

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LITERASI KEUANGAN,
RELIGIUSITAS, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
MENABUNG PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS
MASYARAKAT DI KABUPATEN SLEMAN DAN KOTA
YOGYAKARTA)**

*The Influence Of Service Quality, Financial Literacy, Religiosity,
And Promotions On Interest In Saving In Sharia Bank (Case Study
Of Communities In Sleman District And Yogyakarta City)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

AKMAL INAN HAFIDH ADLI

20423110

Acc munaqasah
Pembimbing,

Dr. Nur Kholis

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akmal Inan Hafidh Adli
NIM : 20423110
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 11 November 2024



A circular official stamp from Universitas Islam Indonesia (UII) is visible. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA' around the top edge, 'METRIK TEMPEL' in the center, and the number '40070ALX132649903' at the bottom. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Akmal Inan Hafidh Adli

NOTA DINAS

Yogyakarta, 09 Jumadil Awal 1446 H

11 November 2024

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1059/Dek/60/DAATI/FIAI/VII/2024 tanggal 24 Juli 2024 M/ 18 Muharram 1446 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Akmal Inan Hafidh Adli

Nomor Induk Mahasiswa : 20423110

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Jurusan : Jurusan Studi Islam

Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2023/2024

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 November 20224



Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen pembimbing skripsi:

Nama : Akmal Inan Hafidh Adli

NIM : 20423110

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 November 2024



Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. faki@uii.ac.id
W. faki.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 3 Desember 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)
Disusun oleh : AKMAL INAN HAFIDHADLI
Nomor Mahasiswa : 20423110

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. (.....)
Penguji I : Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I (.....)
Penguji II : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. (.....)

Yogyakarta, 3 Desember 2024



LEMBAR PERSEMBAHAN

Tiada kata terucap melalui lisan ini sebagai ungkapan rasa syukur kepada sang khalik yaitu Allah SWT. Serta shalawat dan salam pada baginda nabiyyina Muhammad SAW. Yang kami aamiinkan syafaatnya di hari akhir kelak nantinya. Hari demi hari telah dilalui dengan pertimbangan dan doa kepada Allah SWT, sebagaimana engkau memberikan hidayah dan karunianya yang sampai saat ini saya menyelesaikan sebuah karya yang tidak ada akan ada habisnya di dunia ini dengan penuh ikhtiar dan doa.

Karya ini saya ungkap sebagai rasa jerih payah saya yang dipersembahkan kepada: Saya persembahkan kepada wali saya saat ini yaitu ayahanda tersayang Zahrul Hadiprobowo dan ibu saya tercinta Endang Wardiyati yang telah memberikan saya banyak motivasi dan dorongan serta dukungan yang tidak ada habisnya. Walaupun dengan karya ini, almarhumah papa dan mama kandung saya tidak bisa melihat proses anaknya lagi, akan tetapi dengan doa yang bapak/ibu saya saat ini lantunkan disetiap ibadahnya membawa kemudahan dan jalan kepada anakmu ini. “Lahuma al-fatihah”. Terimakasih untuk bapak yang telah berjuang demi anak-anaknya, semoga dimudahkan rezekinya, panjang umur, dan selalu berada pada lindungan Allah SWT dalam segala urusannya.

Teruntuk kakak-kakakku tersayang yaitu Rais Nur Arief, Kartika Gritha Nurcahya, Salwa Fauzia, Fuad Akbar, Ulya Khalid, Nuansha Thufaila, Giskica Fathiya Ripsa Hesi, Enggi Rengga, Satria Hawin Huda, Ismi Ayu Nunkifidina, dan Alwan Naufal Hajid Zain. Terimakasih banyak telah memberikan berbagai warna kerukunan dalam rumah, semoga dengan karya ini dapat memberikan motivasi dan dorongan kepada kalian. Serta sahabat dan teman yang tidak akan ada habisnya yang mungkin tidak bisa saya sebutkan satu persatu, seperti Mangujang FC, Inspiring Generation, Skuad Griya Pitoe Kost, dan lain sebagainya yang telah memberikan banyak dukungan dan saran kepada saya dalam perihal apapun itu. Khususnya kepada partner saya, terimakasih atas dukungannya yang telah banyak membantu proses penelitian ini.

Bapak dosen pembimbing saya, Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec., izinkanlah kepada saya untuk melantukan ungkapan rasa syukur dan terimakasih atas bimbingan selama dalam masa proses penulisan skripsi sampai pada saat di titik pencapaian untuk pertama kalinya saya mendapatkan gelar sebagai seorang sarjana.

Terkhususnya kepada dosen-dosen prodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang ikut serta dalam mengajar dan membimbing serta memberikan pengalaman yang menjadikan sebuah ilmu pengetahuan kepada saya.

Teruntuk siapapun yang membaca karya ini, semoga dengan tulisan singkat yang saya buat dapat memberikan paradigma baru khususnya mengenai minat menabung pada bank syariah.

MOTTO

*“Man Jadda Wa Jada:
Barangsiapa yang bersungguh-sungguh, maka dapatlah ia”
(K.H. Hasan Abdullah Sahal)*

*“Barang siapa yang tidak mampu menahan lelahnya belajar, maka ia harus
mampu menahan perihnya kebodohan”
(Imam Syafi’i)*

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS MASYARAKAT DI KABUPATEN SLEMAN DAN KOTA YOGYAKARTA)

AKMAL INAN HAFIDH ADLI

20423110

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Sedikitnya persebaran jaringan perbankan syariah, kurangnya literasi keuangan dan kepercayaan pada bank syariah serta kurangnya promosi yang ditawarkan oleh bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional membuat masyarakat yang berada di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta belum pernah menabung di Bank Syariah. Pada penelitian ini menggunakan 6 bank umum syariah sebagai pilihan dalam mengetahui kualitas layanan terbaik. Penelitian ini juga menggunakan model pendekatan kuantitatif dengan metode probability sampling terhadap 121 responden. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dengan skala Likert. Periode penelitian ini dilakukan pada Bulan Juli hingga Bulan Oktober Tahun 2024. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, religiusitas, dan promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Sementara literasi keuangan berpengaruh negatif dan juga tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Secara kumulatif pengaruh variabel kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah. Hal ini dikarenakan minat menabung masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja melainkan berbagai variabel yang saling terikat, dalam hal ini yaitu kombinasi variabel kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi. Sehingga kombinasi keempat variabel tersebut, memiliki pengaruh terhadap minat menabung masyarakat dan dapat menciptakan lingkungan yang lebih kondusif dan menarik bagi calon nasabah serta bisa saling melengkapi.

Kata Kunci: kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, promosi, dan minat menabung pada bank syariah

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, FINANCIAL LITERACY, RELIGIUSITY, AND PROMOTIONS ON INTEREST IN SAVING IN SHARIA BANK (CASE STUDY OF COMMUNITIES IN SLEMAN DISTRICT AND YOGYAKARTA CITY)

AKMAL INAN HAFIDH ADLI

20423110

This study aims to analyze the effect of service quality, financial literacy, religiosity, and promotion on people's interest in saving at Islamic banks in Sleman Regency and Yogyakarta City. The limited distribution of Islamic banking networks, lack of financial literacy and trust in Islamic banks, and lack of promotion offered by Islamic banks compared to conventional banks have made people in Sleman Regency and Yogyakarta City have never saved at Islamic banks. This study used 6 Islamic general banks as options in determining the best service quality. This study also uses a quantitative approach model with a probability sampling method for 121 respondents. This study used a data collection technique in the form of a questionnaire with a Likert scale. The research period was conducted from July to October 2024. The results of this study indicate that the variables of service quality, religiosity, and promotion have a positive but insignificant effect on interest in saving at Islamic banks. Meanwhile, financial literacy has a negative and also insignificant effect on interest in saving at Islamic banks. Cumulatively, the influence of the variables of service quality, financial literacy, religiosity, and promotion together have an effect on interest in saving at Islamic banks. This is because the interest in saving in Sleman Regency and Yogyakarta City is not only influenced by one factor but rather by various interrelated variables, in this case a combination of service quality variables, financial literacy, religiosity, and promotion. So that the combination of the four variables has an influence on the interest in saving in the community and can create a more conducive and attractive environment for prospective customers and can complement each other.

Keywords: *service quality, financial literacy, religiosity, promotions, and interest in saving at Islamic banks.*

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 Th.1987

Nomor : 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminat yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis) sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Letkur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha Menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha kearah itu. Seminat itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminat dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas. Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-

Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut sendiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H. B. Jassin, dan 5) Drs, Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya perkembangan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijakan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama secara ilmiah dan rasional.

Pedoman literasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keberagaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku

yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan ejaan yang disempurnakan
2. Huruf Arab yang belum pada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberikan tambahan tanda diakritik dengan dasar “satu fonem satu lambing”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumus Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta’marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fenom konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0.1: Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)

ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ...ي	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـَ...و	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...ى	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...و	Dhammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ – qāla قِيلَ – qīla
رَمَى – ramā يَقُولُ – yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- Ta marbutah hidup Ta marbu"ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.
- Ta marbutah mati Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.
- Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ – raudah al-atfāl
- raudatul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-madīnah al-munawwarah
	- al-madīnatul munawwarah
طَلْحَة	- talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā	الْحَجَّ	- al-hajj
نَزَّلَ	- nazzala	نُعَمَّ	- nu''ima
الْبِرُّ	- al-birr		

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu لا, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

Tabel 0.5: Kata Sandang

الرَّجُلُ	- ar-rajulu		الْقَلَمُ	- al-qalamu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu		الْبَدِيعُ	- al-badi'u
الشَّمْسُ	-as-syamsu		الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzuna	إِنَّ	- inna
التَّوْءُ	- an-nau'	أُمِرْتُ	- umirtu
شَيْءُ	- syai'un	أَكَلَ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’a ilaihi sabīla Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarib
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillahi al-amru jamī’an Lillāhil-amru jamī’an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai’in ‘alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR



إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنُسْتَغِيثُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puja dan puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah tugas akhir sebagai skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)”**. Serta shalawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan alam yaitu nabi dan rasul yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kepada kita yaitu umatnya dari zaman yang penuh kekacauan hingga pada saat ini dan kita selaku umatnya mengharapkan syafaatnya di hari kelak nantinya. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai syarat kelulusan yakni dengan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Pada penyusunan skripsi ini tidak akan pernah terlepas dari banyaknya bantuan, pertimbangan, dan serta doa yang dilantunkan oleh berbagai pihak baik itu berupa masukan, motivasi, kritikan, dan saran. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak syukur dan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Indonesia, Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. dan seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada saya dalam menuntut ilmu sehingga menjadi seorang mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Dr. Drs. Asmuni, M.A.

3. Ketua Jurusan Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, Dr. Anton Priyo Nugoroho, S.E., M.M.
4. Ketua Program Studi Ekonomi Islam Indonesia, Rheyza Virgiawan, Lc., M.E.
5. Dosen pembimbing saya, Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. yang telah menyempatkan waktu, serta tenaganya dalam memberikan arahan dan bimbingan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmunya kepada mahasiswanya. Semoga dengan dedikasinya dapat menjadi suatu amal kebaikan.
7. Seluruh mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dengan melakukan penelitian di Yogyakarta.
8. Kepada almarhum papa dan almarhumah mama, serta bapak dan ibu wali saya yang saya sayangi, saya hormati, dan saya banggakan yang selalu memberikan dukungan berupa nasihat dan motivasi dalam setiap langkah penulis lakukan.
9. Kepada kakak-kakakku tersayang, yaitu mas Rais, mbak Caca, mbak Salwa, mas Fuad, mas Ulya, mbak Fella, mbak Hesi, mas Egi, mas Hawin, mbak Ayu, dan mas Hajid, yang selalu memberikan dukungan mental untuk penulis.
10. Kepada keponakan-keponakan tersayang, yaitu Nayla, Neil, Naoki, Binar, Aruna, Kirana, Aqila, Zaima, Gian, dan Narumi yang selalu memberikan keceriaan untuk penulis.
11. Kepada partner saya, yang selalu menemani setiap proses dan perjuangan yang telah dilalui oleh penulis.
12. Teman-teman lainnya dan rekan yang ikut serta dalam membantu proses penyusunan skripsi ini.

Dengan kesadaran dan ketulusan hati ini, penulis meminta maaf kepada seluruh pihak atas kesalahan yang kurang berkenaan dalam hati, karena kesalahan

tersebut berasal dari kekhilafan dan kelalaian dari pribadi penulis. Maka dari itu penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun masih belum kata sempurna. Dengan demikian, penulis mengucapkan terimakasih dan berharap mendapatkan suatu kritik yang bersifat membangun untuk kesempurnaan pada penelitian. Harapannya dengan adanya skripsi ini dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 November 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Akmal Inan Hafidh Adli', with a stylized flourish extending from the end.

Akmal Inan Hafidh Adli

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
NOTA DINAS.....	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
TRANSLITERASI ARAB – LATIN	x
KATA PENGANTAR.....	xx
DAFTAR ISI.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxv
DAFTAR TABEL	xxvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAHAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Kerangka Teori/ Landasan Teori	13
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	13
2. Kualitas Layanan	14
3. Literasi Keuangan	14
4. Religiusitas.....	15
5. Promosi	16
6. Minat Menabung.....	16
7. Bank Syariah.....	17
C. Hipotesis	18
D. Kerangka Berpikir.....	20

BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Metode Penelitian.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Deskripsi Profil Responden	39
2. Hasil Penelitian Olah Data.....	43
B. Pembahasan Hasil Penelitian	66
1. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung pada bank syariah	66
2. Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung pada bank syariah	67
3. Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung pada bank syariah.....	68
4. Pengaruh promosi terhadap minat menabung pada bank syariah	69
5. Pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi terhadap minat menabung pada bank syariah	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Perbankan Syariah dan Perbankan Indonesia	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	20
Gambar 3. 1 Tahapan Uji Data	31
Gambar 4. 1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X1).....	47
Gambar 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan (X2)	47
Gambar 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (X3).....	48
Gambar 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X4)	48
Gambar 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung (Y).....	49
Gambar 4. 6 Uji Normalitas dengan Histogram.....	50
Gambar 4. 7 Uji Normalitas dengan P-P Plot	51
Gambar 4. 8 Grafik <i>Scatterplot</i>	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persebaran Jaringan Kantor Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2021-2024 (Dalam Unit)	3
Tabel 1. 2 Persebaran Jaringan Kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di D.I. Yogyakarta Tahun 2021-2024 (Dalam Unit)	3
Tabel 1. 3 Jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di D.I. Yogyakarta Tahun 2021-2024.....	4
Tabel 3. 1 Data Jumlah Populasi.....	24
Tabel 3. 2 Data Jumlah Sampel	25
Tabel 3. 3 Indikator Variabel	28
Tabel 3. 4 Skala Likert.....	30
Tabel 3. 5 Modifikasi Skala Likert	30
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jensi Kelamin	39
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Daerah Domisili	41
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Penghasilan	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel	44
Tabel 4. 7 Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test.....	52
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 9 Uji Heteroskedasitas	55
Tabel 4. 10 Uji Auto Korelasi.....	58
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji t (Parsial)	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	64
Tabel 4. 14 Nilai Koefisien Determinasi	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan keuangan syariah merupakan wujud nyata dari penerapan syariat dalam kehidupan sehari-hari, sekaligus membuktikan bahwa Islam adalah sumber utama yang menginspirasi dan memajukan aktivitas masyarakat. Perbankan syariah menjadi penting karena membawa misi keadilan dalam pelaksanaannya, didasarkan pada nilai-nilai Qur'an dan sunnah Nabi SAW, serta secara kontekstual didukung oleh pendapat ulama ahli di bidang muamalah yang di Indonesia tergabung dalam Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (Agneza et al., 2022).

Zakiah & Wahab (2022) menjelaskan bahwa industri keuangan syariah merupakan salah satu elemen penting dalam pelaksanaan pembangunan dan berperan dalam kelancaran kegiatan perekonomian. Saat ini, perkembangan bank syariah telah menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan, meskipun agak lambat. Penggabungan tiga bank syariah, yaitu Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah, menjadi satu lembaga keuangan syariah baru yang bernama Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI merupakan bank hasil merger terbesar di Indonesia. Penggabungan ini juga mendorong pertumbuhan industri syariah di Indonesia, khususnya di sektor perbankan.

Perbankan syariah modern di Indonesia harus mampu bersaing dengan bank konvensional. Selain itu, sebagai lembaga intermediasi keuangan, perbankan syariah juga diharapkan memainkan peran yang sangat penting dalam menggerakkan perekonomian negara melalui sistem perbankan non-bunga. (Robyani et al., 2022).

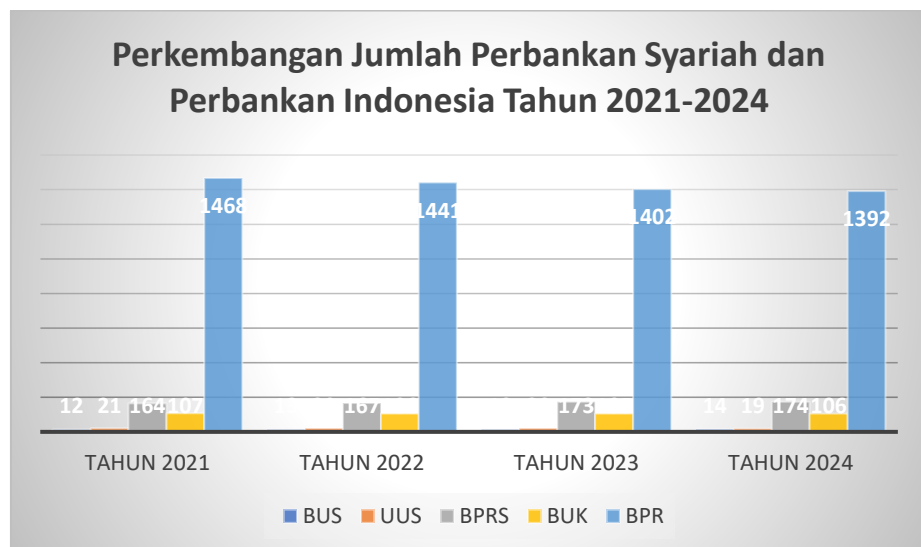
Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai tugas dalam memberikan jasa keuangan melalui simpanan, peminjaman uang, serta jasa-jasa keuangan lainnya. Sementara menurut UU No.21 Tahun 2008 bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan

Prinsip Syariah dan dalam kegiataannya memberikan dalam jasa lalu lintas pembayaran (Nurika et al., 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji perbankan syariah. Bank syariah terdiri dari Unit Usaha Syariah (UUS), Bank Umum Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Saat ini, bank syariah sudah tersebar di berbagai provinsi di Indonesia, meskipun jumlahnya masih sedikit.

Sebagaimana berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah dan Perbankan Indonesia dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Bulan Agustus 2024, jumlah Bank Syariah sebanyak 207 bank, yang terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) sebanyak 14 Bank, Unit-Unit Syariah (UUS) sebanyak 19 Bank dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sebanyak 174 Bank. Sementara Bank Umum Konvensional (BUK) sebanyak 106 Bank dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sebanyak 1.392 bank (OJK, 2024).

Adapun perkembangan jumlah perbankan syariah dan perbankan Indonesia tahun 2021-2024 dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: (OJK, 2024).

Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Perbankan Syariah dan Perbankan Indonesia

Berdasarkan gambar diatas, pada perkembangan perbankan syariah Indonesia tahun 2021-2024 terjadi penurunan pada jumlah Unit-Unit Syariah serta terjadi peningkatan jumlah pada Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Sementara pada perbankan Indonesia mengalami fluktuatif pada jumlah BUK dan mengalami penurunan pada jumlah BPR.

Tabel 1. 1
Persebaran Jaringan Kantor Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2021-2024 (Dalam Unit)

Indikator	2021	2022	2023	2024
Bank Umum Syariah	2.035	2.007	1.967	2.005
Unit-Unit Syariah	444	438	426	384
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	659	668	693	679
Total Kantor	3.138	3.113	3.086	3.068

Sumber: (OJK, 2024).

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa persebaran jaringan kantor perbankan syariah di Indonesia tahun 2021 sampai dengan 2024 sebagian besar berformat Bank Umum Syariah (BUS) meskipun berkembang secara fluktuatif. Begitu juga bank syariah yang berformat BPRS mengalami adanya fluktuasi. Sementara bank syariah yang berformat UUS, masih relatif sedikit cakupan jaringannya dan mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa perbankan syariah di Indonesia berkembang secara fluktuatif dan cukup lambat.

Tabel 1. 2
Persebaran Jaringan Kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di D.I. Yogyakarta Tahun 2021-2024 (Dalam Unit)

Indikator	2021	2022	2023	2024
Bank Umum Syariah	44	35	38	39
Unit-Unit Syariah	18	18	16	15
Total Kantor	62	53	54	54

Sumber: (OJK, 2024).

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa persebaran jaringan jumlah kantor BUS di Provinsi D.I. Yogyakarta pad tahun 2021-2024 mengalami

fluktuatif. Sementara persebaran jaringan jumlah kantor UUS di Provinsi D.I. Yogyakarta pada tahun 2021 hingga tahun 2024 mengalami penurunan.

Tabel 1. 3
Jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di D.I. Yogyakarta Tahun 2021-2024

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2021	2022	2023	2024
Total Bank	12	12	13	13

Sumber: (OJK, 2024).

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, perkembangan jumlah Bank BPRS di Provinsi D.I. Yogyakarta tahun 2021-2024 masih stagnan. Dengan demikian, berdasarkan tabel 1.2 dan tabel 1.3 menunjukkan bahwa perkembangan perbankan syariah di Provinsi D.I. Yogyakarta berkembang cukup lambat, stagnan, dan fluktuatif.

Berdasarkan semua paparan sebelumnya, pada kenyataannya, sektor jasa keuangan masih didominasi oleh bank umum konvensional, meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim (Syaifullah & Priyatno, 2022). Hal ini terbukti berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah dari Otoritas Jasa Keuangan, pada bulan Agustus tahun 2024, jumlah nasabah Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Umum Syariah dan Unit-Unit Syariah sebanyak 47.332.455 (OJK, 2024). Padahal secara realitas, dikutip dari Kumparan.com (2024), populasi Muslim tahun 2024 di Indonesia mencapai 245,97 juta dari total penduduk Indonesia sebesar 282,47 juta orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah nasabah DPK pada bank syariah hanya sekitar 19,24% dari total populasi Muslim di Indonesia. Menurut Musyaffa & Iqbal (2022), berbagai faktor menyebabkan hal tersebut terjadi, mulai dari rendahnya tingkat kepercayaan dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah hingga terbatasnya promosi dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional.

Berbicara tentang kualitas layanan, menurut Sugiharto et al. (2022) untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan produk-produk bank syariah, faktor kualitas layanan menjadi sangat penting. Menurut data Statistik Perbankan Syariah, OJK (2024) mencatat bahwa pada tahun 2024

jumlah nasabah Dana Pihak Ketiga BUS dan UUS meningkat dari tahun 2023 yakni sebanyak 45.390.909. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah nasabah DPK Bank Syariah meningkat. Oleh karena itu, pelayanan berkualitas perlu diberikan dengan optimal.

Faktor lain dalam menentukan minat menabung masyarakat atau nasabah adalah literasi keuangan. Namun menurut data hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 yang diselenggarakan OJK setiap tiga tahun, bahwa pada tahun 2022 tingkat literasi keuangan nasional sebesar 49,68% dan tingkat inklusi keuangan nasional sebesar 85,10%. Pada tahun yang sama, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa tingkat literasi keuangan syariah pada tahun 2022 sebesar 9,1% dan inklusi keuangan syariah sebesar 12,12% (OJK, 2022).

Menyambung hal tersebut Puspadini (2024), mengatakan terjadi peningkatan pada tingkat literasi keuangan syariah pada tahun 2023, yakni naik sebesar 30% menjadi 39%. Meskipun demikian, tingkat inklusi keuangan syariah masih stagnan di angka 12,12%. Hal ini menunjukkan bahwa masih minimnya masyarakat muslim yang menabung di bank syariah dan memiliki pemahaman yang baik tentang kekhususan produk dan jasa keuangan yang berbeda. Sebagaimana menurut Musyaffa & Iqbal (2022), bahwa budaya menabung masyarakat Indonesia terbelah rendah dibandingkan negara tetangga. Bahkan rasio tabungan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia menempati urutan ke-4 setelah Brunei Darussalam, Singapura, dan Thailand.

Dalam hal minat menabung, terdapat faktor yang tidak kalah penting dalam memengaruhi minat masyarakat yakni adalah faktor religiusitas (keyakinan/kepercayaan). Religiusitas merujuk pada sikap atau kesadaran yang muncul berdasarkan keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap agama (Raihana & Azhary, 2020). Oleh karena itu, faktor religiusitas menjadi salah satu penentu dalam keputusan masyarakat dalam minat menabung.

Faktor penentu lainnya dalam minat menabung pada bank syariah selanjutnya adalah promosi. Promosi dianggap sangat krusial dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif saat ini, dengan tujuan mendorong masyarakat untuk membeli atau memanfaatkan produk dan layanan yang ditawarkan (Musyaffa & Iqbal, 2022). Menurut Nengsih et al. (2021) Bank syariah melakukan promosi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk dan sistem yang diterapkan dalam perbankan syariah. Semakin efektif promosi yang diterima seseorang mengenai bank syariah, semakin besar pula kemungkinan minatnya untuk menabung akan meningkat.

Ihsan et al. (2022) menjelaskan bahwa di zaman yang semakin maju ini, Perbankan Syariah dituntut untuk berupaya mengembangkan jaringannya baik dengan cara menguatkan pemahaman terhadap masyarakat tentang produk, sistem, mekanisme, kualitas layanan serta komplikasi atau seluk beluk dari perbankan Syariah. Tuntutan dari masyarakat terhadap sistem perbankan Syariah menjadi acuan dari berkembangnya jaringan perbankan itu sendiri.

Maka dari itu, kehadiran bank syariah merupakan wujud nyata dari Islam dalam menjaga kemaslahatan ekonomi masyarakat dan nasional, mengatasi ketidakseimbangan yang disebabkan oleh ketidakadilan akibat penggunaan bunga sebagai instrumen ekonomi nasional (Hasan et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penulis menganggap penting untuk dilaksanakan penelitian yang mengkaji kembali beberapa variabel yang diprediksi dapat menentukan minat menabung masyarakat pada bank syariah menggunakan beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat menabung masyarakat, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)”. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dalam pengembangan kualitas layanan dan

promosi pada Bank Syariah, peningkatan literasi keuangan di masa depan serta bermanfaat bagi pembuat kebijakan, praktisi dan peneliti selanjutnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka untuk mengetahui apakah kualitas layanan, literasi keuangan syariah, religiusitas, dan promosi akan mempengaruhi minat menabung masyarakat pada bank syariah, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta?
5. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi terhadap minat menabung pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.

3. Menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.
5. Menganalisis pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi terhadap minat menabung pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi beberapa pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a) Bagi Penulis tentu dengan adanya penelitian ini semakin menambah wawasan penulis mengenai faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta pada bank syariah. Selain itu juga sebagai tugas akhir sebagai syarat kelulusan pada jenjang S1.
 - b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan keilmuan dan dapat digunakan sebagai sumber dalam melakukan kajian khususnya tentang pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.
2. Manfaat praktis
 - a) Bagi bank syariah, hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat keputusan terhadap kebijakan Bank Syariah terkait preferensi masyarakat agar minat menabung pada bank syariah dapat ditingkatkan. Selain itu, juga diharapkan dapat mengoptimalkan penerapan ekonomi Islam dalam ilmu pengetahuan dan pengaplikasian hukum syariah pada instrumen perbankan syariah.

E. Sistematika Penulisan

Uraian tentang pembahasan penelitian yang akan dilakukan dibagi dalam sistematika penulisan yang dirangkum dalam 5 bab yaitu sebagai berikut:

BAB I memaparkan mengenai latar belakang penelitian yang berisi beberapa faktor pemicu permasalahan sehingga mendorong perlunya dilakukan penelitian, rumusan masalah yang merupakan intisari permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian. Penelitian yang akan dilakukan berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian yang harus sesuai dengan latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian, manfaat penelitian berupa teoritis dan praktis yang diperoleh apabila tujuan penelitian tercapai.

BAB II memaparkan mengenai telaah pustaka yang berasal dari berbagai jurnal ilmiah nasional maupun internasional terdahulu beserta penelitian-penelitian terdahulu yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, landasan teori untuk memperkuat dasar penelitian, hipotesis yang berupa jawaban sementara atas suatu persoalan yang harus dibuktikan kebenarannya, serta kerangka berfikir.

BAB III memaparkan mengenai uraian metode penelitian yang terdiri dari desain penelitian, lokasi dan waktu, objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrument penelitian yang digunakan, dan jadwal penelitian.

BAB IV memaparkan pembahasan mengenai keterkaitan antara variabel penelitian yang diperoleh dari data permasalahan. Selanjutnya, menyelesaikan permasalahan tersebut sesuai dengan menggunakan metode penelitian serta menganalisis hasil penyelesaian masalah.

BAB V memaparkan kesimpulan yang berupa pernyataan singkat dan akurat yang diperoleh dari hasil pembahasan. Kesimpulan yang baik menjawab permasalahan dan tujuan penelitian. Saran disampaikan sebagai rekomendasi untuk kepentingan pengembangan riset selanjutnya atau perbaikan yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian. Hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya pengulangan suatu penelitian yang sama dan juga menghindari anggapan plagiasi terhadap penelitian terdahulu, maka diperlukan tinjauan pustaka yaitu sebagai berikut:

Dalam penelitian Anwar et al. (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank BSI (Bank Syariah Indonesia)” menunjukkan bahwa minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan. Hubungan antara minat nasabah untuk menabung dan kualitas layanan yang diberikan adalah sedang, yang menyiratkan bahwa hubungan tersebut tidak terlalu kuat atau terlalu lemah namun tetap substansial. Minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 71,5% dari variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 28,5% berasal dari variabel kualitas pelayanan.

Penelitian yang dilakukan Danuarta et al. (2023) menyatakan bahwasanya salah satu faktor yang mempengaruhi siswa untuk menabung pada bank syariah adalah faktor pelayanan. Mahasiswa memilih kegiatan perbankan di Bank syariah karena pelayanan baik yang diberikan bank yaitu kemudahan akses, tersedia mobile banking, dan masuk sesuai dengan prinsip Islam yang menghindari riba, gharar, maysir, haram dan zalim.

Dalam penelitian Aziz & Hendrastyo (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang” menyatakan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat pelanggan dalam menabung. Untuk

kualitas layanan dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat nasabah untuk menabung, namun kepercayaan tidak mempunyai pengaruh signifikan dan negatif terhadap kepentingan pelanggan dalam menabung.

Dalam penelitian Tulwaidah et al. (2023) yang bertujuan untuk mengukur pengaruh literasi keuangan terhadap tabungan mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Syariah di bank syariah UIN STS Jambi, menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung siswa.

Dalam penelitian Nst & Mujiatun (2023) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, digital marketing, dan promosi dari mulut ke mulut mengenai minat generasi z menabung di bank syariah, menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi z di bank syariah.

Dalam penelitian Simbolon & Soemitra (2022) yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada bank syariah, yakni pelayanan dan kualitas produk, ditemukan hasil bahwa literasi keuangan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Sedangkan variabel kepercayaan, pendapatan dan persepsi bagi hasil berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada nasabah. Penelitian ini berimplikasi pada bank syariah, perlunya meningkatkan penyediaan informasi tentang bank syariah seperti prinsip-prinsip syariah dan produk-produk di bank syariah agar minat menabung di bank syariah meningkat.

Dalam penelitiannya Zakiyah & Wahab (2022) yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, lokasi, dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Sirap Juai Desa, Kab. Balangan, menemukan bahwa 1) secara parsial variabel literasi keuangan, finansial sikap, lokasi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. 2)

Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersamaan) variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian Robyani et al. (2022) yang bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh religiusitas, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, di mana lokasi penelitiannya adalah Bank Syariah di Pasar Angso Duo Jambi, menunjukkan bahwa Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Promosi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Dalam penelitian Harahap et al. (2022) menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi, pelayanan dan religiusitas terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia Pekanbaru, baik secara simultan maupun parsial. Hal ini menunjukkan apabila Bank BSI memiliki lokasi dan pelayanan yang bagus, serta menanamkan nilai-nilai religiusitas dengan baik, maka akan meningkatkan minat menabung nasabah.

Dalam penelitian Raihana & Azhary (2020) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas, lokasi dan lingkungan sosial terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Aceh Syariah, menunjukkan bahwa 1) pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat. 2) religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat 3) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat 4) lingkungan sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat masyarakat kecamatan Seunagan menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Jeuram. 5) Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, dan Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat kecamatan Seunagan menabung di bank syariah khususnya menabung pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Jeuram. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Maharani et al. (2021) dan Sugiharto et al. (2022) juga menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung.

Dalam penelitian dari Musyaffa & Iqbal (2022) memperlihatkan bahwa religiusitas dan kualitas layanan tidak mempengaruhi minat menabung, sedangkan promosi mempengaruhi minat menabung. Religiusitas seorang muslim tidak mempengaruhi minat orang tersebut untuk menabung di bank syariah. Demikian pula dengan kualitas layanan dari bank syariah yang tidak menentukan minat menabung seorang muslim. Promosi menjadi satu-satunya faktor dalam penelitian ini yang mendorong minat menabung seorang muslim di bank syariah. Tingginya promosi terhadap seorang muslim tentang bank syariah akan meningkatkan minat orang tersebut untuk menabung di bank syariah.

Dalam penelitian yang dilakukan Rangkuti & Kholil (2023) dengan judul “Analisis Pengaruh Promosi, Produk, dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Penduduk Kecamatan Medan Sunggal di Bank Syariah” juga menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menabung pada bank syariah. Hal tersebut sejalan, seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Fathurrahman & Suhada (2023), bahwa promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa menabung pada bank syariah.

B. Kerangka Teori/ Landasan Teori

1. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behaviour (TPB) atau Teori Perilaku Terencana adalah teori yang menyoroti pentingnya rasionalitas dalam perilaku manusia, dengan keyakinan bahwa tindakan individu sebagian besar dikendalikan oleh kesadaran mereka. Selain itu, perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh niat seseorang, tetapi juga oleh faktor eksternal di luar kendali individu, seperti ketersediaan sumber daya dan kesempatan untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 1991).

Menurut Ajzen (1991) menyatakan bahwa *Theory of Planned Behavior* dipandang penting dalam memprediksi perilaku tertentu, dalam hal ini, minat nasabah untuk menabung. TPB banyak digunakan

untuk memahami respons seseorang, di mana konstruksinya bekerja dengan cara meningkatkan kecenderungan individu untuk bertindak berdasarkan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Semakin positif sikap dan norma subjektif terhadap perilaku menabung, serta semakin besar persepsi kontrol yang dirasakan, maka semakin kuat dorongan individu untuk melakukannya. Keputusan ini didasari oleh proses berpikir yang dipengaruhi oleh sikap, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Dengan demikian, *Theory of Planned Behavior* atau teori perilaku terencana yang sering digunakan sebagai landasan teori keperilakuan menjadi acuan dalam penelitian ini, karena penelitian ini meneliti mengenai perilaku keuangan.

2. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah memenuhi atau melebihi harapan dalam kondisi dinamis yang melibatkan produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan (Anwar et al., 2023). Menurut Musyaffa & Iqbal (2022), kualitas layanan dapat diartikan sebagai perbedaan antara kenyataan dan harapan terhadap layanan yang diterima atau didapatkan oleh pelanggan. Begitu pula menurut pendapat Cahyani, dkk bahwa Pelayanan sangat penting bagi kelangsungan hidup bank, khususnya bank syariah (Musyaffa & Iqbal, 2022).

Menurut penelitian Edi & Suherniyatin (2022), kualitas layanan perbankan syariah adalah gambaran lengkap dari ciri dan karakteristik suatu produk dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada penggunanya.

3. Literasi Keuangan

Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Tujuan literasi keuangan adalah meningkatkan kualitas keputusan finansial individu serta mengubah sikap dan perilaku

pengelolaan keuangan individu menjadi lebih baik, sehingga mereka dapat memahami dan menggunakan lembaga keuangan, produk, serta layanan yang sesuai untuk perekonomian (Tulwaidah et al., 2023).

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pemahaman tentang pengelolaan uang. Semakin tinggi tingkat pendidikan keuangan yang dimiliki seseorang, semakin rasional perilaku keuangan dan pengelolaan keuangan yang efektif yang dimilikinya (Syaifullah & Priyatno, 2022).

Literasi keuangan meliputi pemahaman konsumen dan investor tentang produk dan konsep keuangan, serta kemampuan dan keyakinan mereka dalam mengambil keputusan yang tepat. Literasi keuangan mencakup kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dan mencapai kesejahteraan. Terdapat lima bidang dalam literasi keuangan, yakni pemahaman konsep keuangan, kemampuan komunikasi konsep keuangan, keterampilan manajemen keuangan pribadi, keterampilan pengambilan keputusan keuangan, dan keyakinan dalam perencanaan keuangan masa depan (Widiawati et al., 2023).

4. Religiusitas

Religiusitas adalah cerminan dari keyakinan keagamaan seseorang yang tertanam dalam hatinya. Religiusitas memiliki makna mendalam bagi setiap individu, karena di dalamnya terkandung petunjuk sebagai pedoman hidup untuk meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat (Musyaffa & Iqbal, 2022).

Religiusitas merupakan kondisi dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatan terhadap agamanya (Harahap et al., 2022). Menurut penelitian Maharani et al. (2021), religiusitas dalam bahasa Inggris adalah *religion* yang memiliki arti agama. Religiusitas adalah tingkah laku keagamaan yang disertai dengan ketaatan ajaran agama yang dianutnya.

5. Promosi

Promosi adalah aktivitas yang dilakukan untuk mempengaruhi pelanggan/nasabah dalam menciptakan permintaan terhadap suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, promosi yang dilakukan oleh bank harus mampu menarik perhatian nasabah, memberikan kesan pertama yang kuat, dan mendorong rasa ingin tahu terhadap produk yang dipromosikan. Promosi atau iklan yang ditampilkan oleh bank harus efisien dan mudah dipahami oleh audiensnya (Aziz & Hendrastyo, 2019).

Musyaffa & Iqbal (2022) menjelaskan, bahwa faktor penentu minat menabung adalah promosi. Dalam penelitiannya juga dijelaskan menurut pendapat nengsih, dkk, bahwa semakin baik promosi yang sampai kepada seseorang tentang bank syariah maka akan semakin meningkatkan minat menabungnya.

Promosi juga diartikan sebagai upaya, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen mengenai suatu produk dengan harapan mereka akan membelinya (Agustin, 2018).

6. Minat Menabung

Minat dapat didefinisikan sebagai kondisi psikologis seseorang yang muncul sebelum melakukan tindakan, yang dapat digunakan sebagai penentu perilaku atau kegiatan yang akan dilakukan di masa mendatang. Dorongan seseorang untuk menabung, yaitu aktivitas yang berkembang sebagai respon dari keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian, disebut memiliki minat pelanggan (Anwar et al., 2023). Sedangkan menurut Tulwaidah et al. (2023), minat adalah suatu keinginan yang datang dengan sendirinya, tanpa dipaksa oleh orang lain untuk mengikuti suatu tujuan tertentu.

Menurut penelitian Harahap et al. (2022), menabung adalah tindakan menyisihkan sebagian dari pendapatan seseorang untuk diinvestasikan. Sedangkan dalam penelitian Maharani et al. (2021),

menabung merupakan cara untuk menyisihkan kekayaan yang dimiliki guna persiapan menghadapi pengeluaran di masa depan. Menabung adalah manifestasi dari kemampuan mengatur diri untuk memprioritaskan kebutuhan mendatang yang lebih esensial, sehingga tidak terpengaruh oleh dorongan impulsif atau hawa nafsu.

Dalam penelitian Harahap et al. (2022) minat untuk menabung sering kali dimulai dan dipengaruhi oleh berbagai stimulus eksternal, seperti pemasaran dan lingkungan sekitarnya. Kemudian, stimulus-stimulus tersebut diinternalisasikan dan diproses dalam dirinya. Sedangkan menurut penelitian Raihana & Azhary (2020), bahwa minat untuk menabung diasumsikan sebagai respons beli yang muncul ketika pelanggan merasa tertarik terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan pembelian.

7. Bank Syariah

Menurut Andrianto dan Firmansyah dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktik)” menjelaskan, bahwa bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Bank syariah adalah bank yang sistem perbankannya menganut prinsip-prinsip dalam islam. Bank syariah merupakan bank yang diimpikan oleh para umat islam (Andrianto & Firmansyah, 2019).

Sedangkan menurut Yana & Agustina (2023), Bank Syari'ah adalah lembaga keuangan yang semua operasinya diatur berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Bank Syari'ah menyediakan layanan pembayaran dengan menggunakan sistem bagi hasil dan tidak melibatkan bunga bank dalam transaksi operasionalnya. Bank Syari'ah berlandaskan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah seperti yang di jelaskan dalam surat (QS.Ali-Imron Juz 4 ayat 130):

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

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat keberuntungan (Qs. Ali Imron/3: 130)" (Al-Qur'an, 2021).

Dalam penelitian Robyani et al. (2022) menjelaskan, bahwa secara esensial, bank syariah berperan sebagai perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana. Bank syariah beroperasi tanpa menggunakan bunga atau riba, sesuai dengan prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadis.

C. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022), hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berfikir. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini:

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung.

Dalam penelitian Anwar et al. (2023) menyatakan bahwa minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan. Salah satu faktor yang mempengaruhi siswa untuk menabung pada bank syariah adalah faktor pelayanan (Danuarta et al., 2023). Dalam penelitian Aziz & Hendrastyo (2019), Robyani et al. (2022), dan Harahap et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat (nasabah) pada bank syariah, berdasarkan penjelasan tersebut diduga:

H1 : Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung.

Dalam penelitian Tulwaidah et al. (2023), Zakiyah & Wahab (2022), dan Nst & Mujiatun (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah, berdasarkan penjelasan tersebut diduga:

H2 : Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah.

3. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung.

Dalam penelitian Simbolon & Soemitra (2022), Zakiyah & Wahab (2022), Robyani et al. (2022), Harahap et al. (2022), Raihana & Azhary (2020), Maharani et al. (2021) dan Sugiharto et al. (2022) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung pada bank syariah, berdasarkan penjelasan tersebut diduga:

H3 : Religiusitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah.

4. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung.

Dalam penelitian Aziz & Hendrasto (2019), Musyaffa & Iqbal (2022), Nst & Mujiatun (2023), Fathurrahman & Suhada (2023), dan Rangkuti & Kholil (2023) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung pada bank syariah, berdasarkan penjelasan tersebut diduga:

H4 : Promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah.

5. Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi terhadap Minat Menabung.

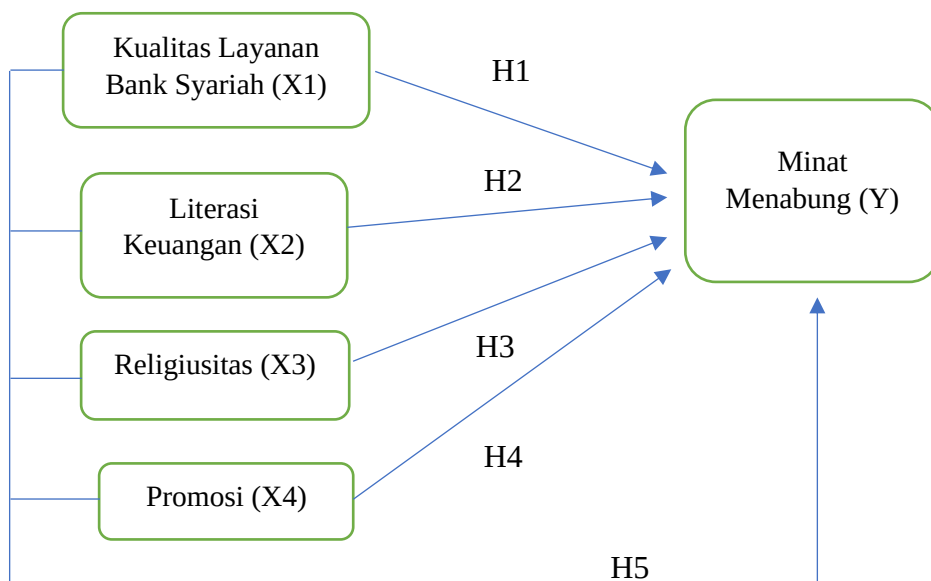
Peneliti belum menemukan penelitian yang menyatakan bahwa variabel kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah. Namun, ditemukan penelitian Sugiharto et al. (2022) yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, kualitas layanan, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah, berdasarkan penjelasan tersebut diduga:

H5: Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah.

D. Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan syariah, religiusitas, dan promosi terhadap minat menabung pada bank syariah di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta yang menjadi pengembangan dari penelitian (Sugiharto et al., 2022).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah variabel independen yaitu Kualitas Layanan Bank Syariah (X1), Literasi Keuangan Syariah (X2), Religiusitas (X3), Promosi (X4). Sedangkan variabel dependen yaitu Minat Menabung (Y).



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Pada penelitian ini, digunakan metode penelitian kuantitatif, menurut Mertha Jaya (2020), penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang memanfaatkan prosedur statistik atau metode lainnya untuk melakukan pengukuran secara kuantitatif dan menghasilkan temuan baru. Cresswell (2009) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah rangkaian metode yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel. Variabel-variabel tersebut diukur menggunakan alat pengukuran dalam penelitian ini, sehingga data yang terdiri dari nilai numerik dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik (Kusumastuti et al., 2020).

Penelitian ini mengadopsi pendekatan penelitian kuantitatif, sebagaimana yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017:8) bahwa metode penelitian kuantitatif merujuk pada metode penelitian yang berakar pada filosofi positivisme. Metode ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel yang spesifik, dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui instrumen penelitian yang valid dan reliabel. Data yang terkumpul dianalisis secara kuantitatif dan menggunakan teknik statistik yang sesuai. Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian berupa jenis survei. Menurut Hamdi et al. (2012:6), survei digunakan untuk mendapatkan gambaran umum tentang karakteristik populasi.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dilakukan pada penelitian ini yaitu bertempat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Ada beberapa alasan ilmiah yang mendukung pemilihan Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta sebagai lokasi penelitian dalam penelitian ini:

1. Keberagaman Populasi: Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta memiliki populasi yang beragam dari segi demografi, sosial, dan ekonomi. Keberagaman ini memungkinkan penelitian untuk memperoleh data yang lebih representatif mengenai pengaruh variabel-variabel yang diteliti terhadap minat menabung di bank syariah.
2. Pusat Ekonomi dan Perdagangan: Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta adalah pusat ekonomi dan perdagangan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kehadiran berbagai layanan perbankan dan promosi produk keuangan memungkinkan studi tentang efektivitas kualitas layanan dan promosi terhadap minat menabung.
3. Ketersediaan Data dan Aksesibilitas: Lokasi ini menyediakan akses yang lebih mudah untuk pengumpulan data, karena infrastruktur yang baik dan ketersediaan responden yang kemungkinan memenuhi kriteria penelitian.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas, Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta menjadi lokasi penelitian ini.

3. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pada bulan Juli 2024 hingga selesai.

4. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah terkait dengan informasi-informasi mengenai kualitas layanan bank syariah, literasi keuangan syariah, religiusitas, dan promosi dalam mempengaruhi minat menabung masyarakat pada bank syariah. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini meliputi masyarakat yang berada di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta belum pernah menabung di Bank Syariah.

5. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:130) populasi mengacu pada kumpulan individu yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis guna mencapai kesimpulan. Populasi tidak hanya berarti jumlah individu yang ada dalam subjek yang sedang diteliti, tetapi juga mencakup semua atribut dan sifat yang dimiliki oleh subjek tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat umum yang berada di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta yang mengetahui tentang Bank Syariah serta belum pernah menabung di Bank Syariah.

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ketika populasi memiliki ukuran yang besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua anggota populasi tersebut, misalnya karena kendala dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2018:131).

Untuk memperoleh sampel yang benar-benar valid dalam sebuah penelitian, diperlukan rumusan yang tepat untuk mengukur sampel dari populasi yang dibutuhkan. Salah satu cara untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin berikut ini (Sujarweni, 2015:82):

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Presentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih digunakan (1%, 5%, dan 10%).

Adapun beberapa alasan memilih rumus Slovin dalam menentukan jumlah minimum responden menurut Sugiyono (2019), yaitu:

1. Mengurangi kesalahan sampling: Dengan menggunakan rumus Slovin, peneliti dapat menghindari kesalahan sampling yang mungkin terjadi akibat pengambilan sampel yang tidak representatif.

2. Efisien dalam hal waktu dan biaya: Rumus Slovin memungkinkan peneliti untuk menentukan ukuran sampel yang optimal dengan cepat dan dengan biaya yang minimal.
3. Menghasilkan data yang representatif: Dengan menggunakan rumus Slovin, peneliti dapat memastikan bahwa sampel yang diambil mewakili populasi yang lebih besar, sehingga hasil penelitian menjadi lebih bisa dipercaya.

Tabel 3. 1
Data Jumlah Populasi

No.	Wilayah Administrasi	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1.	Kabupaten Sleman	1.300.361
2.	Kota Yogyakarta	455.535
Total		1.755.896

Sumber: Proyeksi Jumlah Penduduk Tahun 2023 (BPS, 2024).

Dengan rumus diatas, maka peneliti dapat membuat perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.755.896}{1 + (1.755.896 \times 0,1^2)}$$

$$n = 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dengan melihat berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel minimal yang didapat untuk penelitian ini sebesar 100 orang dari seluruh masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta yang memiliki minat menabung di bank syariah. Penelitian ini menerapkan teknik probability sampling (Sugiyono, 2011). Kemudian dari jumlah sampel yang telah ditentukan sebagaimana rumusnya, peneliti akan membagi proporsi pada wilayah administrasi sebagaimana yang akan ditampilkan pada tabel dibawah ini:

$$n = \frac{N1}{N2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N1 = Sampel populasi kabupaten/kota

N2 = Sampel populasi secara keseluruhan

Tabel 3. 2
Data Jumlah Sampel

No.	Wilayah Administrasi	Jumlah Penduduk	Presentase (%)	Jumlah Sampel
1.	Kabupaten Sleman	1.300.361	74,1%	74
2.	Kota Yogyakarta	455.535	25,94%	26
Total		1.755.896	100%	100

Sumber: Proyeksi Jumlah Penduduk Tahun 2023 (BPS, 2024).

Adapun kriteria atau persyaratan dalam pengambilan dan penentuan sampel adalah sebagai berikut:

- a. Masyarakat umum yang bertempat tinggal di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta (Mahasiswa, Pekerja, dan atau Masyarakat ber-KTP di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta).
- b. Usia di atas 17 tahun.
- c. Beragama Islam
- d. Belum pernah menabung pada bank syariah.

6. Sumber Data

Dalam pengumpulan data penelitian ini, penulis membutuhkan sumber data, yakni data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer, seperti yang dijelaskan oleh Siyoto & Sodik (2015), merujuk pada data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dengan menggunakan kuesioner yang

melibatkan 121 responden yang merupakan masyarakat umum di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta yang memiliki pengetahuan tentang Bank Syariah, serta belum pernah menabung di Bank Syariah. Data tersebut diperoleh melalui jawaban kuesioner yang diberikan kepada responden.

b. Data Sekunder

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu sumber data yang tidak diberikan langsung kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data sekunder dengan cara menggunakan studi literatur yang terdiri dari kajian teori, penelitian terdahulu, dan model yang kemudian digabungkan dengan fenomena maupun kejadian yang diperoleh dari situs web, artikel atau jurnal publikasi, majalah, dan sumber lainnya yang relevan.

7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner (angket), dikarenakan jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2019:199). Skala pengukuran digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai pengaruh kualitas layanan bank syariah, literasi keuangan syariah, religiusitas, dan promosi terhadap minat menabung masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.

8. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel

a. Definisi Konsep

Dalam penelitian, konsep menjadi unsur utama yang digunakan oleh peneliti untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial.

Konsep tersebut merupakan generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu yang dapat digunakan untuk menggambarkan berbagai fenomena serupa. Konsep-konsep yang bersifat abstrak tersebut perlu didefinisikan dengan jelas agar penelitian dapat dipahami oleh banyak pihak, sesuai dengan penjelasan Siyoto dan Sodik (2015:13). Oleh karena itu, penting untuk menjelaskan definisi konsep agar penelitian tetap fokus pada masalah-masalah variabel yang menjadi panduan dalam penelitian tersebut. Dengan demikian, definisi konsep membantu dalam menetapkan topik, arah, dan tujuan penelitian agar tidak menyimpang dari fokus yang diinginkan. Adapun definisi konsep dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Kualitas Layanan Bank Syariah (X1) adalah memenuhi atau melebihi harapan dalam kondisi dinamis yang melibatkan produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan (Anwar et al., 2023).
- b) Literasi Keuangan (X2) adalah pemahaman tentang pengelolaan uang. Semakin tinggi tingkat pendidikan keuangan yang dimiliki seseorang, semakin rasional perilaku keuangan dan pengelolaan keuangan yang efektif yang dimilikinya (Syaifullah & Priyatno, 2022).
- c) Religiusitas (X3) adalah cerminan dari keyakinan keagamaan seseorang yang tertanam dalam hatinya. Religiusitas memiliki makna mendalam bagi setiap individu, karena di dalamnya terkandung petunjuk sebagai pedoman hidup untuk meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat (Musyaffa & Iqbal, 2022).
- d) Promosi (X4) adalah aktivitas yang dilakukan untuk mempengaruhi pelanggan/nasabah dalam menciptakan permintaan terhadap suatu produk atau jasa (Aziz & Hendrastyo, 2019).
- e) Minat Menabung (Y) adalah respons beli yang muncul ketika pelanggan merasa tertarik terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan pembelian (Raihana & Azhary, 2020).

b. Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk mengklarifikasi definisi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, baik itu variabel independen maupun variabel dependen. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pengumpulan data tidak menghasilkan bias yang dapat memengaruhi interpretasi data (Bawono, 2006:27). Definisi operasional perlu diberikan dengan jelas terhadap variabel-variabel dalam penelitian agar mempermudah peneliti dalam mencari hubungan antar variabel dan mengukurnya. Hal ini dikarenakan banyak konsep yang bersifat sangat abstrak, terutama pada teori umum atau grand theory. Definisi operasional dapat dikatakan sebagai salah satu elemen penting yang membantu dalam komunikasi antara penelitian serta memberikan petunjuk tentang bagaimana variabel tersebut diukur (Siyoto & Sodik, 2015:16).

a) Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2019:69), variabel independen memiliki beberapa istilah lain seperti variabel stimulus, predictor, dan antecedent. Dalam bahasa Indonesia, variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebas yang diteliti adalah kualitas layanan bank syariah, literasi keuangan syariah, religiusitas, dan promosi.

b) Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2019:69), variabel dependen memiliki beberapa istilah lain seperti variabel output, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia, variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat yang diteliti adalah minat menabung pada bank syariah.

Tabel 3. 3

Indikator Variabel

Variabel	Rujukan	Indikator	No Item
Kualitas Layanan (X1)	(Sugiharto et al., 2022)	Keandalan	X1.1 – X1.2
		Daya Tangkap	X1.3 – X1.4
		Jaminan	X1.5 – X1.6
		Bukti Langsung	X1.7 – X1.8
	(Fandy, 2000)	Empati	X1.9 – X1.10
Literasi Keuangan (X2)	(Sugiharto et al., 2022)	Sikap	X2.1 – X2.2
		Pengetahuan	X2.3 – X2.5
		Kemampuan	X2.6 – X2.10
Religiusitas (X3)	(Sugiharto et al., 2022)	Dimensi Ideologis	X3.1 – X3.3
		Dimensi Eksperensial	X3.4 – X3.7
		Dimensi Ritualistik	X3.8 – X3.10
Promosi (X4)	(Sugiharto et al., 2022)	Periklanan	X4.1 – X4.2
		Promosi Penjualan	X4.3 – X4.4
		Penjualan Langsung	X4.5 – X4.6
		Publisitas	X4.7 – X4.8
		Penjualan Pribadi	X4.9 – X4.10
Minat Menabung	(Sugiharto et al., 2022)	Minat Menabung Nasabah	Y1 – Y10

9. Instrumen Penelitian yang Digunakan

Instrumen penelitian digunakan sebagai alat bantu oleh peneliti untuk mempermudah pengumpulan data yang diperlukan. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah angket atau kuesioner dengan bentuk skala bertingkat. Skala tersebut memungkinkan responden untuk memberikan jawaban dengan menggunakan pernyataan bertingkat yang mencakup rentang dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, sebagaimana dijelaskan oleh (Siyoto & Sodik, 2015:80). Peneliti membagikan kuesioner kepada responden melalui google form. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti. Metode pengumpulan

data dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statement atau pernyataan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Adapun skala likert yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Skala Likert

No	Jawaban	Score
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2019:147).

Dilakukan modifikasi skala likert dengan maksud untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat. Hal ini berdasarkan pendapat dari Kriyantono (2012:97), dimana untuk beberapa riset, skala likert dapat digunakan dengan meniadakan pilihan jawaban netral (ragu-ragu), karena kategori tersebut memiliki makna ganda yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral atau ragu-ragu. Dengan demikian, pilihan jawaban dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Modifikasi Skala Likert

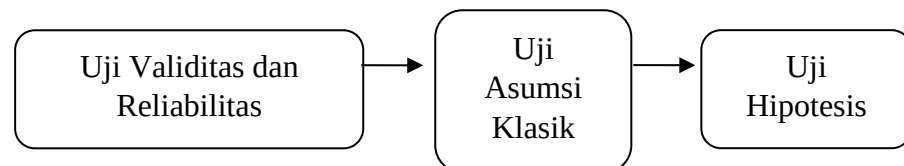
No	Jawaban	Score
----	---------	-------

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

Sumber: (Kriyantono, 2012:97).

10. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan software SPSS versi 25. Regresi linier berganda bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Data yang diperoleh dari penelitian ini akan diuji untuk mengukur validitas dan kualitasnya melalui uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji normalitas, dan uji autokorelasi. Setelah itu, dilakukan uji statistik yang mencakup uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi.



Gambar 3. 1 Tahapan Uji Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah proses pengujian yang bertujuan untuk menentukan apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid atau dapat secara tepat mengukur apa yang dimaksudkan (Noor, 2017:132). Dengan kata lain, uji validitas ini berkaitan dengan keakuratan instrumen dalam mengukur konsep yang diinginkan. Uji validitas dilakukan terhadap setiap pernyataan dalam instrumen penelitian (kuesioner) dengan membandingkan korelasi antara skor setiap pernyataan dengan skor totalnya (Pravasanti & Tho'in, 2018:13).

Untuk menentukan validitas dari setiap item pertanyaan, kriteria berikut ini ditetapkan (Bawono, 2006:69):

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 maka tiap item kuesioner yang dijadikan alat pengukur dapat dikatakan valid atau terdapat korelasi yang nyata pada kedua variabel.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 maka tiap item kuesioner tersebut dapat dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang diperoleh dari jawaban responden terhadap kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana keandalan alat ukur tersebut dalam penelitian. Keandalan kuesioner dapat dikatakan tercapai jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Setiap alat ukur dalam penelitian seharusnya mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten, artinya jika alat tersebut digunakan secara berulang untuk mengukur hal yang sama, maka hasilnya akan tetap sama dalam kondisi yang sama (Noor, 2017:131). Teknik yang digunakan dalam mengukur reliabilitas adalah teknik Alpha Cronbach. Suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Bawono, 2006:63). Dalam pengujian instrumen ini, peneliti menggunakan metode one shot, yaitu pengukuran hanya dilakukan sekali dan tidak diulang kepada responden yang sama dengan pertanyaan yang sama. Namun, data yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan pertanyaan yang lain.

c. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data variabel dependen dan independen yang digunakan dalam model regresi terdistribusi secara normal atau tidak (Bawono, 2006:174). Menurut Ghazali (2018:163), normalitas dapat dideteksi dengan mengobservasi penyebaran titik pada sumbu

diagonal dalam grafik atau dengan melihat histogram dari residual dengan pengambilan keputusan didasarkan pada analisis berikut:

- 1) Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau jika grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Namun, jika data tersebar menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, atau jika grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain menggunakan analisis grafik *P-P Plot of Regression Standardized Residual*, peneliti juga menggunakan uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk memeriksa apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak. Keputusan diambil berdasarkan signifikansi nilai, yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data residual memiliki distribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data residual tidak memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:166).

b) Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas adalah kondisi di mana terdapat korelasi antara variabel-variabel independen satu sama lain (Bawono, 2006:115). Variabel-variabel independen yang saling berkorelasi disebut sebagai variabel tidak ortogonal. Dalam konteks ini, variabel dikatakan ortogonal jika tidak ada korelasi antara variabel-variabel independen tersebut, yaitu memiliki nilai korelasi antara mereka yang sama dengan nol.

Ghozali (2018:107) menyatakan bahwa keberadaan multikolinearitas dalam sebuah model regresi dapat dideteksi menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini memberikan informasi mengenai sejauh mana variabel independen saling menjelaskan satu sama lain. Nilai *Tolerance* rendah dan VIF tinggi menandakan adanya multikolinearitas (karena $VIF = 1/Tolerance$). Terdapat cutoff nilai yang digunakan untuk mengindikasikan adanya multikolinearitas, yaitu jika nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau VIF ≥ 10 . Sebaliknya, jika nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ atau VIF ≤ 10 , maka tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk mengevaluasi adanya multikolinearitas dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan variansi residual antara observasi dalam model regresi. Jika variansi tersebut tetap, disebut sebagai homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas (Pradana, 2018:198). Heteroskedastisitas terjadi ketika variansi dari variabel pengganggu tidak sama untuk setiap observasi, yang menyebabkan penaksir menjadi tidak efisien baik dalam pengujian dengan sampel besar maupun sampel kecil, dan uji t-tes dan uji F-tes dapat menghasilkan kesimpulan yang salah. Model regresi linier yang baik adalah model dengan variansi yang sama (homoskedastisitas), artinya variansi dari setiap disturbance term yang terbatas oleh nilai tertentu terkait dengan variabel-variabel independen memiliki nilai konstan yang sama (Bawono, 2006:133).

Menurut Ghozali (2018:138), untuk mengidentifikasi keberadaan heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan melihat

grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residual (SRESID). Dalam analisis tersebut, perhatian diberikan pada pola khusus yang terlihat dalam scatterplot antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y mewakili nilai Y yang telah diprediksi dan sumbu X mewakili residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized dengan dasar analisis sebagai berikut:

- 1) Jika terdapat pola tertentu seperti adanya titik-titik yang membentuk pola teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit, maka hal tersebut menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas.
- 2) Namun, jika tidak terlihat adanya pola yang jelas dan titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara residual (kesalahan pengganggu) pada periode t dengan residual (kesalahan pengganggu) pada periode $t-1$ dalam model regresi linear. Jika terdapat korelasi, hal ini menunjukkan adanya masalah autokorelasi (Ghozali, 2018:111). Sebuah model regresi dianggap baik jika bebas atau tidak terdapat autokorelasi. Untuk mendeteksi keberadaan autokorelasi dalam suatu penelitian, dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test). Keputusan mengenai adanya atau tidaknya autokorelasi dalam uji Durbin Watson didasarkan pada perbandingan nilai DW dengan batas atas (du) dan batas bawah ($4 - du$). Jika nilai DW lebih besar dari batas atas (du) dan kurang dari $4 - du$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif ($du < d < 4 - du$).

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) dalam bukunya menjelaskan bahwa analisis regresi linear berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dan dua atau lebih variabel independen.

Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Literasi Keuangan

X3 = Religiusitas

X4 = Promosi

e = Error

e. Uji Hipotesis

a) Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (Bawono, 2006:89). Untuk dapat mengetahui “Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah” yaitu dengan menggunakan uji parsial dengan rumus sebagaimana dalam penelitian (Syamsir, 2023):

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi parsial

n = Jumlah sample

Membandingkan antara p value dengan tingkat signifikansi 0,05, maka dapat ditentukan apakah Ho ditolak atau diterima (Ho diterima apabila p value > 0,05, Ho ditolak apabila p value < 0,05). Kriteria signifikansi hipotesis adalah: 1) Jika signifikansi > 0,05 maka Ho diterima. 2) Jika signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak.

b) Uji F_{tes} (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) secara simultan terhadap variabel dependen (Y) yakni: Kualitas Layanan (X1), Literasi Keuangan (X2), Religiusitas (X3), dan Promosi (X4) terhadap minat menabung (Y) dengan menggunakan rumus sebagaimana dalam penelitian (Syamsir, 2023):

$$F_h = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1 - R^2)}{(n - k - 1)}}$$

Keterangan :

R = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Anggota Sample

Uji F_{tes} digunakan untuk menguji sejauh mana variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai F hitung kurang dari nilai F tabel atau nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (Ho) diterima, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen secara bersama-sama. Namun, jika nilai F hitung lebih besar atau sama dengan nilai F tabel atau nilai sig. kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (Ho) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan

antara variabel independen dan variabel dependen secara bersama-sama (Bawono, 2006:92).

f. Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, atau dapat dikatakan seberapa besar kontribusi variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen (Bawono, 2006:92). Pengujian ini dilakukan dengan memeriksa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari analisis persamaan regresi. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sedangkan semakin mendekati nilai 1 menunjukkan bahwa variabel independen mampu memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Sugiyono (2010) mengemukakan bahwa besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Profil Responden

Deskripsi profil responden bertujuan untuk menggambarkan responden berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, daerah domisili, pekerjaan, dan penghasilan. Responden dalam penelitian ini sebanyak 121 responden dan sudah memenuhi ketentuan jumlah minimum sampel, yakni 100 sampel responden. Bagian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang sampel yang diambil dan digunakan dalam penelitian.

a) Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil dari penyebaran responden yang dilakukan dalam penelitian memberikan petunjuk pada klasifikasi berdasarkan jenis kelamin yang akan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Item	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki-laki	67	44.6%
2.	Perempuan	54	55.4%
Total		121	100%

(Sumber: data primer yang diolah, 2024)

Berdasarkan pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa hasil dari identifikasi pada penyebaran kusioner penelitian berdasarkan klasifikasi jenis kelamin ini diketahui bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 67 orang atau sebesar 55.4%. Sedangkan responden perempuan pada penelitian ini sebanyak 54 orang atau sebesar 44.6%. Dari hasil identifikasi jenis kelamin diatas dapat ditinjau bahwa responden laki-laki lebih

banyak kontribusi pada pengisian kusioner dibandingkan dengan responden perempuan.

b) Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Usia

Hasil dari penyebaran responden yang dilakukan dalam penelitian memberikan petunjuk pada klasifikasi berdasarkan usia yang akan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 2
Responden Berdasarkan Usia

No	Item	Frekuensi	Persentase (%)
1.	17 – 27 Tahun	83	68.6%
2.	28 – 43 Tahun	30	24.8%
3.	>43 Tahun	8	6.6%
Total		121	100%

(Sumber: data primer yang diolah, 2024)

Berdasarkan pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa hasil dari identifikasi pada penyebaran kusioner penelitian berdasarkan klasifikasi usia ini diketahui bahwa sebagian besar responden adalah dengan usia 17-27 tahun yaitu sebanyak 83 orang atau sebesar 68.6%. Kemudian disusul oleh responden yang berusia 28-43 tahun sebanyak 30 orang atau sebesar 24.8%. Responden yang berusia >43 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 6.6%. Dari hasil identifikasi umur diatas dapat disimpulkan bahwa responden berumur 17-27 tahun lebih banyak dalam kontribusi pengisian kusioner dibandingkan dengan responden dengan umur lain.

c) Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Daerah Domisili

Hasil dari penyebaran responden yang dilakukan dalam penelitian memberikan petunjuk pada klasifikasi berdasarkan daerah domisili yang akan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 3
Responden Berdasarkan Daerah Domisili

No	Daerah Domisili	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Kabupaten Sleman	82	67.8%
2.	Kota Yogyakarta	39	32.2%
Total		121	100%

(Sumber: data primer yang diolah, 2024)

Berdasarkan pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa hasil dari identifikasi pada penyebaran kusioner penelitian berdasarkan klasifikasi daerah domisili ini diketahui bahwa sebagian besar responden adalah dengan domisili di daerah Kabupaten Sleman yaitu sebanyak 82 orang atau sebesar 67.8%. Kemudian responden dengan domisili di daerah Kota Yogyakarta sebanyak 39 orang atau sebesar 32.2%.

Dari hasil identifikasi daerah diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan domisili di daerah Kabupaten Sleman lebih banyak dalam kontribusi pengisian kusioner dibandingkan dengan responden dengan domisili daerah Kota Yogyakarta.

d) Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan

Hasil dari penyebaran responden yang dilakukan dalam penelitian memberikan petunjuk pada klasifikasi berdasarkan pekerjaan yang akan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	PNS	19	15.7%
2.	Karyawan Swasta	33	27.3%

3.	Wirausaha	19	15.7%
4.	Guru/Dosen	14	11.6%
5.	Pelajar/Mahasiswa	33	27.3%
6.	Lainnya	3	2.4%
Total		121	100%

(Sumber: data primer yang diolah, 2024)

Berdasarkan pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil dari identifikasi pada penyebaran kusioner penelitian berdasarkan klasifikasi pekerjaan ini diketahui bahwa sebagian besar responden adalah dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta yaitu masing-masing sebanyak 33 orang atau sebesar 27.3%. Kemudian disusul oleh responden dengan pekerjaan PNS dan wirausaha, yaitu masing-masing sebanyak 19 orang atau sebesar 15.7%. Responden dengan pekerjaan guru/dosen sebanyak 14 orang atau sebesar 11.6%. Dan responden dengan pekerjaan lain sebanyak 3 orang atau sebesar 2.4%.

Dari hasil identifikasi daerah diatas dapat disimpulkan bahwa responden pekerjaan pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta lebih banyak dalam kontribusi pengisian kusioner dibandingkan dengan responden dengan pekerjaan lainnya.

e) Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Penghasilan

Hasil dari penyebaran responden yang dilakukan dalam penelitian memberikan petunjuk pada klasifikasi berdasarkan pekerjaan yang akan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5
Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	100.000 – 500.000	21	17.4%
2.	500.000 – 1.500.000	15	12.4%

3.	1.500.000 – 5.000.000	62	51.2%
4.	>5.000.000	23	19%
Total		121	100%

(Sumber: data primer yang diolah, 2024)

Berdasarkan pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil dari identifikasi pada penyebaran kusioner penelitian berdasarkan klasifikasi penghasilan ini diketahui bahwa sebagian besar responden adalah dengan penghasilan 1.500.000 – 5.000.000 yaitu sebanyak 62 orang atau sebesar 51.2%. Kemudian disusul oleh responden dengan penghasilan >5.000.000 sebanyak 23 orang atau 19%. Responden dengan penghasilan 100.000 – 500.000 sebanyak 21 orang atau sebesar 17.4%. Responden dengan penghasilan 500.000 – 1.500.000 sebanyak 15 orang atau sebesar 12.4%.

Dari hasil identifikasi daerah diatas dapat disimpulkan bahwa responden penghasilan 1.500.000 – 5.000.000 lebih banyak dalam kontribusi pengisian kusioner dibandingkan dengan responden dengan penghasilan lainnya.

2. Hasil Penelitian Olah Data

- a) Uji Kualitas Data
 - 1) Uji Validitas

Uji validitas adalah proses pengujian yang bertujuan untuk menentukan apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid atau dapat secara tepat mengukur apa yang dimaksudkan (Noor, 2017:132). Dengan kata lain, uji validitas ini berkaitan dengan keakuratan instrumen dalam mengukur konsep yang diinginkan. Uji validitas dilakukan terhadap setiap pernyataan dalam instrumen penelitian (kuesioner) dengan membandingkan korelasi antara skor setiap pernyataan dengan skor totalnya (Pravasanti & Tho'in, 2018:13). Untuk

menentukan validitas dari setiap item pertanyaan, kriteria berikut ini ditetapkan (Bawono, 2006:69):

- i. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 maka tiap item kuesioner yang dijadikan alat pengukur dapat dikatakan valid atau terdapat korelasi yang nyata pada kedua variabel.
- ii. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 maka tiap item kuesioner tersebut dapat dikatakan tidak valid.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,695	0,1786	Valid
X1.2	0,636	0,1786	Valid
X1.3	0,632	0,1786	Valid
X1.4	0,699	0,1786	Valid
X1.5	0,635	0,1786	Valid
X1.6	0,663	0,1786	Valid
X1.7	0,774	0,1786	Valid
X1.8	0,679	0,1786	Valid
X1.9	0,631	0,1786	Valid
X1.10	0,623	0,1786	Valid
X2.1	0,698	0,1786	Valid
X2.2	0,664	0,1786	Valid
X2.3	0,628	0,1786	Valid
X2.4	0,698	0,1786	Valid
X2.5	0,652	0,1786	Valid
X2.6	0,707	0,1786	Valid
X2.7	0,809	0,1786	Valid
X2.8	0,694	0,1786	Valid

X2.9	0,620	0,1786	Valid
X2.10	0,610	0,1786	Valid
X3.1	0,627	0,1786	Valid
X3.2	0,619	0,1786	Valid
X3.3	0,544	0,1786	Valid
X3.4	0,604	0,1786	Valid
X3.5	0,604	0,1786	Valid
X3.6	0,527	0,1786	Valid
X3.7	0,414	0,1786	Valid
X3.8	0531	0,1786	Valid
X3.9	0,598	0,1786	Valid
X3.10	0,515	0,1786	Valid
X4.1	0,677	0,1786	Valid
X4.2	0,633	0,1786	Valid
X4.3	0,553	0,1786	Valid
X4.4	0,624	0,1786	Valid
X4.5	0,567	0,1786	Valid
X4.6	0,545	0,1786	Valid
X4.7	0,447	0,1786	Valid
X4.8	0,496	0,1786	Valid
X4.9	0,620	0,1786	Valid
X4.10	0,586	0,1786	Valid
Y1	0,517	0,1786	Valid
Y2	0,692	0,1786	Valid
Y3	0,476	0,1786	Valid
Y4	0,636	0,1786	Valid
Y5	0,601	0,1786	Valid
Y6	0,611	0,1786	Valid
Y7	0,643	0,1786	Valid
Y8	0,513	0,1786	Valid

Y9	0,491	0,1786	Valid
Y10	0,439	0,1786	Valid

(Sumber: data primer yang diolah, 2024)

Untuk mengetahui kusioner mana yang valid atau tidak valid, maka harus mencari tahu dengan menggunakan uji validitas yang dapat dilihat atau dibandingkan antara r tabel dengan r hitung. Berdasarkan tabel hasil uji validitas item-item variabel diatas, diketahui bahwa pada kusioner terdapat 5 variabel yang berisi 50 pernyataan kusioner yang telah diisikan oleh 121 responden. Rumus untuk mencari r tabel adalah $df = N-2$ yaitu $df = 121-2 = 119$, sehingga nilai r tabel adalah 0,1786. Berdasarkan hasil perhitungan validasi dari tabel diatas, dapat kita lihat bahwa r hitung lebih besar dari r tabel yang terdapat pada 50 pernyataan kusioner, sehingga dapat dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang diperoleh dari jawaban responden terhadap kusioner dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana keandalan alat ukur tersebut dalam penelitian. Keandalan kusioner dapat dikatakan tercapai jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Setiap alat ukur dalam penelitian seharusnya mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten, artinya jika alat tersebut digunakan secara berulang untuk mengukur hal yang sama, maka hasilnya akan tetap sama dalam kondisi yang sama (Noor, 2017:131).

Kemudian dari hasil uji reliabilitas pada peneltiian ini yang digunakan terhadap 121 responden menggunakan program SPSS vs 25 sebagaimana dapat dilihat pada gambar-gambar dibawah ini:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.862	10

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Gambar 4. 1

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X1)

Suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik, jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Bawono, 2006:63). Berdasarkan gambar diatas, hasil uji reliabilitas variabel kualitas layanan (X1) dengan menggunakan program SPSS vs 25, menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha yaitu $0,862 > 0,6$, sehingga variabel X1 dapat dinyatakan reliabel.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	10

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Gambar 4. 2

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan (X2)

Suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik, jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Bawono, 2006:63). Berdasarkan gambar diatas, hasil uji reliabilitas variabel literasi keuangan (X2) dengan menggunakan program SPSS vs 25, menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha yaitu $0,870 > 0,6$, sehingga variabel X2 dapat dinyatakan reliabel.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.755	10

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Gambar 4. 3
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (X3)

Suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik, jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Bawono, 2006:63). Berdasarkan gambar diatas, hasil uji reliabilitas variabel religiusitas (X3) dengan menggunakan program SPSS vs 25, menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha yaitu $0,755 > 0,6$, sehingga variabel X3 dapat dinyatakan reliabel.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	10

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Gambar 4. 4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X4)

Suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik, jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Bawono, 2006:63). Berdasarkan gambar diatas, hasil uji reliabilitas variabel promosi (X4) dengan menggunakan program SPSS vs 25, menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha yaitu $0,775 > 0,6$, sehingga variabel X4 dapat dinyatakan reliabel.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.761	10

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Gambar 4. 5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung (Y)

Suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik, jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Bawono, 2006:63). Berdasarkan gambar diatas, hasil uji reliabilitas variabel minat menabung (Y) dengan menggunakan program SPSS vs 25, menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha yaitu $0,761 > 0,6$, sehingga variabel Y dapat dinyatakan reliabel.

b) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data variabel dependen dan independen yang digunakan dalam model regresi terdistribusi secara normal atau tidak (Bawono, 2006:174). Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa pengujian yaitu uji normalitas dengan melihat histogram, uji normalitas dengan melihat P-P Plot, dan uji normalitas dapat diperkuat dengan pengujian Kolmogorov-smirnov test.

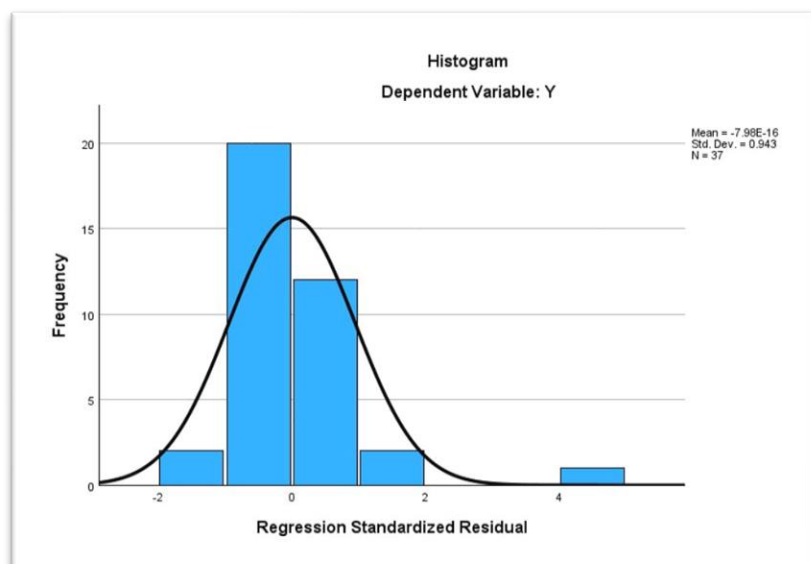
Menurut Ghozali (2018:163), normalitas dapat dideteksi dengan mengobservasi penyebaran titik pada sumbu diagonal dalam grafik atau dengan melihat histogram dari residual dengan pengambilan keputusan didasarkan pada analisis berikut:

- i. Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau jika grafik histogram

menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- ii. Namun, jika data tersebar menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, atau jika grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas yang menggunakan grafik analisis dan grafik statistic yakni berupa grafik histogram dan grafik P-P Plot dapat dilihat pada gambar 4.6 dan gambar 4.7.

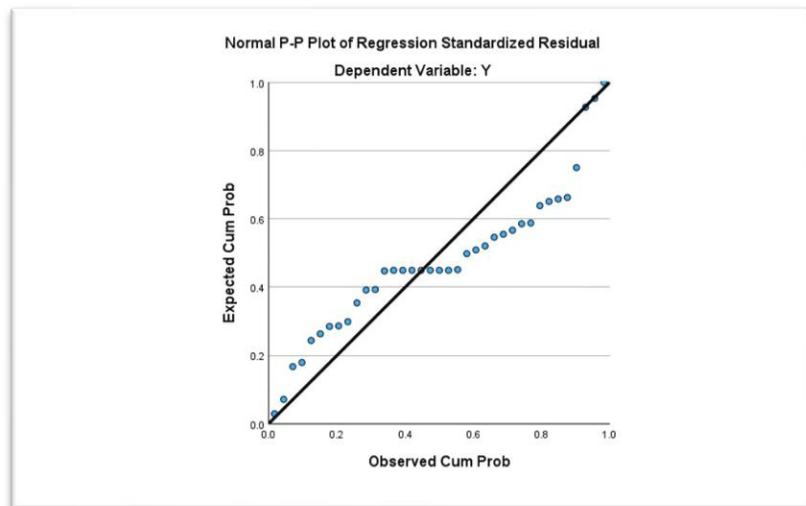


(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Gambar 4. 6
Uji Normalitas dengan Histogram

Berdasarkan gambar histogram diatas, grafik histogram yang dikatakan normal, apabila memiliki distribusi data yang membentuk lonceng (bell shaped) atau dapat dikatakan tidak condong ke kanan atau ke kiri. Dapat kita lihat bahwa pada gambar grafik histogram diatas menunjukkan bahwa distribusi data membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan dan tidak

condong ke kiri sehingga dapat dikatakan histogram pada gambar diatas dinyatakan normal.



(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Gambar 4. 7
Uji Normalitas dengan P-P Plot

Berdasarkan gambar P-P Plot diatas, dapat diketahui dengan melihat pada penyebaran item atau titik terhadap garis diagonal yang ada pada grafik tersebut. Grafik P-P Plot dapat dinyatakan tidak memenuhi syarat asumsi normalitas ketika item penyebarannya jauh dari garis diagonal atau dapat dikatakan tidak mengikuti arah garis diagonal.

Dari hasil gambar grafik diatas, menyatakan bahwa lengkungannya menunjukkan bentuk P-P Plot disekitar garis regresi. Grafik P-P Plot pada gambar diatas, menunjukkan bahwa pada data tersebut menyebar disekitar garis diagonal atau dengan kata lain mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dikatakan berdistribusi normal ataupun telah memenuhi syarat normalitas.

Selain menggunakan analisis grafik P-P Plot, dalam uji normalitas, peneliti juga menggunakan uji statistik

nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S), untuk memeriksa apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak.

Keputusan diambil berdasarkan signifikansi nilai, yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data residual memiliki distribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data residual tidak memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:166).

Tabel 4. 7
Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardiz ed Residual	Unstandardiz ed Residual	Unstandardiz ed Residual	Unstandardiz ed Residual
N		121	121	121	121
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.43374845	3.43439666	3.20231962	3.22257737
Most Extreme Differences	Absolute	.073	.066	.089	.121
	Positive	.070	.039	.049	.051
	Negative	-.073	-.066	-.089	-.121
Test Statistic		.073	.066	.089	.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.176 ^c	.200 ^{c,d}	.020 ^c	.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Berdasarkan tabel uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test menggunakan program SPSS vs 25 diatas, dapat dilihat nilai signifikansi pada variabel kualitas layanan, *Asymp. Sig (2-tailed)* bernilai 0,176 lebih besar dari 0,05. Maka berdasarkan dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas kolmogorov-smirnov, dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas layanan berdistribusi normal.

Selanjutnya, berdasarkan tabel uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test menggunakan program SPSS vs 25 diatas, dapat dilihat nilai signifikansi pada variabel literasi keuangan, *Asymp. Sig (2-tailed)* bernilai 0,200 lebih besar dari

0,05. Maka berdasarkan dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas kolmogorov-smirnov, dapat dinyatakan bahwa variabel literasi keuangan berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test menggunakan program SPSS vs 25 diatas, dapat dilihat nilai signifikansi pada variabel religiusitas, *Asymp. Sig (2-tailed)* bernilai 0,020 lebih kecil dari 0,05. Maka berdasarkan dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas kolmogorov-smirnov, dapat dinyatakan bahwa variabel religiusitas tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test menggunakan program SPSS vs 25 diatas, dapat dilihat nilai signifikansi pada variabel promosi, *Asymp. Sig (2-tailed)* bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka berdasarkan dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas kolmogorov-smirnov, dapat dinyatakan bahwa variabel promosi tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi di mana terdapat korelasi antara variabel-variabel independen satu sama lain (Bawono, 2006:115). Variabel-variabel independen yang saling berkorelasi disebut sebagai variabel tidak ortogonal. Dalam konteks ini, variabel dikatakan ortogonal jika tidak ada korelasi antara variabel-variabel independen tersebut, yaitu memiliki nilai korelasi antara mereka yang sama dengan nol. Ghazali (2018:107) menyatakan bahwa keberadaan multikolinearitas dalam sebuah model regresi dapat dideteksi menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini memberikan informasi mengenai sejauh mana variabel independen saling menjelaskan satu sama lain. Nilai *Tolerance* rendah dan VIF tinggi menandakan adanya multikolinearitas

(karena $VIF = 1/Tolerance$). Terdapat cutoff nilai yang digunakan untuk mengindikasikan adanya multikolinearitas, yaitu jika nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau $VIF \geq 10$. Sebaliknya, jika nilai $Tolerance \geq 0,10$ atau $VIF \leq 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 4. 8
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.334	3.031		4.400	.000		
	X1	.098	.229	.114	.427	.670	.089	11.224
	X2	-.008	.226	-.010	-.036	.971	.086	11.696
	X3	.284	.195	.259	1.455	.148	.199	5.029
	X4	.217	.193	.205	1.125	.263	.189	5.288

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan program SPSS vs 25, dapat dilihat pada tabel diatas “*coefficient*”, diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,089 dan nilai VIF nya sebesar 11,224. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *tolerance* lebih kecil dibandingkan dengan 0,1 dan nilai VIFnya lebih besar dari 10,0, dan variabel kualitas layanan terjadi gejala multikolinearitas.

Pada variabel literasi keuangan (X2), nilai *tolerance* sebesar 0,086 dan nilai VIF nya sebesar 11,696 Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *tolerance* lebih kecil dibandingkan dengan 0,1 dan nilai VIFnya lebih besar dari 10,0, dan variabel literasi keuangan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Kemudian pada variabel religiusitas (X3), nilai *tolerance* sebesar 0,199 dan nilai VIF nya sebesar 5,029. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *tolerance* lebih besar dibandingkan dengan 0,1 dan nilai VIFnya lebih kecil dari 10,0, dan variabel religiusitas tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Selanjutnya pada variabel promosi (X4), nilai *tolerance* sebesar 0,189 dan nilai VIF nya sebesar 5,288. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *tolerance* lebih besar dibandingkan dengan 0,1 dan nilai VIFnya lebih kecil dari 10,0, dan variabel promosi tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedasitas

Uji heterokedasitas adalah bagian dari uji asumsi yang digunakan pada analisis regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan variansi residual antara observasi dalam model regresi. Jika variansi tersebut tetap, disebut sebagai homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda, disebut sebagai heteroskedasitas (Pradana, 2018:198).

Pada penelitian ini menggunakan uji heterokedasitas dengan metode Rank Spearman dan grafik Scatterplot. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedasitas sebagai berikut:

- i. Apabila nilai probabilitas atau sig. > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedasitas.
- ii. Sebaliknya, apabila nilai probabilitas atau sig. < 0,05 maka terjadi heteroskedasitas.

Tabel 4. 9
Uji Heteroskedasitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.334	3.031		4.400	.000
	X1	.098	.229	.114	.427	.670
	X2	-.008	.226	-.010	-.036	.971
	X3	.284	.195	.259	1.455	.148
	X4	.217	.193	.205	1.125	.263

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan program SPSS v.25 dapat dilihat pada tabel “coefficient” diatas, diketahui bahwa nilai sig. pada variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,670. Maka dapat disimpulkan, bahwa nilai sig pada variabel kualitas layanan $> 0,05$ dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada variabel literasi keuangan (X2) nilai sig. sebesar 0,971. Maka dapat disimpulkan, bahwa nilai sig pada variabel literasi keuangan $> 0,05$ dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

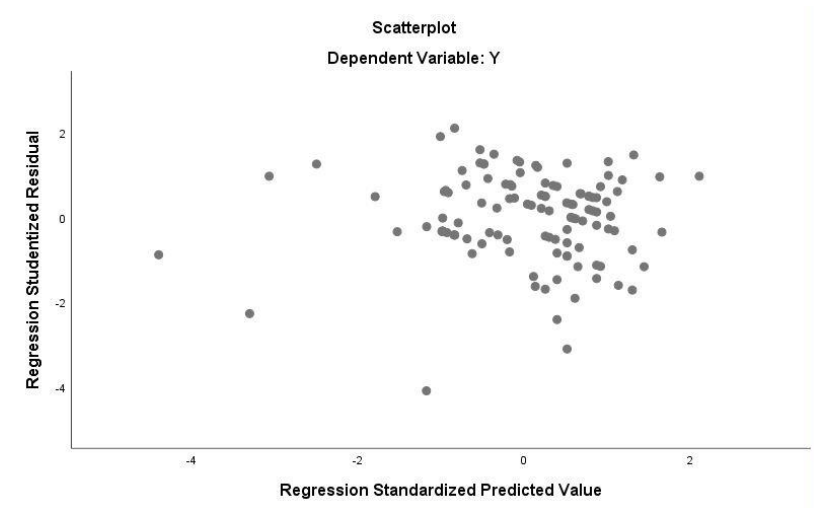
Kemudian pada variabel religiusitas (X3) nilai sig. sebesar 0,148. Maka dapat disimpulkan, bahwa nilai sig pada variabel religiusitas $> 0,05$ dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selanjutnya pada variabel promosi (X4) nilai sig. sebesar 0,263. Maka dapat disimpulkan, bahwa nilai sig pada variabel promosi $> 0,05$ dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain dari uji statistik dalam uji heteroskedastisitas, menurut Ghazali (2018:138), untuk mengidentifikasi keberadaan heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residual (SRESID). Dalam analisis tersebut, perhatian diberikan pada pola khusus yang terlihat dalam scatterplot antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y mewakili nilai Y yang telah diprediksi dan sumbu X mewakili residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized dengan dasar analisis sebagai berikut:

- i. Jika terdapat pola tertentu seperti adanya titik-titik yang membentuk pola teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit, maka hal tersebut menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas.
- ii. Namun, jika tidak terlihat adanya pola yang jelas dan titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada

sumbu Y, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.



(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Gambar 4. 8
Grafik Scatterplot

Berdasarkan pada gambar diatas, dapat dilihat bahwa hasil dari uji heteroskedasitas dengan menggunakan “*scatterplot*” yang menjelaskan bahwa titik menyebar terlihat tidak beraturan diatas maupun dibawah pada sumbu 0 ataupun pada sumbu Y. Maka, ditarik kesimpulan bahwa hasil uji heterokedasitas dengan melihat grafik *scatterplot* tidak terdapat gejala heterokedasitas.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara residual (kesalahan pengganggu) pada periode t dengan residual (kesalahan pengganggu) pada periode $t-1$ dalam model regresi linear. Jika terdapat korelasi, hal ini menunjukkan adanya masalah autokorelasi (Ghozali, 2018:111). Sebuah model regresi dianggap baik jika bebas atau tidak terdapat autokorelasi. Untuk

mendeteksi keberadaan autokorelasi dalam suatu penelitian, dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test).

Berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi, yaitu dengan melihat pada Durbin Watson (DW tes) sebagaimana berikut:

- i. Jika $dw < dL$: maka terdapat autokorelasi positif Jika $dw > Du$: maka tidak terdapat autokorelasi positif.
- ii. Jika $dL > dw > Du$: maka pengujian tidak dapat disimpulkan.
- iii. Jika $(4-dw) < dL$: maka terdapat autokorelasi negative.
- iv. Jika $(4-dw) > Du$: maka pengujian tidak terdapat autokorelasi negative.
- v. Jika $dL < (4-dw) < dU$: maka pengujian tidak terdapat kesimpulan.

Tabel 4. 10
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.518 ^a	.268	.243	3.215	2.243

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Berdasarkan tabel uji autokorelasi diatas, hasil analisis koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS vs 25 dapat dilihat pada tabel “*model summary^b*”. Dapat dilihat pada tabel tersebut yaitu pada kolom Durbin Watson nilainya sebesar 2.243, yang kemudian akan dibandingkan dengan perhitungan pengambilan keputusan Durbin Watson dibawah ini:

- i. Nilai du pada distribusi nilai tabel Durbin Watson. Berdasarkan du pada distribusi nilai tabel pada Durbin Watson berdasarkan $K (4)$ dan $n (121)$ dengan nilai signifikansi 5%.
- ii. $Du (1.7721) < Durbin\ Watson (2.010) < 4 - du (2.2279)$.

Maka, berdasarkan pada pengambilan keputusan dalam uji autokerlasi tersebut, dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson terletak diantara $du - (4 - du)$ atau nilai Durbin Watson (2.243) terletak diantara nilai $du - (4 - du)$ yaitu 1.7721 dan 2.2279. Maka pada uji autokerlasi ini tidak terjadi gejala autokerlasi.

c) Analisis Regresi Linear Berganda

Pada analisis regresi linear berganda ini memiliki kegunaannya yaitu untuk mengetahui seberapa besar tingkat hubungan yang terjadi antara variabel bebas yaitu kualitas layanan (X_1), literasi keuangan (X_2), religiusitas (X_3), promosi (X_4), dan variabel terikat yaitu minat menabung (Y). Terdapat beberapa perbedaan antara analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda, dimana analisis regresi sederhana hanya terletak pada satu variabel saja sedangkan pada analisis regresi berganda ini terletak pada beberapa hal yang perlu dianalisa sebagai pondasi untuk melakukan uji analisis yang lebih mendalam.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka diperoleh nilai sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.334	3.031		4.400	.000
	X1	.098	.229	.114	.427	.670
	X2	-.008	.226	-.010	-.036	.971
	X3	.284	.195	.259	1.455	.148
	X4	.217	.193	.205	1.125	.263

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Hasil perhitungan tersebut akan disajikan dengan rumus yang ada sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_i$$

$$= 13,334 + 0,098X_1 - 0,008X_2 + 0,284X_3 + 0,217X_4$$

$$\text{Error Term} = (0,229) (0,226) (0,195) (0,193)$$

$$\text{Sig} = (0,670) (0,971) (0,148) (0,263)$$

Dari hasil analisis regresi diatas, kemudian hasil tersebut dapat diparparkan pada berikut ini:

- Pada nilai konstanta sebesar (13,334) yang memiliki arti bahwa pada variable bebas yang diteliti, yaitu kualitas layanan (X1), literasi keuangan (X2), religiusitas (X3), dan promosi (X4) bernilai konstan, maka dengan demikian minat menabung pada bank syariah akan tetap memiliki nilai sebesar (13,334).
- Pada nilai koefisien regresi β_1 pada variabel bebas yaitu kualitas layanan (X1), memiliki nilai sebesar (0,098). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel X1, maka akan meningkatkan variabel Y sebesar (0,098). Peningkatan kualitas layanan dapat terjadi dikarenakan

adanya sikap handal dari pegawai, respon cepat tanggap atas keluhan nasabah, adanya jaminan dalam bertransaksi, empati dari pegawai dan bukti langsung dalam pelayanan, sehingga hal tersebut dapat berdampak pada minat seseorang untuk menabung pada bank syariah.

- iii. Pada nilai koefisien regresi β_2 pada variabel bebas yaitu literasi keuangan (X2), memiliki nilai sebesar (-0,008). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel X2, maka akan menurunkan variabel Y sebesar (0,008). Penurunan literasi keuangan dapat terjadi dikarenakan kurangnya pemahaman dan pengetahuan dalam mengatur keuangan, sehingga hal tersebut dapat berdampak pada minat seseorang untuk menabung pada bank syariah.
- iv. Pada nilai koefisien regresi β_3 pada variabel bebas yaitu religiusitas (X3), memiliki nilai sebesar (0,284). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel X3, maka akan meningkatkan variabel Y sebesar (0,284). Peningkatan religiusitas dapat terjadi, dikarenakan adanya dorongan rasa aman dan yakin dalam keagamaan untuk saling membantu sesama manusia dan memberikan keberkahan serta kebermanfaatan, sehingga hal tersebut dapat berdampak pada minat seseorang untuk menabung pada bank syariah.
- v. Pada nilai koefisien regresi β_4 pada variabel bebas yaitu promosi (X4), memiliki nilai sebesar (0,217). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel X4, maka akan meningkatkan variabel Y sebesar (0,217). Peningkatan promosi dapat terjadi, dikarenakan adanya iklan/pemasaran yang bagus dan baik, sehingga hal

tersebut dapat berdampak pada minat seseorang untuk menabung pada bank syariah.

d) Uji Hipotesis

1) Uji-t

Untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan (X1), literasi keuangan (X2), religiusitas (X3), dan promosi (X4) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung (Y), dilakukan uji-t. Penulis membandingkan hasil t-hitung dengan nilai t-tabel untuk menentukan signifikansinya, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.334	3.031		4.400	.000
	X1	.098	.229	.114	.427	.670
	X2	-.008	.226	-.010	-.036	.971
	X3	.284	.195	.259	1.455	.148
	X4	.217	.193	.205	1.125	.263

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam uji-t dengan menggunakan program SPSS vs 25 diatas, dapat dilihat pada tabel “*coefficients*” diketahui sebagai berikut:

- i. Nilai t-hitung pada variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,427, dimana nilai t-hitung tersebut lebih kecil dari nilai t-tabel 1,981. Hasil 2,037 didapat dengan cara melihat t-tabel dengan rumus $n-k-1$ $(121-4-1) = 116$ dengan probabilitas 0,05. Pada tingkatan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), maka nilai signifikansi $0,670 > 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas layanan (X1)

berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel minat menabung (Y). Maka dengan ini H_0 diterima H_1 ditolak.

- ii. Nilai t-hitung pada variabel literasi keuangan (X2) sebesar (-0,036), dimana nilai t-hitung tersebut lebih kecil dari nilai t-tabel 1,981. Pada tingkatan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), maka nilai signifikansi $0,971 > 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel literasi keuangan (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel minat menabung (Y). Maka dengan ini H_0 diterima H_1 ditolak.
- iii. Nilai t-hitung pada variabel religiusitas (X3) sebesar 1,455, dimana nilai t-hitung tersebut lebih besar dari nilai t-tabel 1,981. Pada tingkatan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), maka nilai signifikansi $0,148 > 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel religiusitas (X3) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel minat menabung (Y). Maka dengan ini H_0 diterima H_1 ditolak.
- iv. Nilai t-hitung pada variabel promosi (X4) sebesar 1,125, dimana nilai t-hitung tersebut lebih kecil dari nilai t-tabel 1,981. Pada tingkatan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), maka nilai signifikansi $0,263 > 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel literasi keuangan (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel minat menabung (Y). Maka dengan ini H_0 diterima H_1 ditolak.

2) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) secara simultan terhadap variabel dependen (Y) yakni: Kualitas Layanan (X1), Literasi Keuangan (X2), Religiusitas (X3), dan Promosi (X4) terhadap minat menabung (Y).

Tabel 4. 13
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	440.109	4	110.027	10.642	.000 ^b
	Residual	1199.362	116	10.339		
	Total	1639.471	120			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam uji f dengan menggunakan program SPSS vs 25 dapat dilihat pada tabel “ANOVA” diketahui bahwa nilai signifikansi pada tabel tersebut sebesar 0,000. Jika dalam pengambilan keputusan uji f, maka nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas layanan (X1), literasi keuangan (X2), religiusitas (X3), dan promosi (X4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat menabung (Y).

3) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, atau dapat dikatakan seberapa besar kontribusi variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen (Bawono, 2006:92). Pengujian ini dilakukan dengan memeriksa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari analisis persamaan regresi. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sedangkan semakin mendekati nilai 1 menunjukkan bahwa variabel independen mampu memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan

untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

Sugiyono (2010) mengemukakan bahwa besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$4) Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Koefisien determinasi, dikenal juga dengan sebutan "R Square" atau "R kuadrat" dan dilambangkan dengan " r^2 ", menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), yaitu hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y). Nilai R Square ini menjelaskan seberapa besar kontribusi variabel (X) secara simultan dalam mempengaruhi variabel (Y).

Tabel 4. 14
Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.518 ^a	.268	.243	3.215	2.243

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

(Sumber: data primer yang diolah 2024)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS vs 25 dapat dilihat pada tabel “model summary^b” diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,268. Nilai ini ditemukan berasal dari hasil perhitungan kuadrat pada “R” atau koefisien korelasi. Hal ini bisa dilihat pada kolom “R” yang memiliki angka 0,518 yang dikuadratkan dengan

jumlah 0,268. Besaran pada nilai koefisien determinasi jika diubah dalam bentuk persenan yaitu sebesar 26,8% artinya bahwa pada penelitian ini yang memiliki variabel kualitas layanan (X1), literasi keuangan (X2), religiusitas (X3), dan promosi (X4) secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat menabung (Y). sedangkan sisanya yaitu sebesar 73,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya atau variabel lain.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung pada bank syariah

Berdasarkan tabel hasil uji t (parsial), hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta pada bank syariah. Pada hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki kualitas layanan yang terbaik jika dibandingkan dengan bank syariah lainnya. Disisi lain, pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kualitas layanannya, bank syariah masih belum sepenuhnya konsisten dalam memberikan layanan terbaik dan memuaskan, belum sepenuhnya memberikan rasa aman dalam setiap transaksi nasabah, serta kurangnya tindakan cepat tanggap dalam melayani keluhan nasabah, sehingga menyebabkan minat menabung masyarakat pada bank syariah masih kurang signifikan. Hal tersebut dapat ditunjukkan berdasarkan nilai t-hitung pada variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,427, dimana nilai t-hitung tersebut < nilai t-tabel 1,981 dan pada nilai signifikansi $0,670 > 0,05$, hal ini membuktikan bahwa H_{01} diterima H_{a1} ditolak. Maka dari itu hasil hipotesis pertama dinyatakan tidak berpengaruh signifikan dan ditolak.

Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Musyaffa & Iqbal (2022) dan Maharani et al. (2021) yang

menyatakan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Akan tetapi, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwar et al. (2023), Danuarta et al. (2023), Aziz & Hendrastyo (2019), Robyani et al. (2022), dan Harahap et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.

2. Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung pada bank syariah

Berdasarkan tabel hasil uji t (parsial), hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta belum sepenuhnya merasa penting untuk memiliki tabungan di bank syariah, belum sepenuhnya mengetahui keuntungan dan mampu memprioritaskan menabung di bank syariah, serta mengetahui produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah. Hal tersebut dapat ditunjukkan berdasarkan nilai t-hitung pada variabel literasi keuangan (X2) sebesar (-0,036), dimana nilai t-hitung tersebut < nilai t-tabel 1,981 dan pada nilai signifikansi $0,971 > 0,05$, hal ini membuktikan bahwa H_0 diterima H_a ditolak. Maka dari itu hasil hipotesis kedua dinyatakan tidak berpengaruh signifikan dan ditolak.

Penelitian ini sejalan dengan Simbolon & Soemitra (2022), Syaifullah & Priyatno (2022), Puji & Hakim (2021), dan (Aulia & Indra, 2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Akan tetapi, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tulwaidah et al. (2023), Nst & Mujiatun (2023), dan Zakiyah & Wahab (2022) yang menyatakan

bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.

3. Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung pada bank syariah

Berdasarkan tabel hasil uji t (parsial), hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Pada hasil penelitian ini menunjukkan, masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta belum sepenuhnya percaya bahwa menabung di bank syariah bagian dari ibadah, memberikan keberkahan, memberikan ketenangan, dan lebih sesuai dengan prinsip Islam dibanding bank konvensional. Hal tersebut dapat ditunjukkan berdasarkan nilai t-hitung pada variabel religiusitas (X3) sebesar 1,455 dimana nilai t-hitung tersebut $<$ nilai t-tabel 1,981 dan pada nilai signifikansi $1,981 > 0,05$, hal ini membuktikan bahwa H_{03} diterima H_{a3} ditolak. Maka dari itu hasil hipotesis ketiga dinyatakan tidak berpengaruh signifikan dan ditolak.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Simbolon & Soemitra (2022), Zakiyah & Wahab (2022), Robyani et al. (2022), Harahap et al. (2022), Raihana & Azhary (2020), Maharani et al. (2021), dan Sugiharto et al. (2022) yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Namun, penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Hendrastyo (2019), Sodik et al. (2022), Faridah et al. (2021), dan Musyaffa & Iqbal (2022) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.

4. Pengaruh promosi terhadap minat menabung pada bank syariah

Berdasarkan tabel hasil uji t (parsial), hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pengaruh promosi memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kurangnya promosi atau iklan pemasaran bank syariah dalam menarik perhatian dan meyakinkan masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Hal tersebut dapat ditunjukkan berdasarkan nilai t-hitung pada variabel promosi (X4) sebesar 1,125, dimana nilai t-hitung tersebut < nilai t-tabel 1,981 dan pada nilai signifikansi 0,263 > 0,05, hal ini membuktikan bahwa H_0 diterima H_a ditolak. Maka dari itu hasil hipotesis keempat dinyatakan tidak berpengaruh signifikan dan ditolak.

Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Robyani et al. (2022) yang menyatakan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Akan tetapi, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Hendrasto (2019), Musyaffa & Iqbal (2022), Fathurrahman & Suhada (2023), Rangkuti & Kholil (2023), Bella et al. (2023), Nurika et al. (2021), dan Nst & Mujiatun (2023) yang menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.

5. Pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi terhadap minat menabung pada bank syariah

Berdasarkan tabel hasil uji f (simultan), hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung pada bank syariah. Pada hasil penelitian ini menunjukkan, masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta yakin bahwa bank syariah memiliki layanan

menabung yang lebih baik dan akan selalu memberikan kualitas layanan terbaik, percaya bahwa menabung di bank syariah adalah keputusan yang tepat dan sesuai dengan prinsip Islam, serta tertarik untuk menabung di masa yang akan datang. Hal tersebut dapat ditunjukkan berdasarkan pada nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, hal ini membuktikan bahwa H_{a5} diterima H_{05} ditolak. Maka dari itu hasil hipotesis kelima dinyatakan berpengaruh signifikan dan diterima.

Penulis belum menemukan riset yang mengukur secara simultan keempat variabel, hanya ditemukan penelitian (Sugiharto et al., 2022) yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini, yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat menabung pada bank syariah, sehingga penulis dapat menyatakan bahwa penelitian ini merupakan penelitian yang memiliki kebaruan dalam mengukur keempat variabel.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.
2. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.
3. Religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.
4. Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.
5. Kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung pada bank syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang dilakukan untuk memperluas pembahasan sebagai berikut:

1. Memperluas cakupan sampel pada penelitian, yakni dengan cara melakukan penelitian secara rata pada rentan umur yakni khususnya pada umur 30 tahun keatas. Dimana banyaknya kendala yang dilakukan khususnya untuk mendapatkan sampel dari umur 30 tahun keatas dengan beragam alasan tentunya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengungkapkan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menabung pada bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agneza, S., Jalaludin, J. A., & Rinawati, R. (2022). Praktek Tabungan Easy WadiahBank Syariah Indonesia dalam Perspektif Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000. *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)*, 2(1), 68–82.
- Agustin, H. (2018). *Studi kelayakan bisnis syariah*. PT Raja Grafindo Persada.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Al-Qur'an, S. A. I. (3) A. 130. (2021). *Al-Qur'an dan Terjemahan Artinya* (2nd ed.). UII Press.
- Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek* (Q. Media (Ed.); 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Anwar, N. F., Kartika, I. C., Wati, D., Hidayat, W., & Saraswati, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank BSI (Bank Syariah Indonesia). *Banco: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 5, 48–62.
- Aulia, Q. P., & Indra, A. P. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(4), 160–169.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227–234.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. STAIN Salatiga press.
- Bella, S., Faizal, M., & Fadilla. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang

- Demang . *JIMPA: (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah)*, 3(1), 125–144.
- BPS. (2024). *Proyeksi Jumlah Penduduk menurut Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta* (Jiwa), 2023-2025.
<https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/1/proyeksi-jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html>
- Cresswell, J. W. (2009). *Research Design : Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications Ltd.
- Danuarta, A. D., Wiranatakusuma, D. B., & Nurulhuda, M. F. H. (2023). Analysis Of Factors That Influence the Interest in Saving in Islamic Banks in Muhammadiyah University Students Yogyakarta. *Proceedings The 4th UMYGrace 2023 (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference)*, 3(1), 391–396.
- Edi, A. S., & Suherniyatin. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Peningkatan Intimacy Nasabah Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Minat Menabung Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Wliyung Surabaya. *WORLDVIEW: (Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains)* , 1(1).
- Fandy, T. (2000). *Manajemen Jasa* (2nd ed.). CV. Andy offiset.
- Faridah, N. L., Hakim, L., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Pembelajaran Insert Ekonomi Syariah, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sosial, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *STITHMAR: Journal of Islamic Economic Development*, 5(2), 98–113.
- Fathurrahman, A., & Suhada, A. Z. (2023). Determinan Yang Mempengaruhi Minat Menabung Milenial Di Bank Syariah. *Adz Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 243–255.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9th

ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamdi, Saepul, A., & Baharudin. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Deepublish Publisher.

Harahap, P. R., Indrawati, H., & Mujiono. (2022). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Pekanbaru. *Pekbis Jurnal*, 14(2), 94–107.

Hasan, H. ., Pagalung. G., & Kara M. (2022). Determinan Rate Of Return Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Adz Zahab*, 7(2).

Ihsan, N., Hadi, N., & Pratikto, M. I. S. (2022). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Wilayah Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik. *Jurnal Baabu Al-Ilmi*, 7(1), 57–69.

Kriyantono, R. (2012). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.

Kumparan.com. (2024). *Data Dukcapil 2024: Islam Agama Mayoritas di Indonesia, Dianut 245 Juta Jiwa*. Kumparan.Com.
<https://kumparan.com/kumparannews/data-dukcapil-2024-islam-agama-mayoritas-di-indonesia-dianut-245-juta-jiwa-23Hnnzxwyq8/2>

Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish Publisher.

Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI Ex BSM). *Jurnal Syarikah*, 7(2), 127–136.

Mertha Jaya, I. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Anak Hebat Indonesia.

Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *PERBANAS: Journal*

Of Islamic Economics & Business, 2(2), 167–177.

Nengsih, T., Hamzah, M., & Anisah. (2021). Analisis minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia studi empiris desa Pelawan Jaya. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 28–39. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v5i2.22126>

Noor, J. (2017). *Metodologi penelitian : skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah*. Kencana.

Nst, Y. S., & Mujiatun, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Generasi Z Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Binjai Kota). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 1506–1519.

Nurika, Y., Ibnu, A. R., & Aziz, I. A. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat (Studi Pada PT. BSI Kuala Tungkal, Jambi). *JurnalNisbah*, 7(2), 98–105.

OJK. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>

OJK. (2024). *Statistik Perbankan Syariah dan Statistik Perbankan Indonesia*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Default.aspx>

Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah PT FAC Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212.

Pravasanti, Y. riessa, & Tho'in, M. (2018). Meningkatkan Loyalitas Mahasiswa

melalui Service Performance. *RELEVANCE: Journal of Management and Business*, 1(2), 107–118.

Puji, P. S., & Hakim, L. (2021). Peran Gender sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 1–12.

Puspadini, M. (2024, April 4). *OJK: Literasi Keuangan Syariah Warga RI Tumbuh 30% di 2023*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240404180032-17-528451/ojk-literasi-keuangan-syariah-warga-ri-tumbuh-30-di-2023#:~:text=Jakarta%2C> CNBC Indonesia - Otoritas Jasa, masih stagnan di angka 12%25.

Raihana, S., & Azhary, R. A. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 110–123.

Rangkuti, A. E., & Kholil, A. (2023). Analisis Pengaruh Promosi, Produk, Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Penduduk Kecamatan Medan Sunggal Di Bank Syariah. *Jurnal Bisnis Net*, 6(1), 78–88.

Robyani, N. M., Ritonga, A. H., & Mubyarto, N. (2022). Pengaruh Religiusitas, Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *JOCIS: Journal Of Comprehensive Islamic Studies*, 1`2), 391–426.

Simbolon, L. R., & Soemitra, A. (2022). Analysis Of Factors Affecting Interest In Saving In Sharia Banks: Study Of Literature And Perspectives Of Post-Baged Students In Sharia Economy. *International Journal of Cultural and Social Science*, 3(2), 96–102.

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*,. Literasi Media

Publishing.

Sodik, F., Hidayat, A., Al-Farda, R. A., & Syahita, R. N. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123–143.

Sugiharto, B., Ichi, & Rizal, A. (2022). The Effect Of Islamic Financial Literacy, Religiosity, Service Quality Aan Promotion To Interest Of Saving Customers In Islamic Banks. *Islamic Economic, Accounting, and Management Journal (Tsarwatica)*, 3(2), 1–23.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi, dan Studi Kasus*. (1st ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

Syaifullah, I. A., & Priyatno, P. D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Brand Image dan Religiusitas terhadap Minat Menabung Masyarakat Jabodetabek pada Bank Syariah. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 6(1), 55–74.

Syamsir, N. I. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream Di Perumahan Puri Permai 2 Kabupaten Tangerang–Banten.

Journal Inovasi, 27(1).

Tulwaidah, R., Mubyarto, N., & Ismail, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Di BANK Syariah. *JURMA : Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 158–171.

Widiawati, L., Hajidah, I. H., Wati, R. A., & Saraswati, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (BSI). *Student Research Journal*, 1(3), 64–83.

Yana, E., & Agustina, A. Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus PT. Bank BCA Syariah KC Jatinegara). *Konferensi Nasional Dan Call For Paper Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNWAHAS X Lembaga Pendidikan Tinggi Nahdlatul Ulama “Digital Ekonomi Dan Pembangunan Berkelanjutan 2023,”* 296–317.

Zakiyah, & Wahab, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Attitude, Lokasi Dan Religiositas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sirap Juai. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 8(2), 124–144.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)

Kepada

Yth. Masyarakat Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji yukur kami panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam yang Maha Menguasai atas segala sesuatu-Nya. Shalawat beserta salam selalu tercurah limpahkan kepada Rasul nya yaitu baginda Nabi Muhammad SAW. Dalam rangka untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan atau penyelesaian pada penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta).

Kami Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. dan Akmal Inan Hafidh Adli dari Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, UII, memohon kesediaan Bapak/Ibu sebagai responden dalam pengisian kuesioner di bawah ini. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah pada kalangan masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.

Atas kerjasama dan kesediaan Bapak/Ibu sebagai responden dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat Saya,

Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. dan Akmal Inan Hafidh Adli

A. Identitas Responden

Sebelum menjawab pertanyaan kuesioner ini, dimohon Bapak/Ibu mengisi data berikut terlebih dahulu. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan tanda (✓) pada kotak yang telah disediakan.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ 17-27 Tahun ☐ 28- 43 Tahun
☐ >43 Tahun
4. No Telp/HP :
5. Daerah Domisili : ☐ Kabupaten Sleman ☐ Kota Yogyakarta
6. Pekerjaan : ☐ PNS ☐ Karyawan Swasta
☐ Wirausaha ☐ Guru/Dosen
☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Lainnya
7. Penghasilan : ☐ Rp 100.000 – Rp 500.000
☐ Rp 500.000 – Rp 1.500.000
☐ Rp 1.500.000 – Rp 5.000.000
☐ > Rp 5.000.000
8. Belum pernah menabung di bank syariah: ☐ Ya ☐ Tidak
9. Bank Syariah yang memiliki kualitas layanan terbaik dan anda pernah merasakannya: ☐ Bank Muamalat

☐ Bank Syariah Indonesia

☐ Bank BTPN Syariah

☐ BCA Syariah

☐ Bank Mega Syariah

☐ BJB Syariah

☐ Bank lainnya:

10. Kegiatan yang lakukan sehingga sudah pernah merasakan kualitas layanan

Bank Syariah: ☐ Mengajukan Pembiayaan Syariah

☐ Menemani rekan/saudara melakukan transaksi

☐ Menanyakan produk Bank Syariah kepada pegawai Bank

☐ Lainnya:

B. Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan pilihan jawaban yang dianggap paling tepat oleh bapak/ibu mengenai pertanyaan dan pertanyaan yang disampaikan.

Semakin besar angka yang bapak/ibu pilih, menunjukkan bahwasannya bapak/ibu semakin setuju dengan pilihan di sebelah kanan (sangat setuju). Begitu pula sebaliknya semakin kecil angka yang bapak/ibu pilih sebagai jawaban menunjukkan bahwa semakin sepakat pada pilihan di sebelah kiri (sangat tidak setuju). Kemudian berilah tanda checklist (V) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan bapak/ibu.

Keterangan:

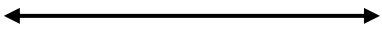


Kualitas Layanan

No.	Pertanyaan (Kualitas Layanan)	Nilai			
		← Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju →			
		1	2	3	4
X1.1	Menurut saya, Bank Syariah itu selalu memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.				
X1.2	Menurut saya, Bank Syariah konsisten dalam memberikan layanan terbaik sehingga saya				

	akan merasa puas dengan kemudahan akses layanan di Bank Syariah.				
X1.3	Menurut saya, Bank Syariah cepat tanggap melayani terhadap keluhan nasabah.				
X1.4	Menurut saya, Bank Syariah responsif terhadap permintaan nasabah.				
X1.5	Menurut saya, Bank Syariah memberikan rasa aman dalam setiap transaksi saya.				
X1.6	Menurut saya, Bank Syariah memberikan kenyamanan kepada nasabah melalui fasilitas yang ada.				
X1.7	Menurut saya, Bank Syariah selalu menjaga kebersihan dan kerapian lingkungan bank.				
X1.8	Menurut saya, Bank Syariah memberikan pelayanan yang ramah dan sopan.				
X1.9	Menurut saya, Bank Syariah menggunakan teknologi modern dalam pelayanannya.				
X1.10	Kualitas layanan dari Bank Syariah sangat memuaskan saya.				

Literasi Keuangan

No.	Pertanyaan (Literasi Keuangan)	Nilai			
					
		1	2	3	4
X2.1	Saya merasa penting untuk memiliki tabungan di Bank Syariah.				
X2.2	Menurut saya, menabung di Bank Syariah memberikan rasa aman secara finansial.				
X2.3	Saya mengetahui produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Syariah.				
X2.4	Saya mengetahui keuntungan menabung di Bank Syariah.				
X2.5	Saya mengetahui perbedaan antara Bank Syariah dan bank konvensional.				
X2.6	Saya mampu mengelola keuangan saya dengan baik.				
X2.7	Saya mampu menentukan jumlah uang yang akan ditabung setiap bulan.				
X2.8	Saya bisa mengatur keuangan agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan..				

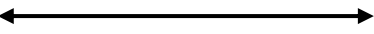
X2.9	Saya mampu mengatur pendapatan dan pengeluaran agar bisa menabung.				
------	--	--	--	--	--

Religiusitas

No.	Pertanyaan (Religiusitas)	Nilai			
					
		1	2	3	4
X3.1	Saya percaya bahwa menabung di Bank Syariah lebih sesuai dengan prinsip Islam dibanding Bank Konvensional.				
X3.2	Saya percaya bahwa menabung di Bank Syariah adalah bagian dari ibadah.				
X3.3	Saya percaya bahwa menabung di Bank Syariah adalah bagian dari ajaran agama.				
X3.4	Saya percaya bahwa jika menabung di Bank Syariah akan merasa lebih tenang karena sesuai dengan keyakinan agama saya.				
X3.5	Saya percaya bahwa menabung di Bank Syariah memberikan keberkahan.				
X3.6	Saya percaya bahwa dengan menabung di Bank Syariah				

	akan merasa puas secara spiritual.				
X3.7	Saya percaya bahwa menabung di Bank Syariah akan memberikan ketenangan hati.				
X3.8	Saya selalu memilih produk tabungan yang sesuai dengan prinsip syariah.				

Promosi

No.	Pertanyaan (Promosi)	Nilai			
					
		1	2	3	4
X4.1	Menurut saya, iklan Bank Syariah menarik perhatian dan meyakinkan saya untuk menabung.				
X4.2	Menurut saya, iklan Bank Syariah informatif dan jelas.				
X4.3	Menurut saya, Bank Syariah sering memberikan promosi menarik.				
X4.4	Menurut saya, Promosi Bank Syariah memberikan keuntungan lebih bagi nasabah.				
X4.5	Saya merasa nyaman dengan penjelasan pegawai Bank				

	Syariah mengenai produk tabungan.				
X4.6	Saya tertarik untuk menabung setelah penjelasan dari pegawai Bank Syariah.				
X4.7	Saya sering membaca artikel tentang Bank Syariah di social media.				
X4.8	Publisitas yang baik meningkatkan kepercayaan saya pada Bank Syariah.				
X4.9	Penawaran pribadi dari pegawai Bank Syariah meningkatkan minat saya untuk menabung.				
X4.10	Menurut saya, penjelasan pribadi dari pegawai Bank Syariah selalu meyakinkan.				

Minat Menabung

No.	Pertanyaan (Minat Menabung)	Nilai			
					
		Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju			
		1	2	3	4
Y1	Saya akan rutin menabung di Bank Syariah setiap bulan.				

Y2	Saya tertarik dengan produk tabungan yang ditawarkan Bank Syariah.				
Y3	Saya percaya bahwa menabung di Bank Syariah adalah keputusan yang tepat.				
Y4	Saya akan merekomendasikan Bank Syariah kepada teman dan keluarga.				
Y5	Saya berniat untuk menabung pada bank syariah dalam waktu yang lama.				
Y6	Saya akan berusaha untuk menambah tabungan saya di Bank Syariah selain tabungan bank konvensional yang sudah dimiliki saat ini.				
Y7	Menurut saya, dengan kualitas layanan, literasi keuangan, religiusitas dan promosi yang baik, saya tertarik/berminat untuk menabung di Bank Syariah.				
Y8	Saya akan menabung di Bank Syariah di masa yang akan datang.				

C. Hasil Data Kuesioner

Variabel X1 (Kualitas Layanan)

No. Responden	KUALITAS LAYANAN (X1)										
	Keandalan		Daya Tangkap		Jaminan		Empati		Bukti Langsung		TOTAL_X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	35
3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	33
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	32
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	36
12	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	33
13	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	36
14	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	35
15	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
16	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
17	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
18	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	33
19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	34
23	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	33
24	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	32
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	36
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
33	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	36
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
38	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	34
39	4	1	3	3	4	4	4	4	3	3	33
40	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	34
41	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	36
42	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
43	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	35
44	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	34
45	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
46	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
47	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	34
48	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	35
49	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
50	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	34
51	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
52	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36
53	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	36
54	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	36
55	1	1	3	1	1	1	1	1	2	2	14
56	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
57	3	2	2	2	1	3	1	2	1	2	19
58	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
59	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	35
60	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
61	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	35
62	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
63	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	35
64	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	34
65	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	33
66	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	36

67	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	35
68	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	36
69	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	36
70	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	30
71	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
72	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	35
73	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
74	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	32
75	1	3	1	1	2	2	2	4	3	3	22
76	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	34
77	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
78	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	35
79	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	37
80	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	36
81	3	3	3	3	3	4	1	3	1	1	25
82	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
83	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	34
84	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	37
85	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	36
86	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	35
87	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
88	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	35
89	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	37
90	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	31
91	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	37
92	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32
93	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	34
94	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
95	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	33
96	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34
97	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	34
98	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	33
99	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	34
100	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	34
101	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	13
102	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	34

103	1	1	1	3	3	3	1	2	3	2	20
104	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	36
105	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	34
106	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
107	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	36
108	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	35
109	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
110	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	35
111	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	33
112	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34
113	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	36
114	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
115	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	34
116	1	4	3	1	3	1	3	3	4	3	26
117	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37
118	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	35
119	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	34
120	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	34
121	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	35

Variabel X2 (Literasi Keuangan)

No. Responden	LITERASI KEUANGAN (X2)										
	Sikap		Pengetahuan			Kemampuan					TOTAL_X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	35
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
5	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	25
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	36

12	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	34
13	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	34
14	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	36
15	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	35
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
18	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
19	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
20	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	28
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
24	2	3	3	3	4	2	1	3	4	4	29
25	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
28	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
31	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
33	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
38	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	34
39	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
40	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	36
41	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
42	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
43	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	35
44	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	34
45	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
46	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
47	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	34
48	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	35
49	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
50	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	34

51	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
52	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36
53	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	36
54	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	36
55	1	1	3	1	1	1	1	1	2	2	14
56	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
57	3	2	2	2	1	3	1	2	1	2	19
58	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
59	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	35
60	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
61	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	35
62	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
63	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	35
64	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	34
65	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	33
66	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	36
67	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	35
68	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	36
69	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	36
70	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	30
71	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
72	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	35
73	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
74	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	32
75	1	3	1	1	2	2	2	4	3	3	22
76	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	34
77	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
78	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	35
79	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	37
80	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	36
81	3	3	3	3	3	4	1	3	1	1	25
82	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
83	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	34
84	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	37
85	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	36
86	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	35
87	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
88	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	35

89	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	37
90	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	31
91	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	37
92	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32
93	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	34
94	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
95	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	33
96	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34
97	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	34
98	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	33
99	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	34
100	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	34
101	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	13
102	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	34
103	1	1	1	3	3	3	1	2	3	2	20
104	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	36
105	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	34
106	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
107	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	36
108	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	35
109	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
110	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	35
111	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	33
112	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34
113	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	36
114	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
115	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	34
116	1	4	3	1	3	1	3	3	4	3	26
117	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37
118	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	35
119	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	34
120	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	34
121	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	35

Variabel X3 (Religiusitas)

No. Responden	RELIGIUSITAS (X3)										
	Dimensi Ideologis			Dimensi Eksperensial				Dimensi Ritualistik			TOTAL_X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	36
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	33
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	36
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	35
14	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
15	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
18	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	35
19	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
23	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
24	3	3	3	4	1	4	3	2	1	4	28
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	36
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
31	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
33	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36

34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	36
38	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	34
39	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
41	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
42	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	36
43	3	4	3	3	1	3	3	4	4	3	31
44	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37
45	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	34
46	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
47	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36
48	3	3	3	3	1	2	4	3	2	2	26
49	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	35
50	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
51	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	36
52	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	36
53	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	36
54	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	36
55	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	24
56	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
57	1	1	3	3	2	3	3	4	2	2	24
58	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	36
59	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	34
60	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	34
61	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	35
62	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
63	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	33
64	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	35
65	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
66	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	34
67	3	4	3	4	2	3	2	4	2	2	29
68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
69	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	32
70	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	36
71	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	31

72	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
73	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	35
74	3	4	3	3	4	3	4	3	3	1	31
75	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	35
76	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
77	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
78	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	35
79	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
80	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	37
81	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	34
82	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	35
83	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
84	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
85	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
86	3	3	4	1	2	2	4	4	3	4	30
87	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	34
88	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	37
89	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	34
90	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	33
91	3	3	4	3	4	3	3	1	1	3	28
92	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	36
93	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	35
94	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	35
95	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	34
96	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	36
97	3	3	1	3	3	4	3	3	3	4	30
98	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
99	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	35
100	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	34
101	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	20
102	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	34
103	3	3	3	2	2	1	2	3	3	4	26
104	3	3	4	3	2	1	3	4	3	4	30
105	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	34
106	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	29
107	3	3	4	2	1	4	4	2	4	2	29
108	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	35
109	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	35

110	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
111	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	34
112	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	36
113	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	33
114	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	33
115	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
116	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	35
117	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34
118	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
119	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	34
120	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	35
121	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	36

Variabel X4 Promosi)

No. Responden	PROMOSI (X4)										TOTAL_X4
	Periklanan		Promosi Penjualan		Penjualan Langsung		Publisitas		Penjualan Pribadi		
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	36
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	37
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	25
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	27
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	36
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	35
14	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	36
15	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	33
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	36

20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	35
23	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
24	1	3	4	3	4	3	2	4	4	4	32
25	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	34
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
38	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
41	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	36
42	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	36
43	3	4	3	3	1	3	3	4	4	3	31
44	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37
45	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	34
46	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
47	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36
48	3	3	3	3	1	2	4	3	2	2	26
49	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	35
50	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
51	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	36
52	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	36
53	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	36
54	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	36
55	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	24
56	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
57	1	1	3	3	2	3	3	4	2	2	24
58	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	36

59	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	34
60	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	34
61	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	35
62	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
63	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	33
64	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	35
65	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
66	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	34
67	3	4	3	4	2	3	2	4	2	2	29
68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
69	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	32
70	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	36
71	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	31
72	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
73	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	35
74	3	4	3	3	4	3	4	3	3	1	31
75	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	35
76	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
77	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
78	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	35
79	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
80	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	37
81	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	34
82	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	35
83	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
84	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
85	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
86	3	3	4	1	2	2	4	4	3	4	30
87	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	34
88	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	37
89	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	34
90	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	33
91	3	3	4	3	4	3	3	1	1	3	28
92	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	36
93	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	35
94	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	35
95	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	34
96	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	36

97	3	3	1	3	3	4	3	3	3	4	30
98	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
99	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	35
100	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	34
101	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	20
102	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	34
103	3	3	3	2	2	1	2	3	3	4	26
104	3	3	4	3	2	1	3	4	3	4	30
105	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	34
106	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	29
107	3	3	4	2	1	4	4	2	4	2	29
108	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	35
109	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	35
110	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
111	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	34
112	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	36
113	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	33
114	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	33
115	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
116	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	35
117	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34
118	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
119	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	34
120	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	35
121	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	36

Variabel Y (Minat Menabung)

No. Responden	MINAT MENABUNG (Y)										TOTAL_Y
	Kualitas Layanan		Literasi Keuangan	Religiuisitas		Promosi	Keseluruhan				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	37
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

7	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	33
8	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	35
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	34
14	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36
15	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	35
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
18	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	34
19	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	35
23	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
24	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	33
25	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
38	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
41	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
42	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	31
43	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	36
44	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	35
45	4	3	4	2	2	1	3	4	3	3	29

46	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
47	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	35
48	3	2	2	2	4	4	3	3	4	4	31
49	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
50	3	3	1	3	3	4	4	3	4	4	32
51	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	37
52	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	34
53	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
54	4	1	3	3	2	3	4	3	3	4	30
55	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	20
56	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
57	3	3	3	3	4	4	2	1	4	3	30
58	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	34
59	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	34
60	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
61	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	34
62	3	3	3	3	4	3	4	4	1	2	30
63	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34
64	3	1	2	1	2	2	3	3	4	3	24
65	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	36
66	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	36
67	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	37
68	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	35
69	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	34
70	4	4	3	3	4	4	3	1	4	4	34
71	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	35
72	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	35
73	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
74	2	2	3	3	4	3	4	3	2	3	29
75	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	36
76	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	37
77	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	37
78	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	35
79	3	4	4	4	4	2	2	3	2	4	32
80	3	4	1	3	3	4	4	1	3	4	30
81	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
82	4	4	3	4	2	2	4	4	3	4	34
83	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	33

84	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
85	1	3	4	3	2	2	4	4	4	3	30
86	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	35
87	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	36
88	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	34
89	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	26
90	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	35
91	1	1	3	2	1	1	1	2	3	3	18
92	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	36
93	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
94	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	32
95	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	34
96	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	36
97	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	31
98	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
99	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	31
100	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	35
101	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	22
102	4	3	4	4	4	4	4	4	3	1	35
103	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	32
104	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	34
105	4	3	4	3	3	2	1	2	2	4	28
106	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	33
107	2	4	3	4	1	4	4	3	4	4	33
108	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	34
109	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	28
110	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	36
111	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	35
112	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	36
113	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	34
114	2	1	4	3	3	4	1	3	4	3	28
115	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	36
116	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
117	4	3	3	4	3	3	4	3	1	3	31
118	4	4	3	4	3	3	4	3	3	1	32
119	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	36
120	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	33
121	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	35

DESKRIPSI RESPONDEN

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	67	55,4	55,4	55,4
	Perempuan	54	44,6	44,6	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-27	83	68,6	68,6	68,6
	28-43	30	24,8	24,8	93,4
	>43	8	6,6	6,6	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Daerah Domisili					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kabupaten Sleman	82	67,8	67,8	67,8
	Kota Yogyakarta	39	32,2	32,2	100,0
	Total	121	100,0		

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	PNS	19	15,7	15,7	15,7
	Karyawan Swasta	33	27,3	27,3	43
	Wirausaha	19	15,7	15,7	58,7
	Guru/Dosem	14	11,6	11,6	70,3
	Pelajar/Mahasiswa	33	27,3	27,3	97,6
	Lainnya	3	2,4	2,4	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Penghasilan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	100.000-500.000	21	17,4	17,4	17,4
	500.000-1.500.000	15	12,4	12,4	29,8
	1.500.000-5.000.000	62	51,2	51,2	81
	>5.000.000	23	19	19	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Bank Syariah Yang Memiliki Kualitas Layanan Yang Terbaik					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bank Muamalat	22	18,2	18,2	18,2
	Bank Syariah Indonesia	50	41,3	41,3	59,5
	Bank BTPN Syariah	22	18,2	18,2	77,7
	BCA Syariah	25	20,7	20,7	98,4

	Bank Mega Syariah	1	0,8	0,8	99,2
	BJB Syariah	1	0,8	0,8	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Statistics						
		Total_X1	Total_X2	Total_X3	Total_X4	Total_Y
N	Valid	121	121	121	121	121
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		33,36	33,41	33,2	33,03	32,93
Std. Error of Mean		,390	,404	,307	,318	,336
Median		34,00	34,00	34,00	34,00	34,00
Mode		34	34	30	30	30
Std. Deviation		4,287	4,442	3,376	3,495	3,696
Variance		13,381	19,728	11,400	12,216	13,662
Range		27	27	20	20	22
Minimum		13	13	20	20	18
Maximum		40	40	40	40	40
Sum		4036	4043	4022	3997	3985

BIOGRAFI PENULIS

Akmal Inan Hafidh Adli adalah Nama penulis skripsi ini. Penulis lahir dari orang tua (*Alm*). Urip Sugiatno dan (*Almh*). Siti Aisyah, sebagai anak ke-empat dari empat bersaudara. Penulis dilahirkan di Kelurahan Pulo Gebang, Kecamatan Cakung, Kotamadya Jakarta Timur, Daerah Khusus Jakarta pada tanggal 10 November 1999. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari SDN 03 Purwodadi Grobogan (*tahun 2006-2011*), SDIT Ar-Ridho Jakarta Timur (*tahun 2011 hingga lulus tahun 2012*), melanjutkan ke Pondok Pesantren Darussalam Gontor (*tahun 2012 hingga lulus tahun 2018*) dan Universitas Darussalam Gontor (*discontinued*), hingga akhirnya bisa menempuh masa kuliah di Fakultas Ilmu Agama Islam Jurusan Studi islam Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.

Penulis juga aktif di dunia organisasi dan lembaga. Dalam dunia organisasi, penulis terlibat secara aktif di Himpunan Mahasiswa Islam Majelis Penyelamat Organisasi (HMI MPO) Universitas Islam Indonesia Cabang Yogyakarta. Sementara pengalaman berlembaga, penulis dapatkan dari Lembaga Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.

Hingga kini penulis aktif sebagai *assisten dosen* Prof. Dr. Unggul Priyadi, M.Si. di Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) dan Dr. Siti Achiria, SE. MM. di Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)”**.