bank tersebut.
6.	Dianing Ratna Wijayani (2021).	Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah bank syariah tahun 2011-2022 ³⁶	Hasil analisis dengan menggunakan regresi berganda adalah: Dewan pengawas syariah berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah masyarakat menabung di bank syariah, hal ini mengindikasikan bahwa adanya dewan pengawas syariah akan memberikan asumsi profesionalisme dan intensitas pengawasan bank syariah semakin tinggi, sehingga tingkat kepercayaan menabung di bank syariah tersebut semakin tinggi. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah masyarakat menabung di bank syariah tidak terlalu memperhatikan laba, hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat yang menabung di bank syariah lebih memperhatikan keamanan dari sisi terbebasnya dari jeratan ribawi. Biaya promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah masyarakat menabung di bank syariah, hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat

³⁵Wijayani, "Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah"*Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Volume 8, Nomor 1 (2020)

³⁶Dianing Ratna Wijayani, "Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah bank syariah tahun 2021-2022"*Jurnal Muqtasid*, Volume 8, Nomor 1 (2021)

			yang menabung di bank syariah kurang memperhatikan laba dan dianggap riba oleh umat islam, sehingga keuntungan bank tidak terlalu memperhatikan laba, mereka lebih memperhatikan keamanan dari sisi terbebasnya jeratan ribawi.
7.	Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. (2021).	Pengaruh Prinsip Bagi Hasil,Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di. Banda Aceh. Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. ³⁷	Hasil penelitian menemukan secara serempak bahwa religiusitas, persepsi dan motivasi mempengaruhi keputusan memilih perbankan syariah. Secara parsial motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih perbankan syariah, sedangkan religiusitas memiliki nilai negatif dan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah, begitu juga dengan persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah.
8.	Muhammad Anasrulloh. Moh. Hanafi. (2021).	Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Karyawan dan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Bank Muamalat Tulungagung) STKIP PGRI Tulungagung ³⁸	Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh secara langsung kecerdasan spiritual terhadap kinerja karyawan pada Bank Muamalat dan secara tidak langsung melalui motivasi kerja, hasil tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan khususnya dalam peningkatan kinerja dan kualitas sumber daya manusia di Bank tersebut.
9.	Dui Vetri (2021).	Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan IB Hijrah Dan Pelayanan	Temuan dari penelitian ini adalah: (1) Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Keunggulan Produk Tabungan iB

³⁷Muhammad Arfan, Maisur dan M. Shabri. "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil,Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh." *Jurnal Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh*. Volume 4, Nomor 2 (2021)

³⁸Muhammad Anasrulloh. Moh. Hanafi. "Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Karyawan dan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Bank Muamalat Tulungagung)" *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 6, Nomor 4 (2021)

		Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp Curup Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup ³⁹	Hijrah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Curup, hal ini dapat diketahui dengan nilai t hitung (1.219) < ttabel (2.040) dan nilai signifikan 0.229 > 0.05. (2) Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Curup, hal ini dapat diketahui dengan nilai thitung (2.828) > ttabel (2.040) dan nilai signifikan 0.007 < 0.05. (3) Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Curup, hal ini dapat diketahui dengan nilai Fhitung (7.339) > Ftabel (3.30) dan nilai signifikan 0.002 > 0.05.
10.	Anwar Puteh (2021).	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah dengan Sikap Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening di Kota Lhokseumawe. Program Doktor Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan ⁴⁰ .	Hasil penelitian ini memperkuat teori perilaku konsumen dan temuan empiris sebelumnya bahwa religiusitas menjadi prediktor penting bagi perilaku konsumen khususnya mengenai dalam pengambilan keputusan. Sikap dan kepercayaan seseorang yang didasari oleh nilai-nilai agama yang diyakininya menjadi prediktor yang mengarahkan perilakunya untuk memutuskan terhadap pembelian terhadap satu produk. Manfaat dalam penelitian ini dapat merekomendasikan perbankan syariah perlu memberikan pelayanan dan menyediakan produk-produk unggulan, meningkatkan Kepercayaan seperti akad sesuai dengan syariah akan mempengaruhi

³⁹Dui Vetri, "Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan IB Hijrah Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp Curup Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri", *Skripsi* (CURUP : IAIN CURUP, 2021)

⁴⁰Anwar Puteh, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah dengan Sikap Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening di Kota Lhokseumawe. Program Doktor Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.", *Skripsi* (MEDAN : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021)

			sikap dan perilaku nasabah serta diharapkan dapat menjaga konsistensi nasabah agar menjadi loyal dalam menggunakan jasa bank syariah.
11.	Yulio Ashary Samosir. (2023).	Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi terhadap Minat Menabung dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Hutabalang Kabupaten Tapanuli Tengah). Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ⁴¹	Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, pengetahuan, lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah masyarakat Kelurahan Hutabalang, religiusitas dan lokasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Hutabalang, sedangkan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Hutabalang. Kepercayaan mampu memediasi pengaruh religiusitas, pengetahuan dan lokasi terhadap minat menabung Masyarakat Kelurahan Hutabalang.
12.	Dian Novitasari. (2022).	Pengaruh Motivasi, Promosi dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Tabungan iB Hijrah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Nganjuk) ⁴²	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Kepercayaan dapat memediasi pengaruh promosi dan religiusitas terhadap keputusan nasabah.
13.	Zaki Mubarak, Ahmad.	Pengaruh Kepemimpinan Islam terhadap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi ekstrinsik berpengaruh secara signifikan

⁴¹Yulio Ashary Samosir. "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi terhadap Minat Menabung dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Hutabalang Kabupaten Tapanuli Tengah)." *Skripsi*(Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2023)

⁴²Dian Novitasari. "Pengaruh Motivasi, Promosi dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Tabungan iB Hijrah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Nganjuk)" *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim 2022)

	(2024).	Kinerja Karyawan dengan Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Malang dan KCP Batu) ⁴³	terhadap kinerja karyawan. Kepemimpinan Islam berpengaruh terhadap motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi Ekstrinsik dapat memediasi pengaruh kepemimpinan islam terhadap kinerja karyawan.
14.	Amita Fitri Sari (2023).	Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), Lingkungan Kerja dan Bonus Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Bank Muamalat Kota Manna ⁴⁴	Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu software SPSS, maka dapat disimpulkan bahwa: 1) Pengembangan sumberdaya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi kerja karyawan di Bank Muamalat Cabang Kota Manna. Hasil analisis perhitungan regresi menunjukkan bahwa pengembangan sumberdaya manusia berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan pada alpha 5%. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi (sig.) $0,000 < (\alpha) 0,05$. 2) Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi kerja karyawan di Bank Muamalat Kota Manna. Hal ini dilihat dari signifikansi (sig.) kepribadian $0,040 < 0,05$. 3) Bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi kerja karyawan di Bank Muamalat Kota Manna. Hal ini dilihat dari signifikansi (sig.) kepribadian $0,044 > 0,05$. 4) Pengembangan sumberdaya manusia, lingkungan kerja dan bonus secara bersama-sama mempengaruhi

⁴³Zaki Mubarak, Ahmad, "Pengaruh Kepemimpinan Islam terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik sebagai Variabel Intervening(Studi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Malang dan KCP Batu), *Skripsi*(Malang : Universitas Malang 2024)

⁴⁴Amita Fitri Sari Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), Lingkungan Kerja dan Bonus Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Bank Muamalat Kota Manna, *Skripsi* (2024)

			variabel dependen yaitu prestasi kerja karyawan karena nilai F hitung > F tabel.
15.	Aqidatul Islamiyah, (2023).	Pengaruh Religiusitas Dan Etos Kerja Berdasarkan Nilai Keislaman Terhadap Kinerja Karyawan Bank Muamalat Cabang Jember ⁴⁵	Hasil dari penelitian ini memperoleh simpulan bahwa tidak selamanya sikap religiusitas dan etos kerja berdasarkan nilai keislaman secara parsial dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Adapun hasil penelitian skripsi ini yakni 1) Variabel religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan. 2) Variabel etos kerja berdasarkan nilai keislaman berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang baik adalah yang menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Yang dijelaskan adalah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Jika dalam penelitian ada variabel moderator dan variabel intervening, maka juga harus dijelaskan alasan variabel tersebut terlibat dalam penelitian.⁴⁶

Berikut adalah hubungan antara variabel :

1. Hubungan Motivasi terhadap Keputusan Nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo

Semua tindakan manusia dimotivasi oleh motif-motif yang mendorong manusia untuk melakukan aktivitas, dan dengan motivasi, minat seseorang akan berusaha mengerahkan segenap daya dan kemampuannya

⁴⁵Aqidatul Islamiyah, "Pengaruh Religiusitas Dan Etos Kerja Berdasarkan Nilai Keislaman Terhadap Kinerja Karyawan Bank Muamalat Cabang Jember" *Jurnal Ekonomi Islami*, Volume 3, Nomor 1, (2023)

⁴⁶ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (Bandung: Alfabeta, 2022), 60.

untuk melakukan aktivitas tersebut. Motivasi sangat diperlukan untuk mencapai tujuan, karena semua individu tidak dapat mencapai tujuan secara optimal tanpa motivasi.

Semakin kuat motivasi seseorang maka semakin baik pula produktifitasnya, begitu juga sebaliknya semakin rendah motivasi seseorang semakin rendah pula keinginan yang akan dicapainya. Jadi, ketika seorang nasabah ingin mencapai sesuatu keinginan dengan berinvestasi atau menabung untuk tujuan masa depan. Kemudian, semakin kuat motivasi nasabah maka akan semakin mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Seperti Penelitian Zuhirsyan & Nurlinda⁴⁷, Utami et al.,⁴⁸ menunjukkan hasil variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Penelitian ini menggunakan Hipotesis jika hasil menunjukkan berpengaruh signifikan maka H_0 di duga Motivasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah diterima. Sedangkan jika hasil menunjukkan berpengaruh negative maka H_0 ditolak atau Motivasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

2. Hubungan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo

Tingkat keyakinan atau Religiusitas juga dapat digunakan sebagai faktor yang dapat meningkatkan pengambilan keputusan nasabah. Beberapa ahli ekonomi syariah telah membuat kesimpulan menarik berkaitan dengan

⁴⁷Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan Indonesia" Jurnal Magister Akuntansi. Volume 4, Nomor 2 (2021)

⁴⁸Utami, Parastika, P., Hartini, T., & Amri, "Pengaruh Motivasi dan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Buktitinggi", *Skripsi* (2021).

hubungan antara perilaku ekonomi (*economic behavior*) dan tingkat keyakinan/keimanan masyarakat. Perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Perspektif tersebut juga berpengaruh terhadap perilaku menabung (Maisur et al., 2021).

Religiusitas berperan sebagai motivasi intrinsik yang mendorong individu untuk mengambil keputusan finansial yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinan mereka memilih bank syariah untuk menabung. Keputusan ini diambil bukan hanya karena pertimbangan ekonomi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan menjalankan keyakinan agama dengan konsisten

Penelitian yang dilakukan oleh Utami et al.,⁴⁹ dan Maisur et al.,⁵⁰ menunjukkan hasil variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung. Penelitian ini menggunakan Hipotesis jika hasil menunjukkan berpengaruh signifikan maka H_{a2} di duga Religiusitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah diterima. Sedangkan jika hasil menunjukkan berpengaruh negative maka H_{o2} ditolak atau Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

⁴⁹Ibid.

⁵⁰Muhammad Arfan, Maisur dan M. Shabri. "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh." *Jurnal Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.* (2021)

3. Hubungan Motivasi terhadap Kepercayaan Nasabah Tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Marshel Rondonuwu (2013) Motivation can be described as the driving force within individuals that impels them to action. Artinya motivasi adalah kekuatan pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya untuk melakukan suatu tindakan.⁵¹

Motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam menabung di bank syariah. Nasabah yang memiliki motivasi kuat, baik berupa dorongan spiritual untuk mematuhi prinsip-prinsip Islam maupun keinginan untuk berpartisipasi dalam sistem keuangan yang etis dan adil, cenderung memiliki kepercayaan lebih tinggi terhadap bank syariah. Motivasi tersebut mendorong nasabah untuk mempercayai bahwa layanan yang diberikan bank syariah selaras dengan nilai-nilai yang mereka junjung, seperti transparansi, keadilan, dan larangan riba. Ketika motivasi tersebut terpenuhi melalui pengalaman positif dan pelayanan yang sesuai, kepercayaan nasabah semakin meningkat, sehingga mereka lebih nyaman dan loyal dalam menabung di bank syariah. Penelitian Zuhirsyan & Nurlinda⁵², Utami et al.,⁵³ menunjukkan hasil variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Penelitian ini menggunakan Hipotesis jika hasil menunjukkan berpengaruh signifikan maka Ha3 di duga Motivasi berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Nasabah

⁵¹Schiffman & Kanuk, L. L. (2019). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.a

⁵²Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan Indonesia" *Jurnal Magister Akuntansi*. Volume 4, Nomor 2 (2021)

⁵³Utami, Parastika, P., Hartini, T., & Amri, "Pengaruh Motivasi dan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Buktitinggi", *Skripsi* (2021).

diterima. Sedangkan jika hasil menunjukkan berpengaruh negative maka H_0 ditolak atau Motivasi tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Nasabah.

4. Hubungan Religiusitas terhadap Kepercayaan Nasabah Tabungan IB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo

Perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Perilaku ini kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Perspektif tersebut juga berpengaruh terhadap perilaku menabung (Maisur et al., 2021).

Religiusitas memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepercayaan nasabah dalam menabung di bank syariah. Tingkat religiusitas yang tinggi membuat nasabah lebih cenderung memilih layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti menghindari riba dan menjalankan transaksi yang halal. Ketika nasabah merasa bahwa bank syariah beroperasi sejalan dengan keyakinan agama mereka, rasa percaya pun tumbuh. Religiusitas yang kuat menumbuhkan keyakinan bahwa bank syariah dapat menjadi tempat yang aman dan etis untuk menyimpan uang, sekaligus mematuhi ajaran agama. Kepercayaan ini diperkuat oleh komitmen bank syariah dalam menawarkan produk dan layanan yang mencerminkan nilai-nilai syariah, sehingga nasabah merasa tenang dan percaya diri dalam menabung. Penelitian yang dilakukan oleh Utami et al.,⁵⁴ dan Maisur et al.,⁵⁵ menunjukkan hasil variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan

⁵⁴Ibid

⁵⁵Muhammad Arfan, Maisur dan M. Shabri. "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh." *Jurnal Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.* (2021)

terhadap keputusan menabung. Berbeda dengan hasil penelitian oleh Zuhirsyan & Nurlinda,⁵⁶ bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Penelitian ini menggunakan Hipotesis jika hasil menunjukkan berpengaruh signifikan maka H_{a4} di duga Religiusitas berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Nasabah diterima. Sedangkan jika hasil menunjukkan berpengaruh negative maka H_{o4} ditolak atau Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Nasabah.

5. Hubungan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo

Kepercayaan merupakan keinginan seseorang dalam memperoleh sesuatu yang diharapkan dan sesuatu harapan tersebut dapat dipercaya (Wahyono & Susilawati, 2022). Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Kepercayaan yang tinggi terhadap integritas, transparansi, dan kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah menjadi faktor penting yang mendorong nasabah untuk memilih menabung di sana. Ketika nasabah yakin bahwa bank syariah akan menjaga amanah, menyediakan layanan yang adil, serta tidak terlibat dalam praktik yang bertentangan dengan ajaran agama, mereka lebih cenderung membuat keputusan untuk menabung. Kepercayaan ini juga dipupuk melalui reputasi positif, pengalaman pelayanan yang memuaskan, serta konsistensi bank dalam mematuhi prinsip syariah. Dengan demikian,

⁵⁶Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan Indonesia" Jurnal Magister Akuntansi. Volume 4, Nomor 2 (2021)

semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, semakin besar kemungkinan mereka mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah.

Penelitian Tajudin & Mulazid,⁵⁷ menunjukkan hasil variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sejalan dengan penelitian hasil Hidayat & Akhmad,⁵⁸ penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi layanan perbankan. Penelitian ini menggunakan Hipotesis jika hasil menunjukkan berpengaruh signifikan maka H_0 di duga Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah diterima. Sedangkan jika hasil menunjukkan berpengaruh negative maka H_0 ditolak atau Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

6. Hubungan Motivasi terhadap Keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening

Kepercayaan adalah keinginan seseorang dalam mendapatkan sesuatu yang diharapkan dan sesuatu harapan tersebut dapat dipercaya.⁵⁹ Dalam bisnis perbankan, kepercayaan adalah faktor penting. Karena nasabah tidak akan melakukan transaksi jika tanpa adanya kepercayaan yang menciptakan daya tarik seorang nasabah agar berinvestasi di bank tersebut. Dengan adanya kepercayaan terhadap Bank Syariah dibarengi

⁵⁷ Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2020). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *Islami economic : Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46.

⁵⁸ Hidayat & Akhmad. (2021).

⁵⁹ Wahyono, S. A., & Susilawati. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah (Studi Kasus Politeknik Lpkia Kota Bandung)” *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(2) (2021), 82–100

dengan adanya motivasi yang kuat untuk mewujudkan tujuan nasabah, sehingga memiliki dampak besar pada keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan Pratiwi & Ridlwan, (2019), menunjukkan hasil motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Penelitian ini menggunakan Hipotesis jika hasil menunjukkan berpengaruh signifikan maka H_0 di duga Motivasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening diterima. Sedangkan jika hasil menunjukkan berpengaruh negative maka H_0 ditolak atau Motivasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening.

7. Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan nasabah Tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dengan Kepercayaan sebagai variabel intervening

Kepekaan terhadap religiusitas juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam Islam sendiri, konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi oleh Allah dengan tidak memilih produk yang haram, tidak kikir dan tidak rakus. Dengan harapan kehidupan konsumen muslim selamat baik di dunia maupun di akhirat. Sehingga, perilaku konsumen harus mencerminkan hubungannya dengan Allah SWT. Menurut Schiffman dan Kanuk⁶⁰ Setiap agama memiliki seperangkat keyakinan yang harus dipatuhi oleh para pengikutnya, manusia melakukan aktivitas dengan tujuan untuk memperoleh keridhaan Tuhan menurut aturan

⁶⁰Schiffman & Kanuk, L. L. (2019). Perilaku Konsumen Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia (2019)

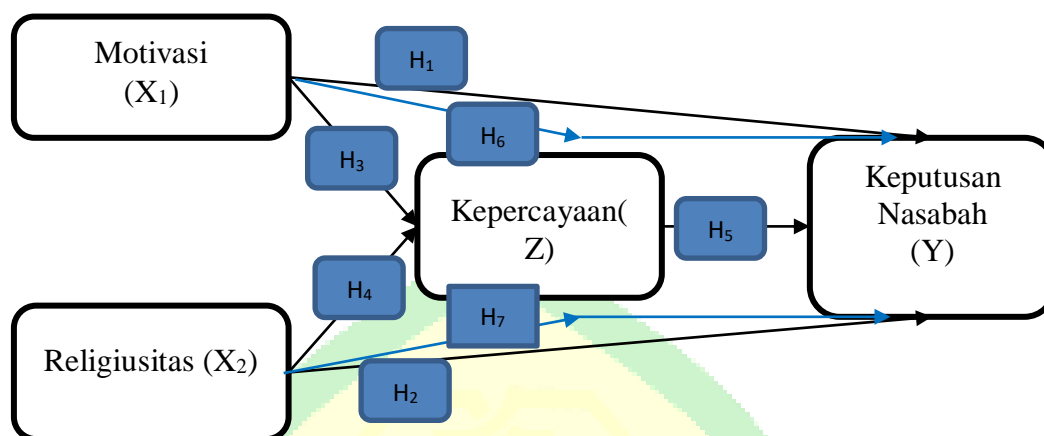
agama dan menurut perintah Tuhan-Nya. Sehingga, nasabah religius yang dipadukan dengan kepercayaan pada bank syariah akan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan nasabah untuk membuka tabungan di bank syariah

Nasabah akan cenderung memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan keyakinan atau agamanya. Sehingga nasabah terdorong atas kepercayaan yang kuat, sementara kepercayaan akan kuat jika dilandasi dengan keagamaan dan religiusitas yang dalam.

Hasil penelitian Halik,⁶¹ menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan. Penelitian ini menggunakan hipotesis jika hasil menunjukkan berpengaruh signifikan maka H_0 di duga Religiusitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening diterima. Sedangkan jika hasil menunjukkan berpengaruh negative maka H_0 ditolak atau Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening.

Berdasarkan uraian permasalahan, maka kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁶¹Halik, Abdul. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah di Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur." (2022)



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian ini dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.⁶² Motivasi tidak tumbuh tanpa adanya kepercayaan, sementara kepercayaan akan kuat jika dilandasi oleh keagamaan atau religiusitas yang dalam. Nasabah tidak akan melakukan transaksi jika tanpa adanya kepercayaan yang menciptakan daya tarik seorang nasabah agar berinvestasi atau menabung. Dengan adanya kepercayaan terhadap Bank Muamalat dibarengi dengan adanya motivasi yang kuat untuk mewujudkan tujuan nasabah, sehingga memiliki dampak besar pada keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Dalam penelitian Zuhirsyan & Nurlinda⁶³, Utami et al.,⁶⁴ menunjukkan hasil variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Sedangkan

⁶²Ibid

⁶³Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan Indonesia" *Jurnal Magister Akuntansi*. Volume 4, Nomor 2 (2021)

⁶⁴Utami, Parastika, P., Hartini, T., & Amri, "Pengaruh Motivasi dan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Buktitinggi", *Skripsi* (2021).

penelitian Anggita Novia⁶⁵ menunjukkan hasil variabel motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ho1: Diduga Motivasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

Ha1 :Diduga Motivasi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

Ho2 :Diduga Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

Ha2: Diduga Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

Ho3: Diduga Motivasi tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan.

Ha3: Diduga Motivasi berpengaruh terhadap Kepercayaan.

Ho4 : Diduga Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan.

Ha4 : Diduga Religiusitas berpengaruh terhadap Kepercayaan.

Ho5: Diduga Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan.

Ha5: Diduga Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan.

Ho6: Diduga Kepercayaan tidak menjadi variabel intervening pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Nasabah.

Ha6: Diduga Kepercayaan menjadi variabel intervening pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Nasabah.

Ho7: Diduga Kepercayaan tidak menjadi variabel intervening pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah.

Ha7 : Diduga Kepercayaan menjadi variabel intervening pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah.

⁶⁵Anggita Novia Gampu, “Analisis Motivasi, Persepsi, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT.Bank Sulutgo Cabang Utama Manado”*Skripsi* (Manado : Universitas Sam Ratulangi, 2015)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penelitian kuantitatif, yang mana dapat diartikan sebagai metode penelitian yang memandang suatu realita atau fenomena yang dapat diamati, diukur, bersifat sebab akibat, dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan metode asosiatif kausal. Penelitian metode asosiatif kausal adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan yang bersifat sebab akibat. Hubungan atau pengaruh antar variabel yang memiliki sebab akibat. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen (variabel bebas) yang mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat). Pada penelitian ini juga termasuk penelitian lapangan, dimana penelitian ini dimulai dengan perumusan masalah yang tidak terlalu baku. Pada penelitian ini menggunakan sumber primer, yaitu sumber data yang diperoleh dan diolah secara langsung oleh obyeknya. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan penyebaran angket.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Konsep yang mempunyai bermacam-macam (variasi) nilai disebut dengan variabel. Konsep merupakan abstraksi yang dibuat secara umum. Konsep menggambarkan suatu fenomena secara abstrak yang dibentuk dengan cara membuat generalisasi. Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian dapat ditarik kesimpulan.¹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel, yaitu variabel bebas (*independen*), variabel terikat (*dependen*) dan variabel *intervening* (mediasi).

a. Variabel Bebas/variabel independen (X)

Variabel Bebas/variabel independen (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Motivasi (X_1) dan Religiusitas (X_2).²

b. Variabel Terikat/variabel dependen (Y)

Variabel Terikat/variabel dependen (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel independen. Variabel terikat dalam penelitian adalah Keputusan Nasabah (Y).

¹Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, 22 Update *PLS Regresi Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

² Ibid

c. Variabel *Intervening* (Mediasi) (Z)

Variabel *Intervening* (Mediasi) (Z) merupakan variabel yang menjadi perantara dari hubungan variabel independen ke variabel dependen. Variabel *intervening* pada penelitian ini adalah Kepercayaan (Z).

2. Definisi operasional variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan variabel dengan memberikan makna, atau dengan menentukan kegiatan, atau dengan memberikan operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel.³ Pengukuran variabel pada penelitian ini dengan menggunakan skala likert. Operasionalisasi variabel beserta indikator-indikator pada setiap variabel yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel dan pengukuran variabel

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	Motivasi (X1) Motivasi adalah kekuatan pendorong yang mendorong orang untuk mengambil tindakan. ⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dorongan kebutuhan akan memiliki produk/tabungan 2. Dorongan kebutuhan akan menggunakan produk/tabungan setiap saat 3. Dorongan untuk menunjang penampilan/menambah jumlah tabungan. 4. Dorongan akan tren yang sedang terjadi dilingkungan sosial/mendorong orang 	Philip Kotler & Kevin Lane Keller ⁵

³Ibid

⁴Schiffman & Kanuk, L. L. Buku "Perilaku Konsumen Edisi Kedua". (Jakarta: PT.. Indeks Gramedia. 2019), 65

⁵ Kotler, Philip. Buku "Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Dan Pengendalian Edisi Lima". (Jakarta: Erlangga 2019), 53

		lain untuk menabung 5. Dorongan kegemaran akan produk/terus menabung	
2.	Religiusitas (X2) Maisur et al. ⁶ religiusitas merupakan suatu kondisi ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk berpikir, bersikap, berperilaku, dan bertindak sesuai dengan ajaran yang dianutnya.	1. Keyakinan, 2. Praktik Agama 3. Pengalaman. 4. Pengetahuan Agama 5. Pengamalan atau Konsekuensi	Adhim ⁷
3.	Keputusan Nasabah(Y) Keputusan Menabung (menggunakan) dapat diartikan sebagai kekuatan keinginan konsumen untuk menggunakan produk tersebut jika konsumen tertarik dengan produk tersebut. ⁸	1. Tahap menaruh perhatian (<i>Attention</i>) 2. Tahap ketertarikan (<i>Interest</i>) 3. Tahap berhasrat/ berniat (<i>Desire</i>) 4. Tahap untuk menabung (<i>Action</i>) 5. Tahapan <i>Satisfaction</i>	Frans Abadi Cysara ⁹
4.	Kepercayaan(Z) <i>Trust</i> atau kepercayaan adalah keyakinan terhadap pihak/orang lain dalam melakukan sesuatu sesuai dengan harapan yang diharapkan untuk memudahkan atau	1. Kemampuan (<i>Ability</i>) 2. Kebaikan Hati (<i>Benevolence</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>)	Mayer ¹¹

⁶Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh." *Jurnal Magister Akuntansi*, Volume 4, Nomor 2, (2021), 1–8.

⁷ Adhim, Fauzan. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni dan Bukan Alumni Pesantren(Studi Pada Kantor Depag Kabupaten Bangkalan)." *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Volume 5, Nomor 2 (2019) :127-154.

⁸Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. "Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok". *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 1 (2020), 19–46.

⁹Abdi, Cysara Frans, "Analisis FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia," Tbk Cabang Bandar Lampung.

	menghasilkan sesuatu hal yang baik/positif. ¹⁰		
--	---	--	--

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.¹² Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo.

2. Sampel

Dalam sebuah penelitian kuantitatif biasanya digunakan sampel. Seperti yang diketahui, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi.¹³ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Insidental sampling*. Pada teknik pengambilan sampel *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental

¹¹Trisusanti, Yelli. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2): 1-16

¹⁰ Novianti, Pengaruh Religiusitas, Trust Dan Time Efficiency Terhadap iPenggunaan Fitur Muamalat Din Qris i(Mqris) Dalam Kemudahan Berdonasi Ke Lembaga Ziswaf Di Kota Bandar Lampung (Survey Pada iBank Muamalat Indonesia KCP ZA Pagar Alam). Skripsi: Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.

¹²Mashuri dan Zainuddin. (2012). *Metodologi Penelitian*. Bandung : PT Refika Aditama

¹³Ibid

bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.¹⁴

Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin yaitu:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = error atau ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (5%)

Jumlah populasi nasabah tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Ponorogo per bulan Oktober tahun 2024 sebanyak 219 nasabah. Sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{219}{1 + (219) \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{219}{1 + 219 \cdot 0,1}$$

n = 68,65 dibulatkan menjadi 70 nasabah

Jadi, berdasarkan rumus Slovin tersebut dapat diketahui jumlah responden dengan taraf kesalahan 5% adalah 68,65 dan dibulatkan menjadi 70 nasabah.

¹⁴Ibid

D. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber langsung (pada penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari jawaban responden melalui kuesioner). Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian.¹⁵

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari angket yang dibagikan atau diisi oleh nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo.

E. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengambilan data kuantitatif dengan cara menggunakan angka sebagai data-data.¹⁶ Teknik pengumpulan data antara lain adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku yang berkaitan dengan bahasan penelitian, literatur, jurnal, referensi, browsing materi lewat internet yang berkaitan dengan

¹⁵ Sugiyono, (2018).

¹⁶Ibid

penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.¹⁷

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono¹⁸ kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Daftar pertanyaan dalam penelitian ini mencakup variabel Motivasi, Religiusitas, Kepercayaan dan Keputusan Nasabah. Penentuan bobot kuesioner, dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert yaitu dengan menggunakan skor lima angka 1 s/d 5, dimana¹⁹ :

Sangat Setuju (SS)	= diberi bobot / skor 5
Setuju (S)	= diberi bobot / skor 4
Netral (N)	= diberi bobot / skor 3
Tidak Setuju (TS)	= diberi bobot / skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= diberi bobot / skor 1

Angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pernyataan, sedangkan Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian. Instrumen penelitian harus memenuhi kriteria valid dan reliabel. Instrumen penelitian dikatakan valid, apabila terdapat kesamaan

¹⁷Ibid

¹⁸Ibid

¹⁹Ibid

antara data yang terkumpul dan data yang sesungguhnya. Instrumen dikatakan reliabel, apabila terdapat kesamaan data pada waktu yang berbeda. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner terbuka

Yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner/daftar pertanyaan atau angket yang tidak menyediakan pilihan jawaban, responden diberikan kesempatan untuk menjawab pertanyaan secara bebas sesuai dengan kehendak dan keadaannya.²⁰

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Instrumen

Dalam pelaksanaan kegiatan penelitian diperlukan alat bantu berupa kuisoner, sebelum digunakan harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Untuk menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya, dilakukan dua pengujian yaitu:

a. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Uji validitas instrument dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui

²⁰ Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningsih, "Pengaruh Keagamaan dan Layanan Islami Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo", *Skripsi* (Ponorogo : IAIN Ponorogo 2023)"

tingkat kesahihan atau validitas sebuah instrument. Dua syarat yang harus dipenuhi agar sebuah item dikatakan sah atau valid, yaitu:²¹

- 1) Korelasi dari item-item angket haruslah kuat dan peluang kesalahannya tidak terlalu besar (Maksimal 5%).
- 2) Korelasi harus memiliki nilai atau arah yang positif. Arah positif itu berarti bahwa r hitung (nilai korelasi yang akan digunakan untuk mengukur validitas) harus lebih besar dari r tabel)

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kusioner, atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.²²

Suatu instrumen yang valid berarti memiliki validitas tinggi. sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS²³:

Dalam pengambilan keputusan taraf signifikannya 5%:

- 1) Apabila r hitung $>$ r tabel maka data item pertanyaan itu dinyatakan valid.
- 2) Apabila r hitung $<$ r tabel maka data item pertanyaan itu dinyatakan tidak sah atau valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali, uji reliabilitas merupakan alat ukur konsistensi dalam penggunaan kuisisioner, maksud pernyataan tersebut apakah jika alat

²¹Ibid

²² Ghazali, " A(2018).

²³Ibid

ukur akan mendapatkan hasil yang konsisten jika pengukuran diulang kembali. Dalam menghitung tingkat reabilitas suatu data dengan cara penggunaan rumus *Cronbach Alpha* untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tanpa menggunakan batasan 0,7.²⁴

2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan seberapa besar variasi variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X). Nilai koefisien determinasi antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika nilai mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²⁵ Analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Versi 22.00.

3. Analisis Jalur Path

Path analysis bertujuan untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antara hubungan tiga variabel atau lebih dan tidak dapat digunakan untuk menyetujui maupun menolak dari hipotesis kausalitas imajiner.²⁶ Analisis jalur yang digunakan untuk menganalisis Pengaruh Motivasi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dengan Kepercayaan sebagai *Variabel Intervening* pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo.

²⁴Ibid

²⁵Ibid

²⁶Ibid

Adapun kriteria hasil pengujian secara parsial dengan tingkat kepercayaan atau taraf signifikan yang digunakan 5% atau sebesar 95% sebagai berikut²⁷:

- a. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Analisis jalur dengan tiga persamaan dirumuskan sebagai berikut²⁸:

$$Z = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 + e \text{ (Pengaruh Langsung) model 1}$$

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + \dots \text{ - model 2}$$

$$Z = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Y \text{ - model}$$

dimana:

Z = Variabel dependen yaitu Kepercayaan

Y = Variabel mediasi yaitu Keputusan Nasabah

B = Koefisien Motivasi dan Religiusitas

b_1 = Koefisien jalur X ke Y

b_2 = Koefisien jalur Y ke Y

e = Variabel pengganggu Kepercayaan

a = Koefisien konstanta

X_1 = Variabel independen yaitu Motivasi

X_2 = Variabel independen yaitu Religiusitas²⁹

²⁷Ibid

²⁸Ibid

²⁹Ibid

4. Uji Sobel

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel test*). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh signifikan X ke Z lewat Y dengan kata lain mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Rumus uji Sobel adalah sebagai berikut³⁰:

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 + SE_a^2 + (a^2 SE_b^2)}}$$

Keterangan:

a = Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel mediasi

b = Koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel dependen

SE_a = *Standart error of estimation* dari pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi”

SE_b = *Standart error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen

IAIN
PONOROGO

³⁰Ibid

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Bank Muamalat KCP Ponorogo

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah yang beroperasi pertama kali di Indonesia dan menjadi satu-satunya bank syariah yang berekspansi ke luar negeri dengan membuka kantor cabang di Kuala Lumpur dan nasabah dapat memanfaatkan jaringan *VISA to around the world*. Bank Muamalat Indonesia merupakan lembaga keuangan yang pengoperasiannya tidak menggunakan bunga, melainkan menggunakan sistem bagi hasil. Penggunaan sistem ini berdasarkan keyakinan bahwa apabila adanya bunga seperti yang dilakukan bank umum lainnya yang mengandung unsur riba.¹

Bank Muamalat didirikan berdasarkan Akta Pendirian No.1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah dan telah memperoleh pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia pada tanggal 21 Maret 1992. Bank Muamalat Indonesia didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari pemerintah Republik Indonesia. Bank Muamalat mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 yang telah memperoleh izin untuk beroperasi

¹Zainulbahar Noor, Bank Muamalat: Sebuah Mimpi, Harapan, dan Kenyataan Fenomena Kebangkitan Ekonomi Islam, (Jakarta: Bening Publishing, 2006), 303.

sebagai bank umum berdasarkan keputusan Menteri Keuangan yang telah memberikan izin kepada perseroan untuk melakukan usaha sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah.

Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Sukuk Subordinasi Mudharabah, Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (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. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting dalam industri perbankan syariah.²

Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo bank untuk semakin meningkatkan image sebagai bank syariah Islami, Modern, dan Profesional. Bank Muamalat juga terus merelisasikan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui, baik secara nasional maupun internasional. Kini dalam memberikan layanan terbaiknya, Bank Muamalat Indonesia beroperasi bersama beberapa entitas asosiasi dan afiliasinya yaitu *Al-Ijarah Indonesia Finance* (ALIF) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun *Lembaga Keuangan Muamalat Institute* yaitu Lembaga yang mengembangkan, mensosialisasikan dan memberikan pendidikan mengenai sistem ekonomi syariah kepada

²Laporan Tahunan Bank Muamalat tahun 2021

masyarakat dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS).³

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.⁴

2. Visi dan Misi Bank Muamalat

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

³Bank Muamalat Indonesia “Sejarah Bank Muamalat Indonesia”, dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>, (diakses pada tanggal 30 April 2023 pukul 04:56).

⁴Pandu Bagaskara, Wawancara, 17 Januari 2023

yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.⁵

3. Identitas Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

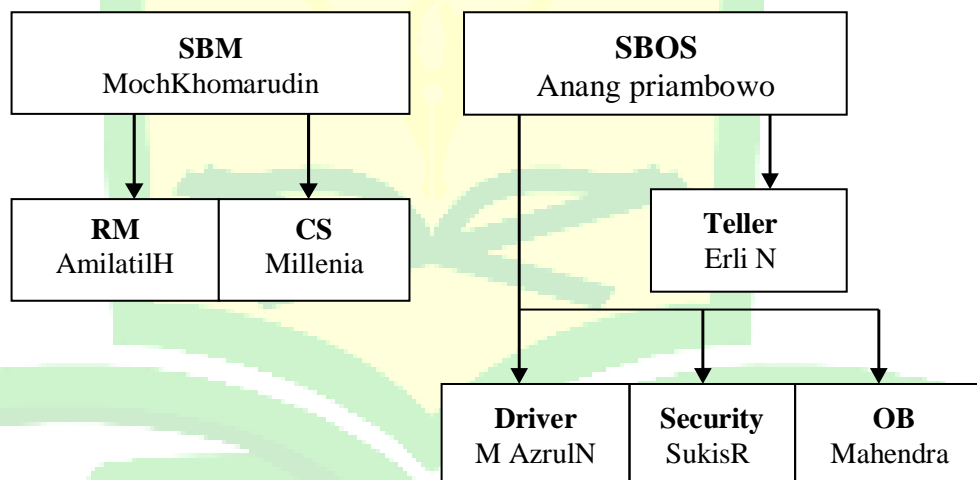
Nama : Bank Muamalat KCP Kediri-Ponorogo

Alamat : Jl. Soekarno Hatta Kav 35 dan 37, Banyudono, Ponorogo

Telepon : (0352) 488400

Layanan : Kantor Cabang Pembantu (dalam negeri) syariah

4. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Menurut Arikunto (2012), Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan/kesahihan suatu instrumen. Suatu indikator dikatakan valid apabila indikator tersebut mampu mencapai tujuan

⁵ Laporan Tahunan Bank Muamalat tahun 2022

pengukuran dalam penelitian. Adapun kriterianya: distribusi (r_{tabel}) untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan ($dk = n - 2$). Kaidah keputusan yaitu: jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ berarti valid sebaliknya $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ berarti tidak valid (Ghozali, 2016).

Berdasarkan data dari kuesioner jawaban responden yang diolah menggunakan SPSS terhadap 32 item soal instrumen penelitian (kuesioner) terdiri dari masing-masing 6 item soal untuk variabel Motivasi (X), 6 item soal untuk Religiusitas (X), 6 item pernyataan untuk variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y), dan 6 item pernyataan untuk variabel Kepercayaan (Z), dengan teknik hitung korelasi *Product Moment Pearson* menggunakan SPSS Versi 22, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No. Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,481	0,250	Valid
X1.2	0,631	0,250	Valid
X1.3	0,361	0,250	Valid
X1.4	0,686	0,250	Valid
X1.5	0,584	0,250	Valid
X1.6	0 452	0,250	Valid
X1.7	0,394	0,250	Valid
X1.8	0,709	0,250	Valid
X1.9	0,631	0,250	Valid
X1.10	0,361	0,250	Valid
X2.1	0,715	0,250	Valid
X2.2	0,782	0,250	Valid
X2.3	0,544	0,250	Valid
X2.4	0,676	0,250	Valid
X2.5	0 636	0,250	Valid
X2.6	0 818	0,250	Valid

X2.7	0,544	0,250	Valid
X2.8	0,710	0,250	Valid
X2.9	0,832	0,250	Valid
X2.10	0,749	0,250	Valid
Y.1	0,741	0,250	Valid
Y.2	0,787	0,250	Valid
Y.3	0,709	0,250	Valid
Y.4	0,879	0,250	Valid
Y.5	0,850	0,250	Valid
Y.6	0,438	0,250	Valid
Z.1	0,672	0,250	Valid
Z.2	0,787	0,250	Valid
Z.3	0,801	0,250	Valid
Z.4	0,780	0,250	Valid
Z.5	0,615	0,250	Valid
Z.6	0,524	0,250	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Berdasarkan data dari 32 butir pernyataan pada tabel 4.1 yang ditanyakan pada 70 responden, diketahui nilai r_{tabel} sebesar 0,250. “Nilai r_{tabel} tersebut berdasarkan rumus $r_{\text{product moment pearson}}$ dengan df (*degree of freedom*) = $n-2$, $df = 70-2 = 68$. Di mana berdasarkan distribusi (r_{tabel}) untuk $\alpha = 0.05$ derajat kebebasan ($dk = n - 2$) adalah 0,250 dengan kaidah keputusan: jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ berarti valid sebaliknya, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ berarti tidak valid. Nilai r_{hitung} tersebut terlihat pada tabel 4.1 pada kolom *Pearson Correlation* (r_{hitung}).” Pada tabel 4.1 terlihat bahwa dari 32 item pernyataan yang diuji validitasnya, seluruh item pernyataan, nilai t_{hitung} -nya lebih besar dari t_{tabel} (0,250), sehingga seluruh Pernyataan tergolong valid dan layak digunakan sebagai alat pengambil data atau instrumen dalam penelitian.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Setelah semua Pernyataan valid, analisis selanjutnya dengan uji reliabilitas. Reliabilitas diketahui dengan menguji atau membandingkan nilai r_{hitung} (r_{alpha}) pada kolom *Cronbach's Alpha* dengan nilai konstanta, yaitu 0,6 di mana sebuah item pernyataan dianggap reliabel bila $r_{alpha} >$ konstanta (0,6) (Ghozali, 2016).

Berdasarkan hal tersebut maka seluruh butir pernyataan pada penelitian ini reliabel, karena angkanya lebih besar dari 0,6 sehingga layak digunakan sebagai instrumen pengambilan data dalam penelitian sebagaimana terlihat pada hasil uji reliabilitas berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No. Item Pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i> (r_{hitung})	Konstanta	Keterangan
X1.1	0,873	0,6	Reliabel
X1.2	0,866	0,6	Reliabel
X1.3	0,874	0,6	Reliabel
X1.4	0,869	0,6	Reliabel
X1.5	0,875	0,6	Reliabel
X1.6	0,881	0,6	Reliabel
X1.7	0,882	0,6	Reliabel
X1.8	0,868	0,6	Reliabel
X1.9	0,866	0,6	Reliabel
X1.10	0,874	0,6	Reliabel
X2.1	0,867	0,6	Reliabel
X2.2	0,868	0,6	Reliabel
X2.3	0,872	0,6	Reliabel
X2.4	0,868	0,6	Reliabel
X2.5	0,869	0,6	Reliabel
X2.6	0,868	0,6	Reliabel
X2.7	0,872	0,6	Reliabel

X2.8	0,869	0,6	Reliabel
X2.9	0,868	0,6	Reliabel
X2.10	0,868	0,6	Reliabel
Y.1	0,870	0,6	Reliabel
Y.2	0,869	0,6	Reliabel
Y.3	0,868	0,6	Reliabel
Y.4	0,866	0,6	Reliabel
Y.5	0,868	0,6	Reliabel
Y.6	0,874	0,6	Reliabel
Z.1	0,871	0,6	Reliabel
Z.2	0,868	0,6	Reliabel
Z.3	0,869	0,6	Reliabel
Z.4	0,869	0,6	Reliabel
Z.5	0,871	0,6	Reliabel
Z.6	0,867	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, maka seluruh item pernyataan pada penelitian ini reliabel, karena angkanya lebih besar dari 0,6 sehingga layak digunakan sebagai instrumen pengambilan data dalam penelitian.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Profil Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	23	32.9	32.9	32.9
Perempuan	47	67.1	67.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Sebagaimana yang terlihat pada tabel di atas, berdasarkan data kuesioner diketahui bahwa Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo didominasi oleh jenis kelamin Perempuan, yaitu sebesar 47 (67,1%) dari jumlah 70 responden. Artinya Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo terbanyak berjenis kelamin perempuan.

b. Berdasarkan Umur

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 tahun	10	14.3	14.3	14.3
20-30 tahun	17	24.3	24.3	38.6
31-40 tahun	19	27.1	27.1	65.7
41-50 tahun	15	21.4	21.4	87.1
>50 tahun	9	12.9	12.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo didominasi oleh Konsumen dalam umur 31-40 tahun. Hal ini terlihat dari responden pada tabel yang berasal dari pengelompokan umur pada kuesioner yang didominasi oleh umur 31-40 tahun sejumlah 19 (27,1%) responden dari 70 responden yang di data.

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	32	45.7	45.7	45.7
S1	21	30.0	30.0	75.7
S2	12	17.1	17.1	92.9
S3	5	7.1	7.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Sebagaimana yang terlihat pada tabel di atas, diketahui bahwa Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo yang mengisi data, berpendidikan terakhir SMA, yaitu sebesar 32 (45,7%) dari jumlah 70 responden yang diberi kuesioner dan yang paling sedikit S3, yaitu sebanyak 5 responden atau 7,1%.

d. Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.6
Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1 tahun	18	25.7	25.7	25.7
1-3 tahun	24	34.3	34.3	60.0
>3 tahun	28	40.0	40.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Dari tabel di atas diketahui bahwa Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo terbanyak yang menjadi responden Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo telah menjadi nasabah > 3 “tahun dengan jumlah 28 (40,0%) dari jumlah 70 responden.” Sementara responden terkecil.” dengan jumlah paling sedikit telah menjadi nasabah < 1 tahun.

2. Tanggapan Responden

Berikut deskripsi tanggapan responden:

a. Variabel Motivasi (X1)

Tanggapan responden terkait Variabel Motivasi (X1) pada penelitian ini di uraikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Variabel Motivasi (X1)

No.	Variabel	SKOR					Σ Skor	Σ Responden	Rata- rata
		SS	S	N	TS	STS			
1.	X _{1.1}	18	45	4	3	-	288	70	4,11
2.	X _{1.2}	7	48	13	2	-	270	70	3,86
3.	X _{1.3}	12	47	10	1	-	280	70	4,00
4.	X _{1.4}	14	48	6	2	-	284	70	4,06
5.	X _{1.5}	16	39	13	2	-	279	70	3,99
6.	X _{1.6}	14	46	7	-	3	278	70	3,97
7.	X _{1.7}	19	41	7	-	3	283	70	4,04
8.	X _{1.8}	30	36	2	1	1	303	70	4,33
9.	X _{1.9}	7	48	13	2	-	270	70	3,86
10.	X _{1.10}	12	47	10	1	-	280	70	4,00
	Total						2.815	70	40,21
	Nilai rata-rata								4,021

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Berdasarkan hasil uraian pada Tabel 4.7 di atas, dapat di jelaskan bahwa pada variabel Motivasi (X1) memiliki nilai skor tertinggi adalah pernyataan kedelapan yakni: “Saya tertarik menabung di Bank Muamalat karena tren di masyarakat yang cenderung memilih bank syariah untuk menabung.” dengan nilai skor sebesar 303 dan nilai rata-rata 4,33. Artinya Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo tertarik menabung di Bank Muamalat karena tren di masyarakat yang cenderung memilih bank syariah untuk menabung. Pernyataan yang memiliki skor nilai terendah adalah pernyataan kedua dan kesembilan yakni: “Saya membuka tabungan di Bank Muamalat karena saya merasa memiliki tabungan adalah bagian penting dalam perencanaan keuangan saya dan Saya termotivasi untuk terus menabung di Bank Muamalat karena saya puas dengan fitur-fitur

yang ditawarkan produk tabungannya.” dengan nilai skor sebesar 270 dengan nilai rata-rata 3,86. Artinya dapat disimpulkan bahwa Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogomembuka tabungan karena merasa memiliki tabungan adalah bagian penting dalam perencanaan keuangan dan termotivasi untuk terus menabung di Bank Muamalat karena puas dengan fitur-fitur yang ditawarkan produk tabungannya. Nilai rata-rata untuk variabel Motivasi (X1) adalah 4,021.

b. Variabel Religiusitas (X2)

Tanggapan responden pada penelitian ini terkait variabel Religiusitas (X2) dapat diuraikan pada setiap skor pernyataan-pernyataan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8
Variabel Religiusitas (X2)

No.	Variabel	SKOR					Σ Skor	Σ Responden	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS			
1.	X _{2.1}	35	30	5	-	-	310	70	4,43
2.	X _{2.2}	28	38	4	-	-	304	70	4,34
3.	X _{2.3}	15	50	5	-	-	290	70	4,14
4.	X _{2.4}	18	46	6	-	-	292	70	4,17
5.	X _{2.5}	21	44	4	1	-	295	70	4,21
6.	X _{2.6}	27	34	9	-	-	298	70	4,26
7.	X _{2.7}	20	45	2	1	2	290	70	4,14
8.	X _{2.8}	25	39	6	-	-	299	70	4,27
9.	X _{2.9}	26	35	9	-	-	297	70	4,24
10.	X _{2.10}	28	36	6	-	-	302	70	4,31
	Total						2.977	70	42,53
	Nilai rata-rata								4,253

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Berdasarkan hasil uraian pada Tabel 4.8 di atas, dapat diuraikan bahwa pada variabel Religiusitas (X2) memiliki nilai skor tertinggi adalah pernyataan pertama yakni “Saya meyakini ajaran-ajaran yang tertuang dalam Al-Qur’an dan Hadist.” dengan total nilai 310 dan skor rata-rata 4,43. Artinya, Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo adalah meyakini ajaran-ajaran yang tertuang dalam Al-Qur’an dan Hadist. Pernyataan yang memiliki skor nilai terendah adalah pernyataan ketiga dan ketujuh, yakni: “Saya selalu melaksanakan shalat tepat waktu dan Saya selalu mengikuti kajian-kajian keIslaman untuk menambah pengetahuan Agama.” dengan total nilai 290 dan skor rata-rata 4,14. Artinya dapat disimpulkan bahwa Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogoselalu melaksanakan shalat tepat waktu dan selalu mengikuti kajian-kajian keIslaman untuk menambah pengetahuan Agama. Nilai rata-rata untuk variabel Religiusitas (X2) adalah 4,253.

c. Variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y)

Tanggapan responden terkait variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y) pada penelitian ini dipaparkan pada setiap skor pernyataan-pernyataan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y)

No.	Variabel	SKOR					Σ Skor	Σ Responden	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS			
1.	Y.1	38	28	3	1	-	313	70	4,47
2.	Y.2	35	32	3	-	-	312	70	4,46
3.	Y.3	25	38	7	-	-	298	70	4,26

4.	Y.4	27	32	5	4	2	288	70	4,11
5.	Y.1	34	30	2	2	2	302	70	4,31
6.	Y.1	45	21	2	2	-	319	70	4,56
	Total						1.832	70	26,17
	Nilai rata-rata								4,361

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Berdasarkan dari hasil pada Tabel 4.9 di atas, dapat di paparkan bahwa pada variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y) memiliki pernyataan skor nilai tertinggi adalah pernyataan keenam yaitu “Fasilitas yang disediakan oleh Bank Muamalat sangat membantu saya dalam mengelola keuangan, sehingga saya memilih menabung di bank ini.” dengan total nilai 319 dan skor rata-rata 4,56. Artinya bahwa menurut Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo Fasilitas yang disediakan oleh Bank sangat membantu dalam mengelola keuangan, sehingga memilih menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Adapun skor terendah adalah pernyataan keempat yaitu “Kepercayaan saya terhadap merek Bank Muamalat yang terpercaya dan aman membuat saya yakin untuk menabung di sini.” dengan total nilai 288 dan skor rata-rata 4,11. Artinya bahwa Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo percaya Bank Muamalat terpercaya dan aman membuat untuk menabung. Nilai rata-rata untuk variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y) adalah 4,361.

d. Variabel Kepercayaan (Z)

Tanggapan responden terkait variabel Kepercayaan (Z) pada penelitian ini dapat di paparkan pada setiap skor pernyataan-pernyataan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10
Variabel Kepercayaan (Z)

No.	Variabel	SKOR					Σ Skor	Σ Responden	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS			
1.	Z.1	33	34	1	2	-	308	70	4,40
2.	Z.2	32	37		1	-	310	70	4,43
3.	Z.3	23	40	6	-	1	294	70	4,20
4.	Z.4	27	39	4	-	-	303	70	4,33
5.	Z.1	34	36		-	-	314	70	4,49
6.	Z.1	41	28	-	1	-	319	70	4,56
	Total						1.848	70	26,40
	Nilai rata-rata								4,4

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.10 di atas, dapat diuraikan bahwa indikator variabel Kepercayaan (Z) yang memiliki pernyataan skor tertinggi adalah pada pernyataan keenam, yakni “Bank Muamalat KCP Ponorogo merupakan bank syariah yang kredibel dalam mengurus tabungan syariah.” dengan total nilai 319 dan skor rata-rata 4,56. Artinya Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo merupakan bank syariah yang kredibel dalam mengurus tabungan syariah. Pernyataan yang memiliki skor nilai terendah adalah pernyataan ketiga, yakni “Bank tempat saya menabung melayani dengan hati.” dengan total nilai 294 dan skor rata-rata 4,20. Artinya, menurut Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo karyawan

Bank Muamalat KCP Ponorogo melayani dengan hati. Nilai rata-rata untuk variabel Kepercayaan (Z) adalah 4,4.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Path analysis bertujuan untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antara hubungan tiga variabel atau lebih dan tidak dapat digunakan untuk menyetujui maupun menolak dari hipotesis kausalitas imajiner (Ghozal, 2016). Analisis jalur yang digunakan untuk menganalisis pada penelitian ini yaitu pengaruh Motivasi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Nasabah yang dimediasi oleh Kepercayaan.

a. Regresi

1) Model Pertama

“Analisis jalur (*path analysis*) pada pengujian pertama bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel Motivasi dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Nasabah.” Adapun hasil pengujian analisis jalur model pertama dengan menggunakan SPSS Versi 22, yaitu:

Tabel 4.11
Pengaruh Motivasi dan Religiusitas Terhadap
Keputusan Menabung Nasabah

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383 ^a	.147	.121	3.098

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Motivasi

b. Dependent Variabel: Keputusan Menabung Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Tabel 4.12
Uji t Pengaruh Motivasi dan Religiusitas Terhadap
Keputusan Menabung Nasabah

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.913	4.990		1.987	.051
Motivasi	.164	.104	.182	1.577	.019
Religiusitas	.227	.087	.303	2.626	.011

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian di atas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,182 + 0,303e$$

$$e = \sqrt{1 - r^2}$$

$$e = \sqrt{1 - 0,147}$$

$$e = \sqrt{0,853}$$

$$e = 0,923$$

Berdasarkan persamaan di atas diperoleh kesimpulan Koefisien Regresi sebagai berikut:

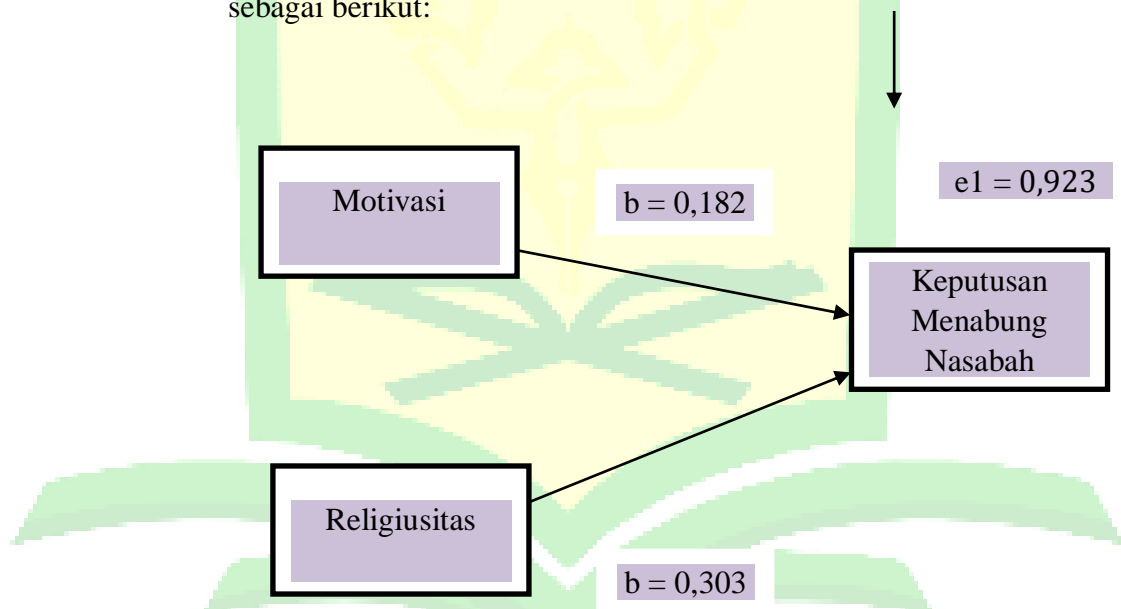
a) Motivasi

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Motivasi sebesar 0,182 atau 18,2%, dengan nilai signifikansi 0,019 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 di tolak dan H_1 diterima dapat disimpulkan bahwa Motivasi secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah

b) Religiusitas

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Religiusitas sebesar 0,303 atau 30,3%, dengan nilai signifikansi 0,011 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima dapat disimpulkan bahwa Religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Dengan demikian diperoleh diagram jalur Model Pertama sebagai berikut:



Gambar 4.2 Model Regresi Jalur Pertama

2) Model Kedua

“Analisis jalur (*path analysis*) pada pengujian kedua bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel Motivasi dan Religiusitas terhadap Kepercayaan.

Tabel 4.13
Pengaruh Langsung Motivasi dan Religiusitas Terhadap Kepercayaan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.520 ^a	.271	.249	2.205

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Motivasi
 Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Tabel 4.14
Uji t Pengaruh Motivasi dan Religiusitas Terhadap Kepercayaan

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.921	3.552		2.512	.014
Motivasi	.290	.074	.418	3.922	.000
Religiusitas	.137	.062	.236	2.219	.030

a. Dependent Variable: Kepercayaan
 Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Z = 0,418 + 0,236 + e$$

$$e = \sqrt{1 - r^2}$$

$$e = \sqrt{1 - 0,271}$$

$$e = \sqrt{0,729}$$

$$e = 0,854$$

Berdasarkan persamaan di atas diperoleh kesimpulan Koefisien Regresi sebagai berikut:

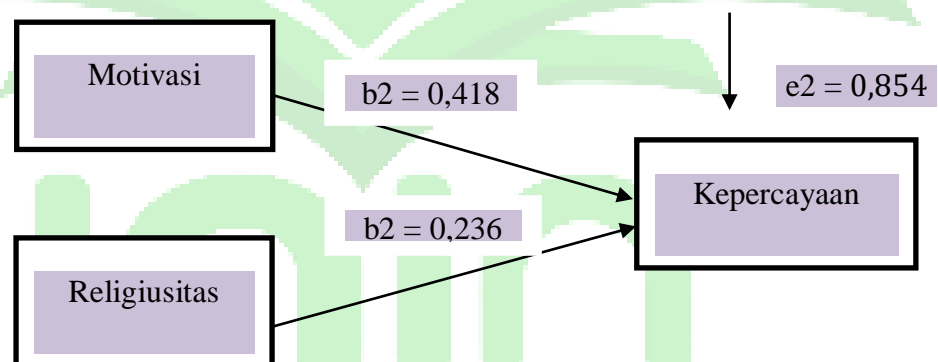
a) Motivasi

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Motivasi sebesar 0,418 atau 41,8%, dengan nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima dapat disimpulkan bahwa Motivasi secara signifikan berpengaruh terhadap Kepercayaan Menabung Nasabah.

b) Religiusitas

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Religiusitas sebesar 0,236 atau 23,6% dengan nilai signifikansi 0,030 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima dapat disimpulkan bahwa Religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap Kepercayaan Menabung Nasabah.

Dengan demikian diperoleh diagram jalur model kedua sebagai berikut:



Gambar 4.3 Model Regresi Jalur Kedua

3) Model Ketiga

Analisis jalur (*path analysis*) pada pengujian ketiga bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel Motivasi, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Adapun hasil pengujian analisis jalur model ketiga dengan menggunakan SPSS Versi 22 yaitu:

Tabel 4.15
“Pengaruh Motivasi, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.448 ^a	.200	.164	3.022

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

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Tabel 4.16
Pengaruh Motivasi, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.775	5.092		1.331	.188
Motivasi	.062	.112	.069	.550	.584
Religiusitas	.179	.088	.239	2.048	.045
Kepercayaan	.352	.167	.271	2.101	.039

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + Y_1 + e$$

$$Y = +0,069 + 0,239 + 0,271 + e$$

$$e = \sqrt{1 - r^2}$$

$$e = \sqrt{1 - 0,200}$$

$$e = \sqrt{0,8}$$

$$e = 0,894$$

Berdasarkan persamaan di atas diperoleh kesimpulan Koefisien Regresi sebagai berikut:

a) Motivasi

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Motivasi sebesar 0,069 atau 6,9%, dengan nilai signifikansi 0,584 atau lebih besar dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut = 0 atau tidak berpengaruh. Sehingga H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima dapat disimpulkan bahwa Motivasi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

b) Religiusitas

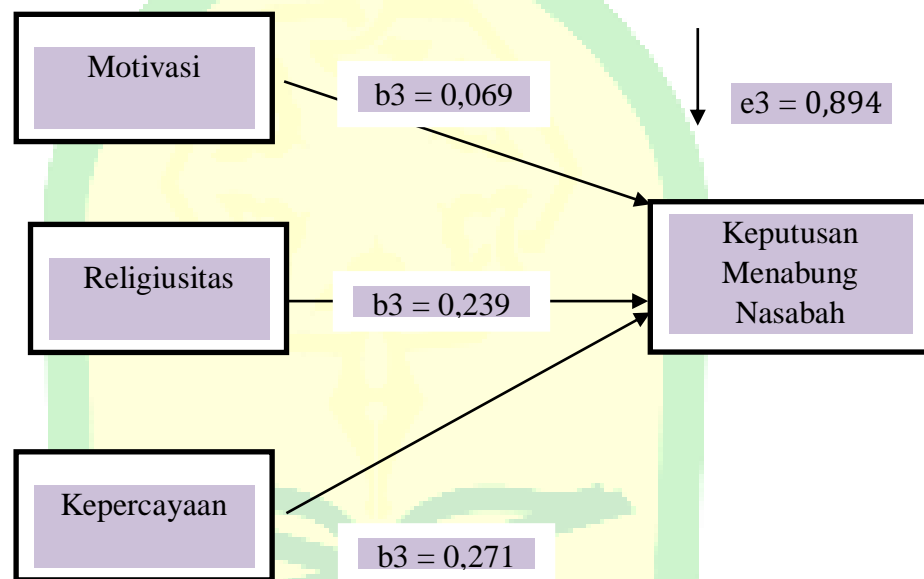
Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Religiusitas sebesar 0,239 atau 23,9%, dengan nilai signifikansi 0,045 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima dapat disimpulkan bahwa Religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

c) Kepercayaan

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Kepercayaan sebesar 0,271 atau 27,1% dengan nilai signifikansi 0,039 atau lebih kecil dari

0,05. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

Dengan demikian diperoleh diagram jalur model kedua sebagai berikut:



Gambar 4.4 Model Regresi Jalur Ketiga

b. Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) menurut Ghazali (2016) mempunyai tujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

1) Model Pertama

Adapun hasil pengujian koefisien determinasi R^2 menggunakan SPSS Versi 22 pada model pertama yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R² Pada Model Pertama

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383 ^a	.147	.121	3.098

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Motivasi

b. Dependent Variabel: Keputusan Menabung Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Bedasarkan pada tabel 4.17 hasil pengujian koefisien determinasi R diperoleh nilai R Square sebesar 0,147. Dapat disimpulkan bahwa persentase atas kontribusi pengaruh yang diberikan variabel Motivasi dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Nasabah sebesar 14,7%, sedangkan 83,3,5% merupakan kontribusi variabel lain di luar variabel penelitian ini.

2) Model Kedua

Adapun hasil pengujian koefisien determinasi R² menggunakan SPSS Versi 22 pada model kedua yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R² Pada Model Kedua

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.520 ^a	.271	.249	2.205

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Motivasi

b. Dependent Variabel: Kepercayaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

“Bedasarkan pada tabel 4.18 hasil pengujian koefisien determinasi R diperoleh nilai R Square sebesar 0,271.” Dapat disimpulkan bahwa persentase atas kontribusi pengaruh yang diberikan variabel Motivasi dan Religiusitas terhadap Kepercayaan sebesar

27,1%, sedangkan 72,9% merupakan kontribusi dari variabel lain di luar variabel penelitian ini.

3) Model Ketiga

Adapun hasil pengujian koefisien determinasi R^2 menggunakan SPSS Versi 22 pada model ketiga yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R^2 Pada Model Ketiga

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.448 ^a	.200	.164	3.022

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

b. Dependent Variabel: Keputusan Menabung Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

Bedasarkan pada tabel 4.19 hasil pengujian koefisien determinasi R diperoleh nilai R Square sebesar 0,200. Dapat disimpulkan bahwa persentase atas kontribusi pengaruh yang diberikan variabel Motivasi, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung Nasabah sebesar 20%, sedangkan 80% merupakan kontribusi dari variabel lain di luar variabel penelitian ini.”

c. Uji t

1) Model Pertama

Tabel 4.20
Uji t Model Pertama

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.913	4.990		1.987	.051
Motivasi	.164	.104	.182	1.577	.019
Religiusitas	.227	.087	.303	2.626	.011

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

a) Motivasi

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Motivasi diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$, maka hipotesis ini dinyatakan “Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah”. Sehingga H_{a1} ditolak dan H_{o1} di terima maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah

b) Religiusitas

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Religiusitas diperoleh nilai nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$, maka hipotesis ini dinyatakan “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah”. Sehingga H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima maka dapat disimpulkan bahwa Religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

2) Model Kedua

Tabel 4.21
Uji t Model Kedua
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.921	3.552		2.512	.014
Motivasi	.290	.074	.418	3.922	.000
Religiusitas	.137	.062	.236	2.219	.030

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

a) Motivasi

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Motivasi diperoleh nilai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka hipotesis ini dinyatakan “Motivasi secara parsial berpengaruh terhadap Kepercayaan”. Sehingga H_03 ditolak dan H_{a3} diterimamaka dapat disimpulkan bahwa Motivasi secara signifikan berpengaruh terhadap Kepercayaan Menabung Nasabah

b) Religiusitas

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Religiusitas diperoleh nilai nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$, maka hipotesis ini dinyatakan “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap Kepercayaan”. Sehingga H_04 di tolak dan H_{a4} diterimamaka dapat disimpulkan bahwa Religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap Kepercayaan Menabung Nasabah

3) Model Ketiga

Tabel 4.22
Uji t Model Ketiga
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.775	5.092		1.331	.188
Motivasi	.062	.112	.069	.550	.584
Religiusitas	.179	.088	.239	2.048	.045
Kepercayaan	.352	.167	.271	2.101	.039

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2024.

a) Motivasi

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Motivasi diperoleh nilai nilai signifikansi sebesar $0,584 > 0,05$, maka hipotesis ini dinyatakan “Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah”. Sehingga H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah

b) Religiusitas

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Religiusitas diperoleh nilai nilai signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$, maka hipotesis ini dinyatakan “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah”. Sehingga H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima dan dapat disimpulkan bahwa Religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah

c) Kepercayaan

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Kepercayaan diperoleh nilai nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$, maka hipotesis ini dinyatakan “Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah”. Sehingga H_{o5} ditolak dan H_{a5} diterima dan dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah

d. Uji Sobel

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Motivasi (X1) dan Religiusitas (X2) terhadap Kepercayaan (Z), dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebagai berikut berikut:

$$Sp2p3 = \sqrt{p3^2Sp2^2 + p2^2Sp3^2 + Sp2^2Sp3^2}$$

dimana:

P = Jalur

Sp = *Standard Error*

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh per hitungan sebagai berikut:

$$Sp2p3 = \sqrt{p3^2Sp2^2 + p2^2Sp3^2 + Sp2^2Sp3^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(0,352)^2(0,088)^2 + (0,290)^2(0,167)^2 + (0,088)^2(0,167)^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(0,124)(0,00774) + (0,0841)(0,0278) + (0,00774)(0,0278)}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(0,000959) + (0,00234) + (0,000215)}$$

$$Sp2p3 = 0,003514$$

Pengaruh mediasi selanjutnya dapat diketahui perbandingan antara t hitung dan t tabel di mana jika t hitung > t tabel artinya signifikan (terdapat pengaruh mediasi) dan jika t hitung < t tabel artinya tidak signifikan (tidak terdapat pengaruh mediasi) menggunakan rumus berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{p2p3}{Sp2P3}$$

P = Jalur

Sp = *Standard Error*

Berdasarkan per hitungan di atas, maka t hitung:

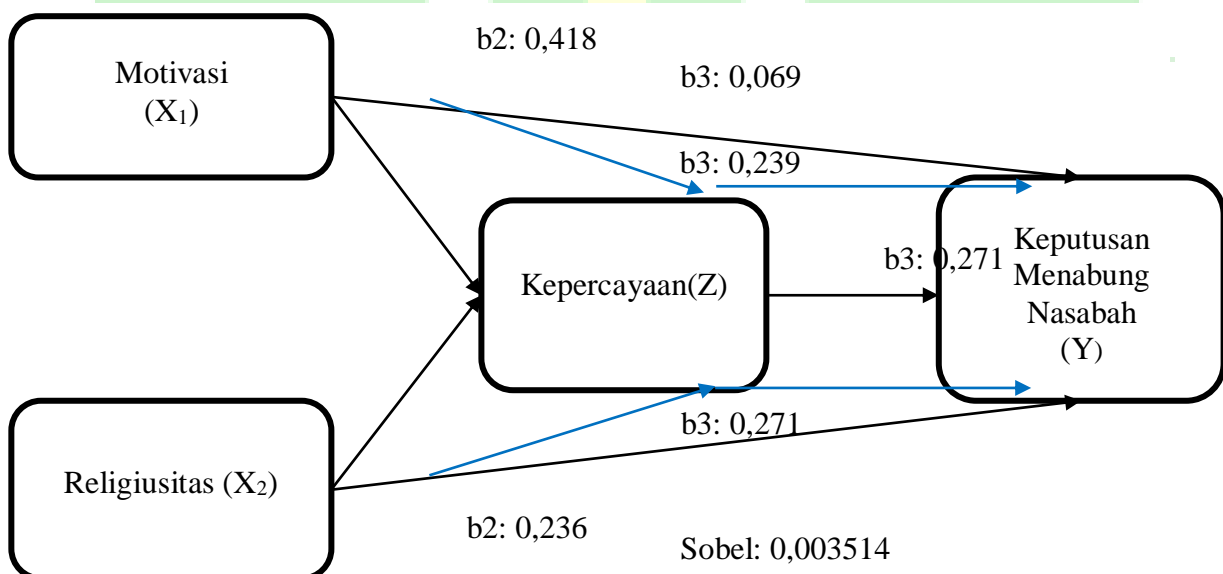
$$t \text{ hitung} = \frac{p2p3}{Sp2P3}$$

$$t \text{ hitung} = \frac{(0,290)(0,352)}{0,003514}$$

$$t \text{ hitung} = \frac{(0,10208)}{0,003514}$$

$$t \text{ hitung} = 29,0495 \quad t \text{ tabel} = 2,000 \text{ (Signifikan } 0,05)$$

“Berdasarkan per hitungan di atas, diketahui bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($29,0495 > 2,000$), maka dapat disimpulkan bahwa Nilai koefisien mediasi signifikan.” Artinya, ada atau terdapat pengaruh Kepercayaan (Z) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Motivasi (X1) dan Religiusitas (X2) terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Z).” Hal ini sejalan dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebelumnya yang menunjukkan pengaruh Kepercayaan (Y) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Motivasi (X) dan Religiusitas (X2) terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebesar 0,003514.



Gambar 4.5 Hasil Pengujian *Path Analysis*

E. Pembahasan

1. Hipotesis

a. **H1: Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Nasabah Tabungan IB Hijrah Bank Muamalat KCP Ponorogo**

Hasil analisis diketahui bahwa Variabel Motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar $0,550 < t$ tabel 2,000. Maka hipotesis ini dinyatakan “ Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah ”. Dan berdasarkan hasil koefisien regresi dari Variabel Motivasi sebesar 0,062 atau 6,2%, dengan nilai signifikansi 0,584 atau lebih besar dari 0,05.

b. **H2: Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Tabungan IB Hijrah Bank Muamalat KCP Ponorogo**

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Religiusitas diperoleh nilai t hitung sebesar $2,048 > t$ tabel 2,000 maka hipotesis ini dinyatakan “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Dan berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Religiusitas sebesar 0,179 atau 17,9%, dengan nilai signifikansi 0,045 atau lebih kecil dari 0,05.

c. **H3: Pengaruh Motivasi terhadap Kepercayaan Nasabah Tabungan IB Hijrah Bank Muamalat KCP Ponorogo**

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar $2,165 > t$ tabel 2,000. Maka hipotesis ini dinyatakan “Motivasi secara parsial berpengaruh terhadap

Kepercayaan” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Untuk hasil koefisien regresi Motivasi terhadap Kepercayaan itu sendiri mendapat nilai 0,305 atau 30,5%, dengan nilai signifikansi 0,021 atau lebih kecil dari 0,05.

d. H4: Pengaruh Religiusitas terhadap Kepercayaan Nasabah Tabungan IB Hijrah KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Religiusitas diperoleh nilai t hitung sebesar $7,212 > t$ tabel 2,000 maka hipotesis ini dinyatakan “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap Kepercayaan” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Untuk hasil koefisien regresi Religiusitas terhadap Kepercayaan itu sendiri mendapat nilai 0,305 atau 30,5%, dengan nilai signifikansi 0,021 atau lebih kecil dari 0,05.

e. H5 : Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Tabungan IB Hijrah Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Kepercayaan diperoleh nilai t hitung sebesar $2.518 > t$ tabel 2,000 maka hipotesis ini dinyatakan “Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo.

f. H6 : Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Nasabah Tabungan IB Hijrah Bank Muamalat KCP Ponorogo dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan per hitungan di atas, diketahui bahwa t hitung $> t$ tabel ($9,7925 > 2,000$), maka dapat disimpulkan bahwa Nilai koefisien

mediasi signifikan. Hal ini sejalan dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebelumnya yang menunjukkan pengaruh Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Motivasi (X1) terhadap Kepercayaan (Z) sebesar 0,00651.

g. H7 : Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Tabnungan IB Hijrah Bank Muamalat KCP Ponorogo dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan per hitungan di atas, diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel ($9,7925 > 2,000$), maka dapat disimpulkan bahwa Nilai koefisien mediasi signifikan. Hal ini sejalan dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebelumnya yang menunjukkan pengaruh Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebagai variabel mediasi dalam hubungan Religiusitas (X2) terhadap Kepercayaan (Z) sebesar 0,00651.

2. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan maka dapat ditarik kesimpulan dari analisis pengaruh motivasi dan religiusitas terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dengan kepercayaan sebagai variabel intervening, sebagai berikut:

a. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar $0,550 < t$ tabel 2,000. Maka hipotesis ini dinyatakan “Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Motivasi sebesar 0,062 atau 62,6%, dengan nilai signifikansi 0,584 atau lebih besar dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut = 0 atau tidak berpengaruh. Sehingga H_1 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa Motivasi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Semakin kuat motivasi seseorang maka semakin baik pula produktifitasnya, begitu juga sebaliknya semakin rendah motivasi seseorang semakin rendah pula keinginan yang akan dicapainya. Meskipun motivasi pribadi seperti keyakinan religius atau etika syariah bisa mempengaruhi keputusan, faktor-faktor lain seperti reputasi bank, ekonomi yang kurang, kualitas layanan, edukasi nasabah, dan persepsi masyarakat sering kali lebih berperan dalam keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Nasabah yang finansialnya kurang atau ekonomi yang belum tercukupi menjadi suatu alasan mengapa motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Gampu et al 2015)⁶ menunjukkan hasil variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

⁶ Anggita Novia Gampu, "Analisis Motivasi, Persepsi, dan Pengetahuan terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT.Bank Sulutgo Cabang Utama Manado" (Manado : Universitas Sam Ratulangi, 2015)

b. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Religiusitas diperoleh nilai t hitung sebesar $2,048 > t$ tabel $2,000$ maka hipotesis ini dinyatakan “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Religiusitas sebesar $0,179$ atau $17,9\%$, dengan nilai signifikansi $0,045$ atau lebih kecil dari $0,05$. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga H_2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa Religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Tingkat keyakinan atau Religiusitas juga dapat digunakan sebagai faktor yang dapat meningkatkan pengambilan keputusan nasabah. Beberapa ahli ekonomi syariah telah membuat kesimpulan menarik berkaitan dengan hubungan antara perilaku ekonomi (*economic behavior*) dan tingkat keyakinan/keimanan masyarakat. Perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Perspektif tersebut juga berpengaruh terhadap perilaku menabung (Maisur et al., 2021).

Religiusitas berperan sebagai motivasi intrinsik yang mendorong individu untuk mengambil keputusan finansial yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinan mereka memilih bank syariah untuk

menabung. Keputusan ini diambil bukan hanya karena pertimbangan ekonomi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan menjalankan keyakinan agama dengan konsisten. Hasil Penelitian ini didukung oleh penelitian oleh Utami et al.,⁷ dan Maisur et al.,⁸ menunjukkan hasil variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung

c. Pengaruh Motivasi Terhadap Kepercayaan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar $2,165 > t$ tabel $2,000$. Maka hipotesis ini dinyatakan “Motivasi secara parsial berpengaruh terhadap Kepercayaan” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Untuk hasil koefisien regresi Motivasi terhadap Kepercayaan itu sendiri mendapat nilai $0,305$ atau $30,5\%$, dengan nilai signifikansi $0,021$ atau lebih kecil dari $0,05$. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan dapat disimpulkan bahwa aspek Motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepercayaan pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Marshel Rondonuwu (2013)

Motivation can be described as the driving force within individuals that

⁷Ibid.

⁸Muhammad Arfan, Maisur dan M. Shabri. “Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh.” *Jurnal Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.* (2021)

impels them to action. Artinya motivasi adalah kekuatan pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya untuk melakukan suatu tindakan.⁹

Motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam menabung di bank syariah. Nasabah yang memiliki motivasi kuat, baik berupa dorongan spiritual untuk mematuhi prinsip-prinsip Islam maupun keinginan untuk berpartisipasi dalam sistem keuangan yang etis dan adil, cenderung memiliki kepercayaan lebih tinggi terhadap bank syariah. Motivasi tersebut mendorong nasabah untuk mempercayai bahwa layanan yang diberikan bank syariah selaras dengan nilai-nilai yang mereka junjung, seperti transparansi, keadilan, dan larangan riba. Ketika motivasi tersebut terpenuhi melalui pengalaman positif dan pelayanan yang sesuai, kepercayaan nasabah semakin meningkat, sehingga mereka lebih nyaman dan loyal dalam menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Zuhirsyan & Nurlinda¹⁰, Utami et al.,¹¹ menunjukkan hasil variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah menabung.

d. Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Religiusitas diperoleh nilai t hitung sebesar $7,212 > t$ tabel $2,000$ maka

⁹Schiffman & Kanuk, L. L. (2019). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia (2019), 67

¹⁰Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan Indonesia" *Jurnal Magister Akuntansi*. Volume 4, Nomor 2 (2021)

¹¹Utami, Parastika, P., Hartini, T., & Amri, "Pengaruh Motivasi dan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Buktitinggi", *Skripsi* (2021).

hipotesis ini dinyatakan “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap Kepercayaan” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Untuk hasil koefisien regresi Religiusitas terhadap Kepercayaan itu sendiri mendapat nilai 0,305 atau 30,5%, dengan nilai signifikansi 0,021 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan dapat disimpulkan bahwa aspek Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepercayaan pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Perilaku ini kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Perspektif tersebut juga berpengaruh terhadap perilaku menabung (Maisur et al., 2021).

Religiusitas memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepercayaan nasabah dalam menabung di bank syariah. Tingkat religiusitas yang tinggi membuat nasabah lebih cenderung memilih layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti menghindari riba dan menjalankan transaksi yang halal. Ketika nasabah merasa bahwa bank syariah beroperasi sejalan dengan keyakinan agama mereka, rasa percaya pun tumbuh. Religiusitas yang kuat menumbuhkan keyakinan bahwa bank syariah dapat menjadi tempat yang aman dan etis untuk menyimpan uang, sekaligus mematuhi ajaran agama. Kepercayaan ini diperkuat oleh komitmen bank syariah dalam menawarkan produk dan layanan yang mencerminkan nilai-nilai syariah, sehingga nasabah merasa tenang dan

percaya diri dalam menabung. Penelitian yang dilakukan oleh Utami et al.,¹² dan Maisur et al.,¹³ menunjukkan hasil variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan menabung.

e. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Kepercayaan diperoleh nilai t hitung sebesar $2.518 > t$ tabel $2,000$ maka hipotesis ini dinyatakan “Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Sehingga H_5 diterima dan dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Kepercayaan merupakan keinginan seseorang dalam memperoleh sesuatu yang diharapkan dan sesuatu harapan tersebut dapat dipercaya (Wahyono & Susilawati, 2022).

Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Kepercayaan yang tinggi terhadap integritas, transparansi, dan kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah menjadi faktor penting yang mendorong nasabah untuk memilih menabung di sana. Ketika nasabah yakin bahwa bank syariah akan menjaga amanah, menyediakan layanan yang adil, serta tidak terlibat dalam praktik yang bertentangan dengan ajaran agama, mereka

¹²Ibid

¹³Muhammad Arfan, Maisur dan M. Shabri. “Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh.” *Jurnal Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.* (2021)

lebih cenderung membuat keputusan untuk menabung. Kepercayaan ini juga dipupuk melalui reputasi positif, pengalaman pelayanan yang memuaskan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, semakin besar kemungkinan mereka mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah. Hasil Penelitian ini didukung oleh penelitian Tajudin & Mulazid,¹⁴ menunjukkan hasil variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sejalan dengan penelitian hasil Hidayat & Akhmad,¹⁵ penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi layanan perbankan.

f. Kepercayaan Memediasi Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,7925 > 2,000$), maka dapat disimpulkan bahwa Nilai koefisien mediasi signifikan. Artinya, ada atau terdapat pengaruh Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Motivasi (X1) terhadap Kepercayaan (Z). Hal ini sejalan dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebelumnya yang menunjukkan pengaruh Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Motivasi (X1) terhadap Kepercayaan (Z) sebesar 0,00651. Sehingga H_0 diterima dan dapat disimpulkan

¹⁴Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. "Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok." *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam* (2020), Volume 8, Nomor 1, 19–46.

¹⁵ Hidayat & Akhmad. (2021).

bahwa “Kepercayaan memediasi pengaruh motivasi terhadap keputusan menabung nasabah.”

Kepercayaan adalah keinginan seseorang dalam mendapatkan sesuatu yang diharapkan dan sesuatu harapan tersebut dapat dipercaya.¹⁶ Dalam bisnis perbankan, kepercayaan adalah faktor penting. Karena nasabah tidak akan melakukan transaksi jika tanpa adanya kepercayaan yang menciptakan daya tarik seorang nasabah agar berinvestasi/menabung di bank tersebut. Dengan adanya kepercayaan terhadap Bank Syariah dibarengi dengan adanya motivasi yang kuat untuk mewujudkan tujuan nasabah, sehingga memiliki dampak besar pada keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Wijayani (2017)¹⁷, menunjukkan hasil promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat menabung di bank syariah.

g. Kepercayaan Memediasi Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan per hitungan di atas, diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel ($9,7925 > 2,000$), maka dapat disimpulkan bahwa Nilai koefisien mediasi signifikan. Artinya, ada atau terdapat pengaruh Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Religiusitas (X2) terhadap Kepercayaan (Z). Hal ini sejalan

¹⁶ Wahyono, S. A., & Susilawati. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah (Studi Kasus Politeknik Lpkia Kota Bandung)”. *Jurnal Indonesia Membangun*, Volume 15, Nomor 2 (2022), 82–100

¹⁷ Lukito Surya Wijayanti, (Pengaruh *-security, e-service quality* dan *e-trust* terhadap *repurchase intention* yang dimediasi oleh *satisfaction* pada konsumen *marketplace* di Indonesia)

dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebelumnya yang menunjukkan pengaruh Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebagai variabel mediasi dalam hubungan Religiusitas (X₂) terhadap Kepercayaan (Z) sebesar 0,00651. Sehingga H₇ diterima dan dapat disimpulkan bahwa “Kepercayaan memediasi pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung nasabah.”

Dengan harapan kehidupan konsumen muslim selamat baik di dunia maupun di akhirat. Sehingga, perilaku konsumen harus mencerminkan hubungannya dengan Allah SWT. Menurut Schiffman dan Kanuk¹⁸ Setiap agama memiliki seperangkat keyakinan yang harus dipatuhi oleh para pengikutnya, manusia melakukan aktivitas dengan tujuan untuk memperoleh keridhaan Tuhan menurut aturan agama dan menurut perintah Tuhan-Nya. Sehingga, nasabah religius yang dipadukan dengan kepercayaan pada bank syariah akan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan nasabah untuk membuka tabungan di bank syariah, oleh karena itu nasabah akan cenderung memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan keyakinan atau agamanya. Sehingga nasabah terdorong atas kepercayaan yang kuat, sementara kepercayaan akan kuat jika dilandasi dengan keagamaan dan religiusitas yang dalam. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian Halik,¹⁹ menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan.

¹⁸Schiffman & Kanuk L. L., *Buku Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia. (2019)

¹⁹Halik, Abdul. “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah di Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur”. *Jurnal JHP17*, Volume 1, Nomor 1 (2016)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi, tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo. Hasil analisis diketahui bahwa Variabel Motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar $0,550 < t$ tabel $2,000$. Maka hipotesis ini dinyatakan “ Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah ”. Dan berdasarkan hasil koefisien regresi dari Variabel Motivasi sebesar $0,062$ atau $62,6\%$, dengan nilai signifikansi $0,584$ atau lebih besar dari $0,05$.
2. Religiusitas, berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Religiusitas diperoleh nilai t hitung sebesar $2,048 > t$ tabel $2,000$ maka hipotesis ini dinyatakan “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Dan berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Religiusitas sebesar $0,179$ atau $17,9\%$, dengan nilai signifikansi $0,045$ atau lebih kecil dari $0,05$.
3. Motivasi, berpengaruh terhadap Kepercayaan pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar $2,165 > t$ tabel $2,000$. Maka hipotesis ini dinyatakan “Motivasi secara parsial berpengaruh terhadap

Kepercayaan” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Untuk hasil koefisien regresi Motivasi terhadap Kepercayaan itu sendiri mendapat nilai 0,305 atau 30,5%, dengan nilai signifikansi 0,021 atau lebih kecil dari 0,05.

4. Religiusitas, berpengaruh terhadap Kepercayaan pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Religiusitas diperoleh nilai t hitung sebesar $7,212 > t$ tabel 2,000 maka hipotesis ini dinyatakan “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap Kepercayaan” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Untuk hasil koefisien regresi Religiusitas terhadap Kepercayaan itu sendiri mendapat nilai 0,305 atau 30,5%, dengan nilai signifikansi 0,021 atau lebih kecil dari 0,05.
5. Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa untuk variabel Kepercayaan diperoleh nilai t hitung sebesar $2,518 > t$ tabel 2,000 maka hipotesis ini dinyatakan “Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah” pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo.
6. Kepercayaan mampu memediasi pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo. Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa t hitung $> t$ tabel ($9,7925 > 2,000$), maka dapat disimpulkan bahwa Nilai koefisien mediasi signifikan. Hal ini sejalan dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebelumnya yang menunjukkan pengaruh Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebagai variabel mediasi dalam

hubungan pengaruh Motivasi (X1) terhadap Kepercayaan (Z) sebesar 0,00651.

7. Kepercayaan mampu memediasi pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo. Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,7925 > 2,000$), maka dapat disimpulkan bahwa Nilai koefisien mediasi signifikan. Hal ini sejalan dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebelumnya yang menunjukkan pengaruh Keputusan Menabung Nasabah (Y) sebagai variabel mediasi dalam hubungan Religiusitas (X2) terhadap Kepercayaan (Z) sebesar 0,00651.

B. Saran

1. Bagi Bank Muamalat KCP Ponorogo

- a. Variabel Motivasi dan Religiusitas berdampak pada keputusan menabung Nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo. Motivasi dan Religiusitas diperlukan untuk meningkatkan Keputusan Menabung Nasabah. Terkait dengan hal tersebut, peneliti menyarankan pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo untuk memupuk Motivasi dan memupuk Religiusitas Nasabah agar Keputusan Menabung Nasabah makin meningkat.
- b. Kepercayaan konsumen Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah, karena Kepercayaan mampu memediasi Motivasi dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Saran untuk Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo untuk terus meningkatkan Kepercayaan agar Keputusan Menabung Nasabah meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memilih objek penelitian yang lebih tepat dan berkaitan dengan variabel penelitian yang dipilih.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan penelitian baru untuk memperluas risert.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Cysara Frans. (2021). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT.. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bandar Lampung.
- Adhim, Fauzan. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni dan Bukan Alumni Pesantren(Studi Pada Kantor Depag Kabupaten Bangkalan). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 5(2):127-154.
- Amaroh, Siti, Husnurrosyidah, dan Ely Masykuroh (2024). "Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor," Juni 2023, 35–49. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.
- Aminuddin, Luthfi Hadi. "INSIDAD BAB AL-IJTIHAD DANPENGARUHNYA TERHADAP MADHHAB SHAFI'I." *Justicia Islamica* 9, no. 2 (2012). <https://doi.org/10.21154/justicia.v9i2.346>.
- Anggita Novita Gampu, Lotje Kawet dan Yantje Uhing. (2021). *Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado The Analysis Of Motivation, Perception, And Knowledge Of The Customer Decision Choosing PT. Sulutgo Bank Main Branch Manado.*
- Anwar Puteh (2021). Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah dengan Sikap Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening di Kota Lhokseumawe. Program Doktor Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Cahyaningrum, Yustina Wahyu, dan Tiara Widya Antikasari. "The Influence of Earning Per Share, Price to Book Value, Return on Asset, and Return on Equity to Stock Price in Finance Company." *Jurnal Economia* 13, no. 2 (2017): 191–200. <https://doi.org/10.21831/economia.v13i2.13961>.
- Damayanti, Afina Tri (2023). Pengaruh Pengetahuan Keagamaan dan Layanan Islami Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Dianing Ratna Wijayani (2021)., *Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah bank syariah tahun 2011-2022.*

Dini Wahyu Pratiwi dan Ahmad Ajib Ridlwan (2019).. *Pengaruh Religiusitas, Igcg, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Muzaki Pada Amil Zakat Surabaya.* Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya. Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Dui Vetri (2021). Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan IB Hijrah Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp Curup Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam NEGERI (Iain) Curup

Farida, Umi dan Sri Hartono. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia II.* Ponorogo: Umpo Press.

Fitriyah, Faridatul. (2022). Pengaruh Pendapatan, Dana Talangan Haji Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Mendaftar Haji (Studi Pada Bni Syariah Tulungagung). *Jurnal Nusamba*, 1(1): 58-67.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, 22 Update PLS Regresi Edisi 7.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Habibah. (2018). *Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Keputusan Menjadi Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi pada BPD Jateng Syariah, BRI Syariah dan Bank Muamalat) di Kota Semarang.*

Halik, Abdul. (2022), Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah di Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur

Handoko, T. H. (2019). *Dasar-Dasar Motivasi.* Yogyakarta : Penerbit Liberty

Hasibuan, Malayu. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT Bumi Aksara

Heti Nur Isnaini (2019). *Analisis Pengaruh Work Family Conflict, Religiusitas Terhadap Komitmen Organisasi dan Kinerja Karyawan Dengan Variabel Intervening Keputusan Nasabah Pada Bank Syariah di.*

Yogyakarta. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia hetinurisnaini@yahoo.com

Islamiyah, Aqidatul. 2023: Pengaruh Religiusitas Dan Etos Kerja Berdasarkan

Nilai Keislaman Terhadap Kinerja Karyawan Bank Muamalat Cabang Jember

Kotler, Philip. (2019). Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Dan Pengendalian Edisi Lima. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan A. B Susanto. (2018). Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2019). Alih Bahasa: Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT.. Indeks. Jakarta.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2018. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: Refika Aditama

Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. (2021). *Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh*. Jurnal Magister Akuntansi, 4(2), 1–8.

Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. (2021). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat

Malayu S. P Hasibuan, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), hal. 10.

Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2020). *Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 1(02), 75–87

Mariyono, J. (2022). Determinants Of Customers In Selecting Sharia Banking System For Saving In East Java - Indonesia. Journal Of Economics, Business, And Accountancy | Ventura, 16(3), 457–472.

Mashuri dan Zainuddin. 2012. *Metodologi Penelitian*. Bandung : PT Refika Aditama

Mathis & Jackson. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.

Mirna Dilla (2019). Pengaruh Religiusitas, Motivasi, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

- Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution (2022), Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bca Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina)
- Mubarok, Ahmad Zaki. 2024, Skripsi. Judul: “Pengaruh Kepemimpinan Islam terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Malang dan KCP Batu)
- Muhammad Anasrulloh. Moh. Hanafi. (2021). *Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Karyawan dan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Bank Muamalat Tulungagung)* STKIP PGRI Tulungagung
- Muhammad Arfan, Maisur dan M. Shabri. (2021). *Pengaruh Prinsip Bagi Hasil,Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di. Banda Aceh.* Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.
- Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan, Indonesia*
- Nasabah Pada Bank Syariah di. Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi*, 4(2), 1–8.
- Pace, S., School, K. B., & France. (2018). Effects Of Intrinsic And Extrinsic Religiosity On Attitudes Toward Products: Empirical Evidence Of Value-Expressive And Social-Adjustive Functions. In *Journal Of Applied Business*
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2020). *Pengaruh Religiusitas aan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening.*
- Pardede, Nurhaziza. (2019). Pengaruh Latar Belakang Pendidikan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan
- Prasetyo, Luhur, dan Khusniati Rofiah. “The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid Al-Sharia.” *Justicia Islamica* 18, no. 2 (2021): 318–34.
<https://doi.org/10.21154/justicia.v18i2.3163>.

- Rahmawati, E. N., Kafid, N., & Wijaya, T. (2020). *Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Paa Bank Syariah*. Anil Islam, 10(1), 3–24 Research (Vol. 30, Issue 4, Pp. 1227–1238).
- Rondonuwu. (2022). *Motivasi*. Jakarta: Ghalia Indoensia
- Roziq, Ahmad. (2022). Variabel Penentu dalam Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. *Jeam*. 12(1): 124.
- Santoso, H., & Anik, A. (2020). *Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 106–116
- Sari, Amita Fitri. (2020). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), Lingkungan Kerja dan Bonus Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Bank Muamalat Kota Manna
- Sarwita (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung (Studi Kasus Pada Perumda BPR Majalengka)
- Schiffman & Kanuk, L. L. (2019). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, Willy (2019) Studi Deskriptif Motivasi Membolos di. tinjau Dari Indeks Prestasi Kumulatif Mahasiswa.
- Siti Zainab (2018). *Analisis Pengaruh Work Life Balance dan Burnout Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KC Medan Balai Kota*.
- Syah, Muhibbin. (2019). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Logos
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2020). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46.
- Trisusanti, Yelli. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2): 1-16
- Touré-Tillery, Maferima, And Fishbach A. (2011). "The Course Of Motivation." *Journal Of Consumer Psychology* 21.4 : 414-423.

- Usman, Uzer. (2011). *Menjadi Guru Profesional*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Utami, Parastika, P., Hartini, T., & Amri, (2021). *Pengaruh Religiusitas aan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*.
- Wahyono, S. A., & Susilawati. (2022). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah (Studi Kasus Politeknik Lpkia Kota Bandung)*. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(2), 82–100
- Wahyu Utami (2021) Marijati Sangen dan M. Yudy Rachman. *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin)* (Pascasarjana Program Magister Manajemen Unlam Banjarmasin)
- Wahyudi, Amin, Binti Nur Asiyah, dan Husnul Haq. "The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank." *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2023): 82–94.
<https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n1.p82-94>
- Wijayani (2020). *Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah* 8(1), 2020: 1-12 *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*
- Winkel, Ws. (2018). *Psikologi Pendidikan Dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: PT.. Gramedia
- Yulio Ashary Samosir. (2023). *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi terhadap Minat Menabung dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Hutabalang Kabupaten Tapanuli Tengah)*. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam