ANALISIS MINAT MENABUNG DI BMT FASTABIQ JEPARA

SKRIPSI



Oleh :

AHADA DZULFIKAR ALGHANA

19313097

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

HALAMAN JUDUL

ANALISIS MINAT MENABUNG DI BMT FASTABIQ JEPARA

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenui syarat ujian akhir

Guna memperoleh gelar sarjana jenjang Strata 1

Program Studi Ekonomi Pembangunan

Fakultas Bisnis Dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama	: Ahada Dzulfikar Alghana
Nomor Mahasiswa	: 19313097
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini ditulis dengan bersungguh-sungguh dan tidak terdapat bagian yang masuk kedalam kategori maupun Tindakan plagiasi seperti apa yang tertulis dalam buku pedoman penulisan skripsi program studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Jika dikemudian hari terdapat bukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya akan bertanggungjawab dengan menerima hukuman atau sanksi yang sudah tertera dalam peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 13 Juli 2023

Penulis,



Ahada Dzulfikar Alghana

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS MINAT MENABUNG DI BMT FASTABIQ

Nama	: Ahada Dzulfikar Alghana
Nomor Mahasiswa	: 19313097
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 12 Juli 2023

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Heri Sudarsono, SE., M.Ec.

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2022/2023, hari Kamis, tanggal 03 Agustus 2023, Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama	: AHADA DZULFIKAR ALGHANA
NIM	: 19313097
Judul Tugas Akhir	: Analisis minat menabung di BMT Fastabiq Jepara
Dosen Pembimbing	: Heri Sudarsono, SE.,MEc

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A

Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Heri Sudarsono, SE.,MEc

Anggota Tim : Prof. Dr. Drs. Nur Feriyanto, M.Si

Yogyakarta, 03 Agustus 2023

Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan,

Abdul Hakim, SE, M.Ec., Ph.D.
NIK. 963130101

Scanned by TapScanner

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis minat menabung di BMT Fastabiq Jepara

Disusun oleh : AHADA DZULFIKAR ALGHANA

Nomor Mahasiswa : 19313097

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 03 Agustus 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Heri Sudarsono, SE.,MEc

Penguji : Prof. Dr. Drs. Nur Feriyanto, M.Si

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

Scanned by TapScanner

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga saya Ahada Dzulfikar Alghana telah sampai pada tahap ini dalam penyelesaian tulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi, tak lupa sholawat serta salam kita haturkan kepada baginda nabi besar Muhammad SAW yang semoga kelak kita akan mendapatkan syafaat dihari kiamat kelak. Amin.

Saya sebagai penulis dari lubuk hati yang terdalam akan selalu mengucapkan beribu-ribu terimakasih kepada semua segenap orang-orang yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam proses penulisan skripsi ini sehingga bisa terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Kedua orang tua saya dan adik saya, Bapak saya Gatot Almunib, Ibu saya Inayah Mu'tamaryati, dan Tsania Hanadia Alghana yang selalu senantiasa mendoakan dengan jiwa dan raga, memberikan motivasi untuk terus maju dan jangan pernah untuk patah semangat, selalu membimbing saya dalam urusan dunia maupun akhirat sehingga saya akan selalu menjadi pribadi yang lebih baik lagi untuk hari depan.

Untuk Sobri dan Adi, sahabat seperjuangan dalam menuntaskan kuliah yang selalu memberikan dan berdiskusi sesuatu yang berkaitan dengan kuliah sehingga saya bisa untuk terus lancar dan tanpa hambatan dalam mengarungi perkuliahan ini. Dan segenap teman-teman lainnya yang berjuang Bersama dalam menyelesaikan perkuliahan ini saya tidak dapat sebutkan satu persatu karena kalian saya bisa sampai dengan sejauh ini untuk menyelesaikan studi yang sudah saya mulai dan harus saya selesaikan.

Untuk karyawan BMT Fastabiq Jepara yang sudah membantu saya dalam proses skripsi ini sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tidak ada hambatan. Terimakasih karena telah membantu saya dalam pencarian data untuk penelitian ini.

Untuk dosen pembimbing saya Heri Sudarsono S.E., M.Ec. yang telah memberikan waktunya dalam membimbing dan memberikan ilmunya dalam proses penyusunan dan penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa minat menabung di BMT Fastabiq Jepara. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai Juni 2023 dan sumber data yang didapatkan dengan metode survey dengan alat bantu kuisioner yang itu disebar kepada nasabah di BMT Fastabiq Jepara. Penelitian ini menggunakan meotde pengolahan data kuantitatif dengan analisis SEM PLS (*Partial Least Square*) dengan menggunakan alat statistik SmartPLS 4.0 . Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah BMT Fastabiq Jepara yang berjumlah 100 orang. Adapun variabel yang digunakan dalam penelititan ini yaitu minat menabung, pengetahuan, produk, promosi, religiusitas, dan minat menabung. Hasil penelitian ini memaparkan bahwa produk dan religiusitas diterima dan terdapat pengruh yang signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara sedangkan untuk pengetahuan dan promosi tidak diterima dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

Kata Kunci : Minat Menabung, BMT Fastabiq Jepara.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the interest in saving at BMT Fastabiq Jepara. In this study using quantitative methods. This research was conducted from May to June 2023 and the data sources were obtained by the survey method with a questionnaire tool which was distributed to customers at BMT Fastabiq Jepara. This study used a quantitative data processing method with SEM PLS (Partial Least Square) analysis using the SmartPLS 4.0 statistical tool. Respondents in this study were 100 BMT Fastabiq Jepara customers. The variables used in this research are interest in saving, knowledge, product, promotion, religiosity, and interest in saving. The results of this study explained that product and religiosity were accepted and there was a significant influence on the intention to save at BMT Fastabiq Jepara while knowledge and promotion were not accepted and did not significantly influence the intention to save at BMT Fastabiq Jepara.

Keywords : Interest in Saving, BMT Fastabiq Jepara.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Segala puji dan syukur kita atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya yang tidak dapt kita hitung seberapa besar dan banyak nikmat itu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar, shalawat serta salam kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari jaman kegelapan menuju jaman yang terang benderang ini dan dari jaman unta menuju jamana Toyota yang semoga kelak kita mendapat syafaat dihari kiamat kelak. Amin.

Yang mana penulis dapat menulis dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan lancar dalam penelitian ini yang berjudul **"Analisis Minat Menabung di BMT Fastabiq Jepara"** sehingga terselesaikan dengan baik. Skripsi ini ditulis guna memenuhi tugas akhir sebagai syarat memperoleh gelar sarjana program studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Maka dari itu penulis pada kesempatan ini akan memberikan sedikit ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. yang menjabat sebagai Rektor Universitas Islam Indonesia beserta jajarannya.
2. Bapak Johan Arifin, S.E M.Si., Ph. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia beserta jajarannya
3. Bapak Abdul Hakim S.E., M.Ec. yang menjabat sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia beserta jajarannya.
4. Bapak Heri Sudarsono S.E., M.Ec. yang telah memberikan waktunya dalam membimbing dan memberikan ilmunya dalam proses penyusunan dan penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Kedua orang tua saya dan adik saya, Bapak saya Gatot Almunib, Ibu saya Inayah Mu'tamaryati, dan Tsania Hanadia Alghana yang selalu senantiasa mendoakan dengan jiwa

dan raga, memberikan motivasi untuk terus maju dan jangan pernah untuk patah semangat, selalu membimbing saya dalam urusan dunia maupun akhirat sehingga saya akan selalu menjadi pribadi yang lebih baik lagi untuk hari depan.

6. Untuk sahabat dan teman seperjuangan dalam menuntaskan kuliah yang selalu memberikan dan berdiskusi sesuatu yang berkaitan dengan kuliah sehingga saya bisa untuk terus lancar dan tanpa hambatan dalam mengarungi perkuliahan ini. Dan segenap teman-teman lainnya yang berjuang Bersama dalam menyelesaikan perkuliahan ini saya tidak dapat sebutkan satu persatu karena kalian saya bisa sampai dengan sejauh ini untuk menyelesaikan studi yang sudah saya mulai dan harus saya selesaikan.
7. Untuk Karyawan BMT Fastabiq Jepara yang sudah membantu saya dalam proses skripsi ini sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tidak ada hambatan. Terimakasih karena telah membantu saya dalam pencarian data untuk penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi masih jauh dari kata sempurna dan kekurangan, maka dari itu kritik dan saran yang membangun akan sepenuhnya diterima dengan baik untuk perbaikan selanjutnya. Dan juga penulis meminta maaf atas semua kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi semua pihak dan kalangan.

Yogyakarta, 13 Juli 2023



Ahada Dzulfikar Alghana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

ABSTRAK vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. LATAR BELAKANG 1

B. RUMUSAN MASALAH 5

C. TUJUAN PENELITIAN 5

D. MANFAAT PENELITIAN 5

BAB II LANDASAN TEORI 7

A. Kajian Pustaka 7

B. Landasan Teori 10

C. Kerangka Pemikiran 14

D. Hipotesis 16

BAB III METODE PENELITIAN 17

A. Desain Penelitian 17

B. Objek dan Lokasi Penelitian 17

C. Populasi dan Sampel 17

D. Sumber Data 18

E. Definisi Operasional Sampel 18

F. Instrumen Penelitian 22
G. Teknik Pengambilan Sampel 22
H. Teknik Analisis Data 23
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 29
A. Deskripsi Data 29
B. Analisis Data 32
C. Pengujian Hipotesis 39
D. Pembahasan 41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 43
A. Kesimpulan 43
B. Saran 44
DAFTAR PUSTAKA 45
LAMPIRAN 47
BIOGRAFI PENULIS 66

DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN

TABEL 1. 1 DATA ANGGOTA SIMPANAN BMT FASTABIQ JEPARA 2

BAB III METODE PENELITIAN

TABEL 3. 1 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL 19

TABEL 3. 2 TABEL SKALA LIKERT 23

BAB IV ANALISIS DATA DAN PENBAHASAN

TABEL 4. 1 HASIL ANALISIS DEMOGRAFI 30

TABEL 4. 2 HASIL UJI ITEM REALIBILITY 33

TABEL 4. 3 HASIL UJI COMPOSITE REALIBILITY 34

TABEL 4. 4 HASIL UJI AVERAGE VARIANT EXTRACTED (AVE) 34

TABEL 4. 5 HASIL UJI CROSS LOADING DISCRIMINAT VALIDITY 35

TABEL 4. 6 HASIL UJI FORMELL-LACKER DISCRIMINAT VALIDITY 36

TABEL 4. 7 HASIL ANALISIS OUTER MODEL SMART PLS 37

TABEL 4. 8 HASIL UJI PATH COEFICIENT 38

TABEL 4. 9 HASIL UJI COEFICIENT OF DETERMINATION (R^2) 39

TABEL 4. 10 HASIL UJI MODEL FIT 39

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Lembaga keuangan mikro atau yang biasa disebut dengan LKM sangat berpengaruh terhadap program pemerintah dalam menangani kasus kemiskinan yang mana mereka sangat berperan besar dalam hal itu. LKM itu sendiri merupakan sebuah Lembaga yang memiliki jasa keuangan untuk masyarakat yang berpenghasilan rendah serta pengusaha mikro guna membantu mereka dalam menangani masalah keuangan. Dalam LKM ini mereka membantu masyarakat yang berpenghasilan rendah serta pengusaha mikro yang tidak terlayani oleh Lembaga formal dan juga mereka sudah berorientasi pasar sebagai lading bisnis mereka. Salah satu LKM yang ada yaitu Baitul mal wa tamwil atau yang biasa disebut dengan BMT. (N. Dewi, 2017)

BMT ini merupakan lembaga keuangan yang ada didalam islam yang yang berguna untuk mengelola keuangan umat islam yang bersifat sosial (Nasabah et al., 2011) Keberadaan BMT ini sekaligus menjawab apa yang selalu menjadi pertanyaan di masyarakat bahwa prinsip riba masih ada dalam kegiatan perekonomian dan juga sebagai penyuntik dana bagi usaha masyarakat yang berguna untuk mengembangkan dan pemberdayaan usaha dalam skala kecil dan menengah. Dampak yang diberikan oleh BMT ini sangat bermanfaat bagi masyarakat yang tidak menggunakan jasa dari bank konvensional yang mana mereka lebih memilih untuk menggunakan prinsip ekonomi kerakyatan dan juga untuk menolak ekonomi yang masih berkaitan dengan adanya riba. BMT ini dalam masyarakat mengemban misi menjalankan ekonomi yang berbasis syariah dan juga menjalankan ekonomi kerakyatan yang itu bertujuan untuk meningkatkan ekonomi mikro sehingga perkembangan BMT ini sangat pesat ditengah gempuran bank konvensional dan Lembaga keuangan lainnya (Ahmad Hasan Ridwan, 2013)

Dalam praktek yang ada sekarang BMT yang prinsipnya menggunakan sistem koperasi yang mengelola serta menyalurkan dana yang dihimpun masyarakat yang berbentuk simpanan maupun pembiayaan, ini merupakan sumber yang didapatkan BMT untuk tetap berjalan ditengah gempuran Lembaga keuangan serta bank konvensional lain karena persaingan yang

ketat itulah maka BMT akan terus bekerja dalam membuat lemabaga untuk lebih maju dan meningkatkan agar terus bisa bersaing dengan yang lainnya. Dana yang sudah dihimpun tadi akan disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Pola tersebut yang digunakan oleh BMT pada akhirnya sama dengan apa yang sudah digunakan oleh bank syariah yang sudah lebih dulu menggunakannnya sebagai Lembaga intermediasi yang mereka lakukan yaitu menghimpun dana lalu akan menyalurkan dana itu Kembali ke masyarakat. (Solikhul Hidayat, 2013)

TABEL 1. 1 DATA ANGGOTA SIMPANAN BMT FASTABIQ JEPARA

NO	PRODUK	2018	2019	2020	2021	2022
1	Simpanan Mudharabah	10.842	11.757	12.205	14.736	14.776
2	Smpanan Idul Fitri	1.126	1.117	1.138	990	1.064
3	Simpanan Pelajar	375	382	371	353	367
4	Simpanan Pensiun	103	92	97	84	96
5	Simpanan Ukhuwah	2.457	1.925	5.156	4.915	4.815

Dari data diatas dapat dilihat bahwa ini merupakan data untuk 5 tahun kebelakang yang ada pada BMT Fastabiq Jepara, untuk simpanan mudharabah atau tabungan biasa mengalami kenaikan terus menerus dari tahun 2018 yang sebesar 10.842 rekening sampai dengan tahun 2022 mencapai angka 14.776 rekening, untuk yang Simpanan Idul Fitri merupakan simpanan yang hanya bisa diambil pada waktu mendekati Idul Fitri mengalami progress naik turun dari tahun ke rahun mulai dari tahun 2018 sebesar 1.126 rekening sampai tahun 2022 sebesar 1.064 rekening, untuk simpanan pelajar yang menargetkan para pelajar untuk menabung juga mengalami naik turun dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2018 sebesar 375 rekening sampai tahun 2022 sebesar 367 rekening , untuk simpanan pensiun mengalami naik turun juga yang dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2018 yang sebesar 103 rekening sampai dengan 2022 sebesar 96 rekening, untuk simpanan Ukhuwah juga mengalami naik turun dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2018 sebesar 2.457 rekening sampai tahun 2022 sebesar 4.815 rekening. jika dilihat melalui tabel tersebut bisa dibilang simpanan mudharabah yang paling banyak dan memiliki perkembangan yang naik terus karena simpanan ini menggunakan akad mudharabah

dan nisbah sebesar 20% serta simpanan ini juga bisa diambil sewaktu-waktu saat membutuhkannya.

Menabung merupakan pembelajaran yang sangat efektif dalam berhemat dan merencanakan maka menyisihkan uang sebagian yang dimiliki guna digunakan dalam waktu tertentu. Menabung juga kegiatan yang penting dan tidak bisa kita lupakan begitu saja yang mana kegiatan ini harus dibiasakan sejak dini dan juga kegiatan ini adalah sesuatu yang positif. Menabung dapat membuat kita menjadi manusia yang bia berhemat dan dapat mengatur uang yang kita miliki sehingga uang itu dapat bermanfaat bagi kita di waktu mendatang. (Murtani, 2019)

Tujuan dari menabung akan membuat diri kita menjadi lebih bisa menghemat dalam pengeluaran uang sehingga hidup kita menjadi lebih stabil dan juga tidak membuat kita menjadi boros, pengeluaran harus bisa diseimbangkan dengan pemasukan. Manfaat menabung memberikan manfaat untuk mengatur keuangan pribadi kita, perencanaan keuangan, pendisplinan tentang uang. Nah salah satu sarana guna menyimpan uang ada pada BMT. (Murtani, 2019)

Menabung adalah kegiatan yang dilakukan seseorang yang mana mereka akan menyisihkan uang mereka untuk digunakan dalam waktu tertentu. Tujuan setiap orang dalam menabung biasanya berbeda tetapi salah satunya yaitu untuk memenuhi apa yang diharapkan tentang masa depan mereka. Maka dari itu, menabung bisa diajarkan sejak kecil dapat memberikan dampak dan manfaat berkepanjangan yang positif. (Muharrom et al., 2019)

Religusitas merupakan salah satu variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Religiusitas merupakan konsep yang merujuk pada aspek agama yang terdapat pada apa yang diyakini dan hayati dalam hati seseorang. Konteks ini dapat menjelaskan bagaimana seseorang bagaimana hubungan mereka terhadap Allah SWT apakah mereka menaati atau melanggar perintah atau larangan- Nya. Pemahaman dan penerapan ajaran agama yang baik akan memunculkan bagaimana mereka menabung sesuai dengan syariat agama. (Safitri et al., 2022)

Pengetahuan juga merupakan salah satu variabel yang ada pada penelitian ini. Pengetahuan adalah segala suatu yang diketahui dan dipahami nasabah tentang bagaimana produk yang dipasarkan dan dimiliki oleh perusahaan atau Lembaga yang dapat mempengaruhi nasabah untuk membeli atau menggunakannya. (Safitri et al., 2022) Pengetahuan itu juga dapat memberikan gambaran tentang produk apakah itu dapat berguna atau sesuai dengan kebutuhan yang ada pada diri masing-masing nasabah.

Produk disini juga salah satu variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Produk adalah salah satu produk tabungan yang dimiliki oleh BMT yang dapat dipilih oleh nasabah yang sesuai dan pas dengan apa yang dibutuhkannya (L. Dewi & Sulistyowati, 2019). produk dalam syariah produk merupakan sesuatu yang memiliki daya guna, baik itu materi yang dapat dikonsumsi maupun bernilai guna menghasilkan perbaikan dalam hal moral, material, maupun spiritual bagi nasabah. (Romdhoni & Sari, 2018)

Promosi salah satu variabel yang kami gunakan dalam kegiatan penelitian ini. Promosi pada dasarnya merupakan suatu bentuk komunikasi dalam metode pemasaran guna memberikan dorongan terhadap permintaan. Promosi juga dapat berguna untuk memberikan informasi, mempengaruhi dan membuat sasaran untuk bersedia, menerima, menggunakan terhadap produk yang sudah ditawarkan dan dimiliki oleh BMT. Promosi ini harus mementingkan nilai-nilai yang tertanam dalam agama Islam yang mana itu adalah suatu kejujuran dan menjauhi dari penipuan yang mana perbuatan tersebut dilarang serta bersifat zalim dan sudah diharamkan dalam agama. (Susanti et al., 2022)

Maka dari itu, peneliti disini tertarik tentang bagaimana faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi seorang nasabah dalam menabung di BMT Fastabiq Jepara. Sehingga hasil penelitian ini dapat kami tuangkan dalam karya tulis yang berbentuk dalam skripsi yang berjudul " **Analisis Minat Menabung di BMT Fastabiq Jepara** "

B. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah yang ada pada penelitian ini akan berdasar pada apa yang ada pada latar belakang diatas. Berikut rumusan masalah kami paparkan :

1. Apakah Religiusitas mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara?
2. Apakah Produk mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara?
3. Apakah Pengetahuan mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.?
4. Apakah Promosi mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisa pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.
2. Untuk menganalisa pengaruh produk terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.
3. Untuk menganalisa pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.
4. Untuk menganalisa pengaruh promosi terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

D. MANFAAT PENELITIAN

Dengan ini peneliti bermaksud dan berniat untuk memberikan manfaat dengan adanya penelitian ini :

1. Manfaat Akademis

   Penelitian ini diharapkan untuk memberikan pandangan serta pengetahuan terutama dalam bidang keuangan Syariah yang mana ini dapat menggambarkan apa yang terjadi dilapangan dan ilmu itu tidak harus didapatkan secara teori bisa juga didapatkan langsung terjun ke lapangan dan melihat realita yang ada.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini dapat memberikan pandang dan juga masukan dalam memahami bagaimana minat menabung yang ada di BMT yang mana itu dapat memberikan

pengaruh dalam pengambilan kebijakan dalam menjalankan BMT dengan tujuan untuk meningkatkan dan memajukan BMT dalam hal membangunkan minat menabung yang ada pada masyarakat. Dan juga dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk mengetahui bagaimana minat menabung yang ada pada masyarakat serta juga memberikan pemahaman bahwa menabung itu penting untuk masa depan karena apa yang terjadi kita tidak akan pernah mengetahuinya.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka merupakan beberapa penelitian terdahulu yang masih relevan dalam penelitian ini, berikut kami paparkan penelitian tersebut :

Penelitian ini dilatarbelakangi karena masyarakat yang kurang dalam minatnya dalam penggunaan bank Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana data diperoleh dari sistematika kuisioner yang kemudian diolah menggunakan aplikasi Smart PLS (*Partial Least Square*) dan responden yang ada pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang diambil menggunakan *convenience sample* Teknik. Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa religiusitas dan *brand image* berpengaruh terhadap minat menabung di bank Syariah sedangkan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank Syariah, dan variabel moderasi religiusitas tidak memoderasi pengaruh *brand image* terhadap minat menabung di bank Syariah tetapi mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank Syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelititan ini menggunakan variabel brand image sedangkan penelititan saya menggunakan variabel religiusitas, produk, pengetahuan, promosi. (Safitri et al., 2022)

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial serta simultan dari beberapa variabel yaitu pelayanan, produk tabungan, dan bagi hasil terhadap minat menabung. Reponden pada penelitian ini berjumlah 100 orang dan Teknik dari pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan kuisioner. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yang meliputi beberapa pengujian seperti uji valliditas, uji realibilitas, dan uji asumsi klasik yang bercabang menjadi beberapa pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis, dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pelayanan tidak berpengaruh secara parsial tetapi produk tabungan dan bagi hasil berpengaruh terhadap minat menabung, sedangkan pelayanan, produk tabungan, dan bagi hasil berpengaruh secara simultan trhadap minat menabung. Perbedaan penelititan ini dengan penelititan saya yaitu pada penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif kuantitatif

sedangkan penelitian saya menggunakan alat analisis SmartPLS 3.0 (L. Dewi & Sulistyowati, 2019)

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui persepsi rasa puas yang dimiliki nasabah terhadap rasio yang diperoleh dari BMT UGT cabang nusantara banyuanyar dan faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan BMT. Pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan kuantitatif dan alat ukur yang digunakan yaitu skala likert. Responden pada penelitian ini berjumlah 53 yang mana pengambilan sampel berdasarkan dengan metode purposive sampling serta responden nya merupakan nasabah dari BMT sendiri. Ada beberapa Teknik pengambilan sampel berdasarkan dengan kriteria yaitu nasabah berusia diatas 20 tahun, memiliki simpanan, dan memiliki simpanan yang sudah 1 tahun atau lebih. Data penelitian di uji dengan menggunakan metode uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan analisi regresi berganda atau uji hipotesis. Hasil penelitian memaparkan bahwa bagi hasil, lokasi, dan lingkungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung nasabah, sedangkan promosi dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelittian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan jumlah responden sebanyak 53 orang sedangkan pada penelitian saya menggunakan alat analisis SmartPLS dan responden sebanyak 100 orang. (Alwi & Tillah, 2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, religiusitas, budaya, bagi hasil, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di KSPPS kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling dan jumlah sampel yaitu 100 responden serta menggunakan metode kuisioner dalam pengumpulan data. Responden dalam penelitian ini merupakan anggota aktif dari KSPPS yang terdaftar di Dinas Koperasi dan usaha mikro kota Semarang. Data di uji menggunakan analisis deskriptif dan model persamaan structural dalam aplikasi Smart PLS 3.0. Hasil dari penelitin mengatakan bahwa pendapatan, religiusitas, budaya, bagi hasil, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan menabung di KSPPS kota Semarang. Perbedaan penelitian ini dengan penelititan saya yaitu dalam penelitian ini menggunakan variabel bagi hasil dan pelayanan sedangkan penelitian saya menggunakan variabel religiusitas, produk, pengetahuan, dan promosi. (Fikri Aziz et al., 2021)

Penelitian oleh (Maisharah Amanda et al, 2019) bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan, pendapatan, lokasi, produk, dan pelayanan memberikan pengaruh

terhadap minat menabung di bank Syariah. Metode dalam penelitian menggunakan metode kualitatif. Populasi dari sampel ini merupakan dosen Universitas Syiah Kuala yang berjumlah 100 responden yang menggunakan Teknik pengambilan sampel *stratified random sampling*. Metode analisis disini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pengetahuan, pendapatan, lokasi, produk, dan pelayanan mempengaruhi minat menabung di bank Syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelititan ini menggunakan metode kualitatif sedangkan pada penelitian saya menggunakan metode Kuantitatif.

Penelitian oleh (Muzakir et al., 2022) mempunyai tujuan yang mana itu berguna untuk mengetahui apakah dalam faktor kepercayaan, persepsi, promosi, dan pengetahuan terdapat pengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat menabung masyarakat di bank Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang disebar melalui kuisioner kepada masyarakat desa Lajut kecamatan Praya Tengah yang mendapatkan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis linier regresi berganda. Hasil penelitian mengatakan bahwa secara parsial kepercayaan, persepsi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat sedangkan pengetahuan tidak. Dan untuk hasil penelitian secara simultan memaparkan bahwa kepercayaan, persepsi, promosi, dan pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis linier berganda sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS 3.0.

Penelitian oleh (Ika Sulistyawati et al., 2022.) memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh pada faktor-faktor terhadap minat menabung di bank Syariah. Objek penelitian ini berada di Universitas Semarang dan populasi sampel yaitu mahasiswa program studi Akuntansi yang berjumlah 84 responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan Teknik analisis regresi linier berganda. Alat analisis yang digunakan dalam pengujian ini yaitu SPSS ’25. Hasil dari pengujian ini menyatakan bahwa religiusitas, pengetahuan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di bank Syariah. Sedangkan lokasi dan biaya administrasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank Syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis linier berganda sedangkan pada penelitian saya menggunakan analisis SmartPLS.

B. Landasan Teori

1. Minat

Minat adalah kecenderungan hati seorang manusia untuk melakukan aktivitas atau sesuatu yang mana aktivitas atau sesuatu itu akan dilakukan dengan senang hati serta terus menerus akan dilakukan oleh seseorang. (Suharyat et al., 2009) ,minat ditafsirkan melalui suasana hati seseorang saat sebelum mereka melakukan sesuatu yang diinginkan apabila mereka dengan gampang memilih sesuatu dan juga tiap orang memiliki perhatian untuk memuaskan kebutuhan yang mana itu memiliki hubungan erat dengan pikiran dan perasaan. (Rusmiati, 2017) minat merupakan suatu karakteristik yang mampu dilakukan untuk memusatkan perhatian dengan penuh kemauan dan keyakinan pada suatu keadaan yang bergantung pada bakat dan lingkungan.

Minat dapat dikatakan sebagai perangkat mental yang didalamnya ada beberapa campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, kecenderungan yang mengarahkan individu tersebut kepada suatu pilihan tertentu (Agus et al., 2021) , minat merupakan sesuatu yang muncul pada diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk melakukan sesuatu atau tujuan tertentu. Minat juga meupakan rasa suka atau tertarik pada sesuatu tanpa ada yang menyuruh atau kebiasaan terhadap sesuatu yang disenangi oleh seseorang tersebut.

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat dikatakan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu hal atau keinginan, (Anton M Moeliono dkk, 1999) sedangkan menurut Elizabeth B. Hurlock dalam bukunya yang berjudul Child Development berkata bahwa minat merupakan sumber motivasi yang membuat seseorang terdorong untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan dengan bebas untuk memilih. (Hurlock, 1978)

2. Menabung

Menabung adalah kegiatan pembelajaran yang sangat efektif dalam melakukan penghematan, perencanaan, yang mana menabung juga sekaligus memiliki arti menyisihkan Sebagian uang yang dimiliki seseorang untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu. Kegiatan ini harus dibiasakan sejak dini karena menabung merupakan penting

bagi hidup kita dan tidak boleh dilupakan begitu saja, menabung merupakan kegiatan yang positif yang akan membuat kita menjadi pribadi yang menjadi lebih hemat dan juga memberikan kita manfaat yang berguna karena menabung membuat kita dapat mengatur keuangan kita. (Murtani, 2019)

Menabung adalah kegiatan yang penting dilakukan oleh semu orang yang mana hasil tabungan itu dapat dimanfaatkan dan digunakan untuk mencegah atau menanggulangi semua kebutuhan atau sesuatu yang bisa dikatan mendesak atau muncul secara tiba-tiba yang mana itu membutuhkan uang dengan skala yang besar sehingga hasil tabungan itu dapat dimanfaatkan dengan baik (Rohman et al., 2018) tabungan adalah pendapatan yang diperoleh yang kemudian tabungan itu dapat digunakan untuk waktu yang tidak terduga sedangkan menabung adalah perilaku yang ada pada diri seseorang yang dimiliki oleh seseorang dalam menyisihkan uang mereka guna disimpan untuk cadangan di masa mendatang.(Muharrom et al., 2019).

3. Pengetahuan

(Soekidjo Notoadmodjo, 1993) Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan ini terjadi karena seseorang melakukan proses penginderaan terhadap suatu objek tertentu yang mana itu ada pada lima panca indera yaitu pendengaran, pengelihatan, penciuman, perasa, dan meraba. Yang mana ada bebrapa tingkatan dalam pengetahuan yaitu tahu (*know*), memahami (*comprehension*), aplikasi (*application*), analisis (*analysis*), sintesis (*syntesis*), evaluasi (*evaluation*). Enam tingkatan pengetahuan itu akan menghasilkan suatu pengetahuan baru yang dapat kita ketahui dan juga kita dapatkan sehingga pengetahuan itu akan berguna bagi kita di kemuadian hari.

(Maisharah Amanda et al, 2019) Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang masyarakat dapat dan miliki tentang berbagai jenis produk dan layanan yang dimiliki oleh BMT dan informasi lainnya tentang segala yang berkaitan dengan BMT. Maka dari itu sosialisasi menjadi berguna dengan memberikan semua informasi pada masyarakat tentang keunggulan BMT. (Muzakir et al., 2022) , pengetahuan adalah semua informasi tentang produk dan jasa yang akan dimiliki oleh nasabah. Pengetahuan ini ada beberapa macam seperti pengetahuan produk, cara pemakaian, dan bagaimana cara investasi ataupun pembelian.

4. Produk

Produk tabungan merupakan salah satu produk yang dimiliki oleh BMT yang mereka miliki atau mempunyai beberapa pilihan yang ada di BMT sehingga dapat dipilih dan digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Kualitas produk adalah salah satu cara yang dimiliki oleh BMT yang mana tujuan dari ini merupakan memberikan posisi BMT dalam memasarkan produk yang dimiliki sehingga kualitas ini memiliki dampak langsung terhadap produk dan jasa, maka dari itu kualitas memberikan dampak terhadap hubungan yang kuat antara nilai dengan kepuasan nasabah.(L. Dewi & Sulistyowati, 2019).

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan serta menarik perhatian sehingga dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan nasabah, dan juga produk dapat diartikan barang atau jasa yang diperjualbelikan.(Mauizotun Hasanah & Susmita, 2021) produk dapat juga diartikan seperti berupa barang, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, organisasi, dll kepada nasabah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan seorang nasabah. Produk konsumen merupakan suatu hal yang dapat bermanfaat baik berupa materi maupun yang lainnya dengan manfaat baik saat dikonsumsi ataupun mempunyai nilai guna dalam menghasilkan suatu perbaikan material.(Romdhoni & Sari, 2018).

5. Religiusitas

Religiusitas merupakan tingkatan pada manusia yang berkomitmen pada agama yang dianut. Pada umumnya religiusitas ini merupakan hal yang memberikan dampak yang kuat terhadap individu seseorang karena ini berkaitan langsung dengan keadaan batin seseorang. Agama ialah simbol kepercayaan, keyakinan serta nilai seorang individu yang dikembangkan dan berfokus pada peresapan yang dimaknai dalam permasalahan maknawi yang terdapat beberapa faktor sehingga bisa dikatakan bahwa itu merupakan religiusitas yaitu pengetahuan agama, pengalaman, keyakinan, konsekuensi, dan praktik.(Alwi & Tillah, 2022).

Religiusitas merupakan kumpulan nilai internalisasi agama yang berada pada diri seseorang yang dimaksudkan internalisasi disini yaitu kepercayaan terhadap semua ajaran

agama baik itu dalam hati maupun dalam bentuk ucapan, sehingga religiusitas ini akan diaktualisasikan dan diterapkan dalam perbuatan dan juga kegiatan sehari-hari. Maka religiusitas ini dapat diartikan keyakinan atau aturan yang mana itu harus dilaksanakan sehingga kegiatan itu dapat menjadi sarana yang sakral dan mendekatkan diri kepada yang Maha Kuasa, religiusitas ini juga dapat menumbuhkan hubungan dan tanggung jawab seseorang terhadap orang lain dan juga Tuhannya, itu dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari seseorang bagaimana dia berperilaku yang menandakan dia beragama.(Putri et al., 2019).

6. Promosi

Promosi adalah salah satu komponen yang harus dimiliki dan digunakan untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk suatu perusahaan. Maka dari itu pasar dapat dengan mudah mengetahui apa produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Yang mana promosi ini memiliki tujuan yang dapat memberikan nasabah/konsumen untuk mengetahui barang atau jasa apa yang akan mereka gunakan dan mereka minati. Keunggulan atau fungsi utama dari promosi ini untuk meyakinkan nasabah bahwa produk atau jasa yang ditawarkan ini memiliki kelebihan dari produk atau jasa para pesaing yang ada di pasar. (Muzakir et al., 2022).

Promosi merupakan sarana komunikasi yang berguna bagi produk yang ditawarkan melalui berbagai media dengan tujuan untuk masyarakat memahami, menyetujui, dan mengikuti. Promosi pada hakikatnya merupakan sebuah bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memberikan permintaan, komunikasi pemasaran adalah kegiatan yang isi di dalamnya untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, serta mengingatkan pasar sasaran perusahaan dan produk yang ditawarkan dengan tujuan nasabah dapat menerima, mengikuti, membeli, dan loyal pada produk dan jasa yang sudah ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.(Susanti et al., 2022).

7. BMT

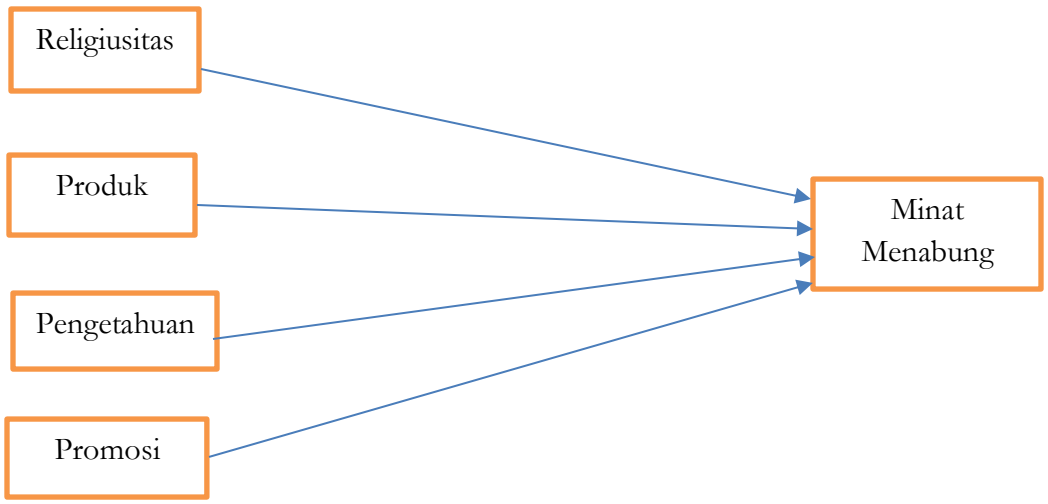
BMT atau Baitul mal wat tamwil adalah sebuah Lembaga mikro Syariah yang bergerak di bidang keuangan yang biasanya berdasarkan dengan hukum koperasi serta Lembaga keuangan mikro Syariah yang mempunyai ciri-ciri dengan sering melakukan kegiatan *profit*

oriented dengan Baitul tamwil dan *social oriented* dengan Baitul mal. BMT juga merupakan Lembaga keuangan yang ada dalam Islam yang berguna untuk mengelola keuangan dan dana yang bersifat sosial serta memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan syariat yang ada pada agama Islam (Nasabah et al., 2011)

Baitul mal wa tamwil atau BMT secara etimologis berati rumah uang untuk Baitul mal sedangkan rumah pembiayaan untuk Baitul tamwil sehingga bisa dikatakan bahwa BMT merupakan Lembaga yang terbagi menjadi dua pengertian yang mana untuk Baitul mal berjalan pada usaha non profit seperti zakat, infaq, dan shadaqah sedangkan untuk Baitul tamwil bergerak pada bidang pembiayaan seperti pengumpulan dana serta penyaluran dana komersial. BMT juga bisa dikatakan sebagai Lembaga yang merupakan swadyamasyarakat yang pada awalnya didirikan dan dikembangkan oleh masyarakat yang mana biasanya pendirian dan perkembangan berasal dari dana masyarakat, sehingga BMT bisa dikatakan dari masyarakat dan untuk masyarakat. (N. Dewi, 2017).

C. Kerangka Pemikiran

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana minat menabung dipengaruhi oleh pengetahuan, promosi, religiusitas, dan produk di BMT Fastabiq Jepara. Berikut kerangka pemikiran ini dapat digambarkan :



Berdasarkan kerangka berpikir ini dapat kita lihat bahwa :

1. **Hubungan Religiusitas mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.**

   BMT atau Baitul mal wa tamwil memiliki nilai keislaman yang tinggi dan mengedepankan unsur-unsur syariah daripada bank atau Lembaga konvenional lainnya. Maka dari itu banyak masyarakat yang berpikir untuk menghindari riba maka mereka akan lebih memilih untuk menyimpan uang mereka di BMT, karena dalam BMT menggunakan sistem bagi hasil dan tidak ada riba didalamnya sehingga itu merupakan faktor yang membuat masyarakat lebih memilih BMT untuk menyimpan uang mereka sehingga religiusitas dengan minat menabung memiliki hubungan. (Fikri Aziz Jurusan Akuntansi et al., 2021)

2. **Produk mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.**

   Produk dalam BMT memiliki kegunaan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat memilih apa yang dapat berguna dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Masyarakat yang menggunakan BMT juga yang menengah kebawah yang membutuhkan bank dalam skala kecil yang hadir ditengah mereka untuk memebuhi kebutuhan masyarakat sehingga itu juga merupakan faktor yang membuat masyarakat lebih memilih untuk menggunakan produk yang ada di BMT karena itu produk dengan minat menabung memiliki hubungan. (L. Dewi & Sulistyowati, 2019)

3. **Pengetahuan tidak mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.**

   Pengetahuan yang dimiliki masyarakat untuk memilih produk yang ada di BMT yang akan digunakan nantinya apakah sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau tidak sehingga pengetahuan ini merujuk pada informasi tentang semua barang maupun jasa yang dimiliki oleh BMT yang diketahui oleh masyarakat. Tetapi disini pengetahuan masyarakat tidak melalui apa yang dimiliki oleh BMT tetapi masyarakat mengetahui tentang BMT hanya dari pembicaraan yang dilakukan masayarat dengan sarana mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan basa basi seperti contoh A memiliki tabungan di BMT nah tetangga dari si A tahu bahwa A memiliki tabungan di BMT kemudian tetangga bertanya tentang

BMT kemudian tertarik dan akhirnya menggunakan jasa dari BMT. Maka pengetahuan dengan minat menabung memiliki hubungan tetapi tidak signifikan. (Safitri et al., 2022)

4. **Promosi tidak mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.**

   Promosi merupakan saran yang digunakan oleh BMT dalam memasarkan produk dan jasa yang dmiliki oleh BMT guna menarik nsaabah untuk menggunakan jasa mereka sehingga promosi merupakan faktor penting untuk terus menjalankan BMT itu, promosi juga berguna untuk memberikan informasi tentang bagaimana produk dan jasa yang dimiliki lebih baik dan unggul daripada produk dan jasa yang ada pada Lembaga lainnya sehingga itu dapat menjadi senjata untuk bersaing dengan kompetitor lain. Promosi harus dilakukan secara terus menerus dan itu tidak boleh berhenti karena akan memberikan dampak pada BMT. Promosi juga bisa lewat nasabah yang dapat mempromosikan produk dan jasa yang mereka gunakan kepada teman atau kolega sehingga mereka juga menggunakan produk maupun jasa yang mereka gunakan dan itu terbukti ampuh karena biasanya promosi yang dilakukan oleh orang yang sudah mereka kenal akan lebih mudah untuk mendapatkan perhatian. Maka promosi dengan minat menabung memiliki hubungan namun tidak signifikan. (Alwi & Tillah, 2022)

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan yang sifatnya masih sementara terhadap masalah pada suatu penelitian yang mana kebenaran dari tuduhan itu masih lemah dan haru diuji secara empiris (Erwan Agus Purwanto, 2017) dari berbagai permasalahan yang ada maka kami paparkan berikut hipotesis yang ada :

1. Diduga Variabel Religiusitas berpengaruh positif terhadap variabel minat menabung di BMT fastabiq Jepara.
2. Diduga variabel Produk berpengaruh positif terhadap variabel minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.
3. Diduga variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap variabel minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.
4. Diduga variabel promosi berpengaruh positif terhadap variabel minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif kasual atau bisa disebut juga dengan penelitian yang termasuk kedalam kategori penelitian lapangan. Asosiatif kasual memiliki definisi yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah dua atau lebih variabel memiliki hubungan atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan suatu teori yang mana itu dapat menjelaskan, meramalkan, serta mengontrol suatu tanda atau gejala.(Sugiyono, 2012).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Yang mana hasil yang diperoleh dari penelitian ini berupa angka yang kemudian nanti diolah dan dianalisis oleh alat statistik yang menghasilkan beberapa variabel yaitu minat menabung sebagai variabel dependen, pengetahuan, promosi, religiusitas, produk sebagai variabel independent. Dan tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui minat menabung yang ada di BMT Fastabiq Jepara.

B. Objek dan Lokasi Penelitian.

Penelitian ini menargetkan audiens yaitu nasabah BMT Fastabiq Jepara dan berlokasi di kabupaten Jepara. Pengambilan data dalam penelitian ini diambil dalam kurun waktu seminggu pada tanggal 17-23 April 2023. Kuisisoner Google Form serta yang berbentuk kertas dibagikan kepada nasabah BMT Fastabiq selama 2-3 hari yang kemudian dimasukkan ke google form secara manual.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Populasi adalah seluruh objek penelitian yang terdiri dari berbagai macam yaitu mahluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa yang mana itu sebagai sumber data yang dapat mewakili karakter tertentu dalam suatu penelitian. Populasi juga dapat diartikan sebagai suatu kesatuan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Alat analisis disini yaitu unit yang nantinya akan dianalisis. (Dameria Sinaga, 2014). Dalam penelitian ini populasi yaitu nasabah BMT Fastabiq.

2. Sampel

Sampel dalam sebuah pengertian yaitu Sebagian jumlah atau karakter dari sebuah populasi yang diambil sebagai perwakilan untuk dijadikan sebagai bahan penelitian. Responden yang dipilih dalam penelitian ini harus memiliki 2 syarat yaitu responden merupakan nasabah dari BMT Fastabiq Jepara dan juga mempunyai produk tabungan atau simpanan mudharabah dari BMT Fastabiq Jepara. Survei dilakukan dalam penelitian ini yang mana menggunakan kuisioner dalam pengambilan sampel sebagai instrument utama dalam pengambilan data dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan produk simpanan mudharabah yang mana data berjumalh sebanyak 14.776, dengan menggunakan rumus Slovin dapat disimpulkan bahwa sampel yang dibutuhkan untuk mewakili populasi yaitu sebanyak 67 dan itu sudah terpenuhi dengan responden yang berjumlah 100

D. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, data primer yaitu data yang diambil secara langsung melalui sumber terkait dan tidak ada perantara apapun.(Febri et al., 2014),data primer banyak digunakan untuk mengumpulkan semua informasi yang berkaitan dengan sudut pandang subjek, kejadian, pengamatan, serta temuan-temuan tes. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui kuisioner yang bersamaan dengan wawancara yang mana pertanyaan dari kuisioner diajukan kepada responden, banyak dari responden yang sudah melalui usia lanjut sehingga peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan menggunakan kuisioner.

E. Definisi Operasional Sampel

Variabel penelitian adalah atribut yang ada pada seseorang atau objek yang memiliki variasi antara satu orang atau objek dengan yang lainnya, variabel bisa juga seperti suatu atribut, nilai maupun sifat dari objek individu ataupun kelompok yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang mana itu akan ditentukan oleh peneliti untuk nantinya akan digunakan sebagai bahan yang dipelajari dan dicari informasi terkait yang hasilnya nanti akan ditarik kesimpulan dari semua itu. (Nikmatur Ridha, 2017).

Variabel Dependen yaitu variabel yang dijadikan untuk faktor yang akan dipengaruhi oleh sejumlah variabel lain, sedangkan variabel Independen yaitu variabel yang memiliki peran untuk mempengaruhi variabel lain. Variabel dependen dari penelitian ini yaitu minat menabung, sedangkan variabel independent yaitu pengetahuan, promosi, produk, dan religiusitas.

TABEL 3. 1 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Jenis Variabel	**Definisi**	**Indikator**
Minat Menabung	Minat menabung adalah sikap yang positif terhadap manajemen keuangan yang berguna untuk membantu seseorang menggapai kestabilan finansial sehingga dia bisa meraih tujuan yang dia impikan.	1.Saya berminat untuk menabung di BMT Fastabiq Jepara. 2. Saya berminat untuk menabung di BMT Fastabiq Jepara karena kemauan sendiri. 3. Saya berminat menabung di BMT Fastabiq Jepara karena teman saya menabung disana. 4. Saya berminat menabung karena lokasi BMT Fastabiq karena produk yang ditawarkan
Pengetahuan	Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan ini terjadi karena seseorang melakukan	1. Saya mengetahui BMT Fastabiq Jepara dalam sistemnya

	proses penginderaan terhadap suatu objek tertentu yang mana itu ada pada lima panca indera yaitu pendengaran, pengelihatan, penciuman, perasa, dan meraba.	menggunakan prinsip Syariah. 2.Saya paham cara menabung di BMT Fastabiq Jepara. 3. Saya paham terhadap produk dan jasa pada BMT Fastabiq Jepara. 4. Saya mengetahui BMT Fastabiq Jepara menggunakan sistem Bagi Hasil dan tidak sistem Bunga.
Produk	Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan serta menarik perhatian sehingga dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan nasabah, dan juga produk dapat diartikan barang atau jasa yang diperjualbelikan.	1.Produk dan jasa yang ditawarkan BMT Fastabiq Jepara sesuai dengan kebutuhan saya. 2. Jenis produk yang dimiliki BMT Fastabiq Jepara memberikan keuntungan bagi nasabah. 3.Produk yang diberikan BMT Fastabiq Jepara sangat variatif. 4. Produk BMT Fastabiq Jepara selalu mengedepankan keadilan yang sesuai

		dengan sistem perbankan Islam. 5. Produk BMT selalu memberikan motivasi yang baik.
Promosi	Promosi merupakan sarana komunikasi yang berguna bagi produk yang ditawarkan melalui berbagai media dengan tujuan untuk masyarakat memahami, menyetujui, dan mengikuti.	1.BMT Fastabiq Jepara Sering melakukan kegiatan sosial masyarakat sehingga menarik perhatian. 2. Promosi yang dilakukan oleh BMT Fastabiq Jepara menarik perhatian. 3. Iklan yang dilakukan oleh BMT Fastabiq jepara dalam bentuk baliho atau spanduk sangat menarik. 4. Ada jaminan bahwa BMT Fastabiq Jepara memiliki keadilan, keterbukaan dan margin yang sesuai dengan Syariah. 5. Sering menemui promosi Produk BMT Fastabiq Jepara melalui brosur.
Religiusitas	Religiusitas merupakan tingkatan pada manusia	1.Saya paham dan mengerti prinsip

	yang berkomitmen pada agama yang dianut. Pada umumnya religiusitas ini merupakan hal yang memberikan dampak yang kuat terhadap individu seseorang karena ini berkaitan langsung dengan keadaan batin seseorang.	syariah Islam mengenai perbankan. 2. BMT Fastabiq Jepara sudah sesuai dengan prinsip perbankan Islam. 3. BMT Fastabiq Jepara Menawarkan produk dan jasa yang halal. 4. Saya menabung di BMT Fastabq Jepara karena bebas dari bunga dan unsur riba. 5. Saya mengetahui akad-akad yang diterapkan di BMT Fastabiq Jepara.

F. Instrumen Penelitian

Insturmen penelitian pasti digunakan dalam metodologi penelitian yang mana itu merupakan alat yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Serta alat penelitian yang digunakan untuk mengkaji temuan dalam penelitian sebelumnya dan juga untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan kuisioner yang mana itu dalam bentuk kertas yang nantinya akan disebarkan kepada nasabah BMT Fastabiq Jepara dan setelah semua sudah terisi akan dimasukkan secara manual ke kuisioner yang berbentuk Google Form sehingga memudahkan dalam mengolah data tersebut.

G. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling, Random sampling adalah pengambilan sampel secara acak dari populasi, tanpa memperhatikan strata populasi yang ada, dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama

untuk diikutsertakan dalam sampel. Yang mana semua nasabah yang memiliki tabungan di BMT Fastabiq Jepara berhak untuk menjadi responden dalam penelitian ini

Pada penelitian ini menggunakan skala likert yaitu skala prikometri, ini berguna untuk mengukur tingkat persetujuan responden dalam memberikan respon yang mana itu dengan pertanyaan yang mana responden harus memilih salah satu dari lima pilihan yang sudah disediakan. Setiap indikator dalam variabel akan dievaluasi yang menggunakan skala likert sebagai alat untuk mengukur. Setiap indikator akan dijadikan instrumen yang nantinya akan diubah menjadi pertanyaan sebagai berikut :

TABEL 3. 2 TABEL SKALA LIKERT

Jawaban	**Nilai**
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang ada dalam penelitian yang harus dilakukan setelah data yang didapatkan terkumpul semua yang mana itu bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang ada pada penelitian. Ketajaman dan ketepatan sangat diperlukan dalam hal penggunaan alat analisis karena itu berkaitan dengan apakah akurat suatu data yang kita gunakan dalam pengambilan kesimpulan, karena itu kegiatan ini sangat penting dan tidak bisa kita abaikan begitu saja dalam penelitian yang mana kalau terjadi kesalahan sedikit saja maka konsekuensi atau dampaknya terhadap kesimpulan akan buruk terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Maka dari itu, pengetahuan dan pemahaman tentang analisis data sangat diperlukan dan harus dimengerti dengan sedemikian rupa agar hasil penelitian yang dilakukan akan menghasilkan kontribusi yang berarti serta tanggungjawab mutlak secara ilmiah.(Muhson, 2006)

Salah satu dari metode analisis data yaitu analisis multivariant. Yang mana analisis ini digunakan untuk menganalisis beberapa variabel secara bersamaan yang itu termasuk dalam metode analisis statistik. Analisis multivariant dalam generasi kedua menggunakan pemodelan persamaan structural atau yang biasa disebut dengan nama *structural equation model (SEM)* yang mana metode ini bisa memungkinkan peneliti untuk memasukkan variabel yang tidak dapat diamati namun hanya bisa diukur menggunakan variabel laten atau indikator. SEM dalam analisis data yang sifatnya teori atau *confirmatory* yang *menggunakan covariance-based structural equation modeling* (CB-SEM) selalu menggunakan persyaratan berbagai asumsi seperti teori yang mendukung, jumlah sampel yang harus besar, dan data yang terdistribusi normal.(Azuar Juliandi et al., 2018).

Smart PLS merupakan perangkat lunak yang digunakan dan didasarkan secara ilmiah. Filosofi yang digunakan dalam Smart PLS yaitu implementasi tentang statistika dan algoritma yang telah diuji serta digunakan dalam jurnal-jurnal yang ada dengan jaminan akademik yang itu ditinjau langsung oleh rekan-rekan. Maka dari itu, perangkat lunak memiliki tujuan untuk memberi transparansi penuh bagaimana data itu dihitung dan menhasilkan sesuatu untuk penelitian. Pada saat yang sama perangkat lunak ini diciptakan untuk memastikan manfaat yang tinggi serta keramahan untuk pengguna yang masih pemula maupun sudah ahli dalam pengembangan dan penggunaan analisis PLS-SEM yang canggih dan ilmiah. (Memon et al., 2021).

SEM pada dasarnya menawarkan kemungkinan untuk eksekusi Analisis jalur dengan PLS yang sering digunakan untuk validasi Penelitian, seperti mengevaluasi validitas hipotesis dan pembenaran untuk mencari. PLS dapat memprediksi apakah ada koneksi atau tidak antara variabel yang mengandung hipotesis uji. Tujuan yang ada yaitu untuk memperjelas hubungan yang ada antara konstruksi dan pentingnya memahami hubungan ini. *Outer model* atau model pengukuran serta *inner model* atau model structural merupakan dua model yang digunakan dalam Teknik PLS.

1. Analisis Outer Model

Outer model atau model pengukuran berguna untuk mengkhususkan hubungan antar variabel laten dengan indikator yang lainnya. Pengukuran model ini bertujuan untuk analisis langkah dalam menetapkan ikatan antara masing-

masing variabel laten dengan blok indikator. Berikut kami paparkan persamaannya :

$x = \Pi x\ \xi + \varepsilon x$

$y = \Pi y\ \eta + \varepsilon y$

Keterangan :

x dan y : matriks variabel manifest independen dan dependen

ξ dan η : matriks konstruk laten independent dan dependen

Π : matrik koefisien

ε : matrik outer model residu

dalam outer model atau pengukuran model uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian apakah sudah sesuai dengan variabel yang akan dinilai. Sedangkan uji realiabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa konsisten suatu alat ukur menilai gagasan apakah menghasilkan hasil yang konsisten ataupun sebaliknya, maksudnya mengukur seberapa konsisten seorang responden dalam menjawab suatu pertanyaan kuisioner penelitian. Pengujian ini akan kami paparkan sebagai berikut :

a. Convergent Validity

Convergent validity dapat dilihat menggunakan uji average variation extracted yang merupakan salah satu pengujian dalam convergent validity. Ini menunjukkan bahwa berapa banyak faktor atau modifikasi manifest berbeda yang akan diberikan akomodasi oleh konstruk laten. Indikator bisa dikatakan valid jika nilai yang dimiliki lebih besar dari 0,5 yang mana bisa dianggap sah indikator tersebut. Untuk melihat bagaimana nilai AVE bekerja dapat menggunakan rumus berikut :

$$\text{AVE} = \frac{\Sigma\, \lambda_i^2}{\lambda_i^2 + \Sigma_i\, var\,(\varepsilon i)}$$

Dimana : λ_i merupakan loading factor atau convergent validity sedangkan var (ε_i) merupakan 1 - λ_i^2

b. Discriminant Validity

Dalam discriminat validity ada dua instrumen yang berbeda jika diukur maka dua instrument tersebut akan diprediksi tidak akan berkorelasi sehingga itu berpengaruh pada hasilnya. Dengan metode ini pengujian dilakukan menggunakan metode discriminant validity yang nantinya akan diuji dengan indikator reflektif, yang mana mengharuskan nilai dari cross loading tiap variabel lebih besar dari 0,7. Dengan itu maka membandingkan nilai indikator dengan konstruk lainnya dengan yang ada saat ini akan menghasilkan muatan silang tiap indikator. Nilai AVE juga dapat digunakan untuk perbandingan tetapi dengan syarat nilai yang dimiliki harus lebih tinggi dari korelasi konstruk saat ini dan tambahan agar bisa dimasukkan kedalam pengujian.

c. Composite Realibility

Dalam composite realibility ini akan dilakukan menggunakan cara melihat nilai yang ada pada composite realibility dengan batas 0,7 yang sudah ditentukan. Sedangkan composite realibility merupakan nilai yang ada pada batas untuk tingkat composite sebesar e" 0,7. Nah untuk mendapatkan nilai composite realibility dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{CR} = \frac{(\Sigma_{i=1}^{n} \lambda_i)^2}{(\Sigma_{i=1}^{n} \lambda_i)^2 + \Sigma_{i=1}^{n} \lambda_i \, var\,(\epsilon_i)}$$

Dimana : λ_i merupakan loading factor atau convergent validity sedangkan var ϵ_i merupakan - λ_i^2.

2. Evaluasi Inner Model

Inner model atau yang bisa disebut dengan pengukuran structural model dilakukan guna mengetahui hubungan antara konstruk yang telah ditentukan oleh

peneliti. Inner model ini merupakan penggambaran bagaimana suatu hubungan dalam variabel laten yang nantinya sudah didasari oleh teori substansif. Persamaan dari inner model sebagai berikut :

$$\eta 1 = \beta\eta = \gamma\xi = \zeta$$

Maka untuk penjelasannya yaitu η untuk menggambarkan vector variabel laten independen, ξ untuk menggambarkan vector variabel oksogen, dan ζ untuk menggambarkan vector variabel residual. Dengan ini maka pengujian akan menggunakan R-square untuk pengujian konstruk dependen, uji T serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Berikut kami paparkan beberapa pengujian yang kami lakukan :

a. Path Coefficient

   Pada pengujian ini, hasil bisa dicapai jika memperhatikan pentingnya kaitan antar variabel. Yang mana itu terlihat pada koefisien jalur yang mengukur kekuatan antar konstruk. Hal yang sama mengatakan bahwa pengukuran yang dilakukan oleh koefisien jalur ini memiliki batas yang digunakan sebagai standar yaitu 0,05 sehingga jalur yang sudah sesuai dengan batas tersebut bisa dikatakan mempunyai pengaruh terhadap model yang diterapkan (Johar, 2019).

b. R-square (R^2)

   Pada tahap ini dilakukan penentuan nilai dari R^2 (koefisien determinasi) yang mana penentuan nilai ini menunjukkan bahwa kemampuan prediktif model structural yang awalnya akan diperhitungkan untuk variabel endogen. Batas yang digunakan sebagai standar yaitu 0,67 dianggap sebagai batas yang tinggi, 0,33 dianggap sebagai batas yang sedang, dan 0,19 dianggap sebagai batas yang rendah. Dengan itu maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = 1 - \frac{\Sigma\,(ni - n'i)^2}{\Sigma\,(ni - n'i)^2}$$

Maka n adalah vector variabel laten yang bersifat independen. Sedangkan varian dari konstruk yang sudah dijelaskan oleh model akan dijelaskan oleh PLS R-square. Yang artinya jika nilai R^2 tinggi maka akan semakin bagus dan kuat model prediksi dan model penelitian yang telah diajukan.

c. Nilai T-test

Uji T dalam statistik parametrik digunakan karena pentingnya poin dari suatu sampel atau kelompok sampel. Uji T ini menggunakan metode bootstrapping yang mana dalam uji ini menggunakan dua sisi dan tingkat signifikansi sebesar 5% untuk menghitung dan mengevaluasi hipotesis dalam penelitian, hipotesis dapat diterima jika nilai sudah melebihi 1,96 dalam uji T ini. Maka rumus yang akan digunakan sebagai berikut :

$$T_{test} = \frac{y'jb}{Se\,(y'jb)}$$

Jb menjelaskan bahwa itu jalur konstruk sedangkan S menjelaskan bahwa itu simpangan baku.

BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil BMT Fastabiq Jepara

   BMT Fastabiq Jepara mulai beroperasi pada 2 Januari 2009 dan berbadan Hukum Nomor : 518 / 218 / BH / XIV.10 / II / 2009 dengan modal awal dari anggota dan Dana Asosiasi yang kurang lebih berjumlah Rp 10.000.000. Jumah anggota pendiri sebanyak 36 orang. Usaha yang dijalankan olah BMT Fastabiq ada beberapa yaitu simpan-pinjam Syariah, jasa pembayaran online seperti listrik, Telkom, dan lain-lain. BMT Fastabiq Jepara beralamat di Jl.Raya Mlonggo-Jepara Km 07 Mlonggo, Jepara. Jawa Tengah yang saat ini sudah memiliki beberapa kantor cabang yang tersebar di kabupaten Jepara. BMT Fastabiq juga memiliki visi yaitu " Menjadi mitra kerja yang handal dalam permodalan usaha anggota" dan misi yaitu :

   a. Menyelenggarakan pelayanan prima kepada anggota, sesuai dengan jati diri koperasi jasa keuangan yang Syariah.
   b. Menjalankan kegiatan usaha jasa keuangan Syariah dengan efektif, efisian, dan transparan.
   c. Menjalin kerjasama usaha dengan berbagai pihak.
   d. Menjain usaha jasa keuangan syariah percontohan.

2. Profil Responden

   Penelitian ini menggunakan data demografis yang memperolah responden sejumlah 100 orang dan menggunakan sistematika kuisioner yang disebar ke nasabah yang menabung di BMT Fastabiq Jepara pada tanggal 17-18 April 2023. Data demografis meliputi Jenis kelamin, Status, Usia, Pekerjaan, Pendapatan, Lama menjadi nasabah, Pendidikan terakhir, Rata-rata transaksi melalui BMT, Pengeluaran per bulan. Hasil analisis demografi sebagai berikut :

TABEL 4. 1 HASIL ANALISIS DEMOGRAFI

Karakter	Kelompok	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	22	22 %
	Perempuan	78	78 %
Status	Menikah	96	96 %
	Belum Menikah	4	4 %
Usia	17-25 Tahun	4	4 %
	26-35 Tahun	32	32 %
	36-45 Tahun	34	34 %
	46-55 Tahun	14	14 %
	56-65 Tahun	7	7 %
	Diatas 65 Tahun	9	9 %
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	1	1 %
	Pegawau Negeri	0	0 %
	Pegawai Swasta	12	12 %
	Pengusaha	63	63 %
	Ibu Rumah Tangga	24	24 %
Pendapatan	Dibawah Rp 1.000.000	14	14 %
	Antara Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000	26	26 %
	Antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000	17	17 %
	Lebih Dari Rp 2.000.000	43	43 %
Lama Menjadi Nasabah	Kurang Dari 1 Tahun	10	10 %
	Antara 1 – 3 Tahun	36	36 %
	Antara 3 – 5 Tahun	21	21 %
	Lebih Dari 5 Tahun	33	33 %
Pendidikan Terakhir	SD	26	26 %
	SMP	26	26 %
	SMA	44	44 %
	Sarjana	4	4 %

Rata-Rata Transaksi Melalui BMT	Dibawah Rp 1.000.000	51	51 %
	Antara Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000	24	24 %
	Antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000	15	15 %
	Lebih Dari Rp 2.000.000	10	10 %
Pengeluaran Per Bulan	Dibawah Rp 1.000.000	18	18 %
	Antara Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000	31	31 %
	Antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000	23	23 %
	Lebih Dari Rp 2.000.000	28	28 %

a. Status.

Status disini merupakan status pernikahan yang mana disini kebanyakan dari peserta sudah menikah yang berjumlah 96 peserta dibanding 4 orang yang belum menikah.

b. Pekerjaan.

Pekerjaan peserta dalam penelitian ini ada beberapa yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta, pengusaha, ibu rumah tangga. Nah rata-rata dari semua ini ada pada pengusaha yang berjumlah 63 peserta.

c. Pendapatan.

Pendapatan pada penelitian ini merupakan pendapatan peserta yang berdasarkan bulanan mereka yang disini paling banyak ada pada kisaran lebih Rp 2.000.000 sejumlah 43 peserta.

d. Lama menjadi nasabah.

Disini peserta sudah berapa lama menjadi nasabah di bmt Fastabiq. Ada beberapa kategori yaitu dibawah 1 tahun, antara 1-3 tahun, antara 3-5 tahun, lebih

dari 5 tahun. Peserta didominasi oleh kategori antara 1-3 tahun sejumlah 36 peserta.

e. Pendidikan terakhir.

Pendidikan terakhir yang dimiliki oleh peserta penelitian ini banyak yang lulusan SMA yang berjumlah 44 peserta.

f. Rata-rata transaksi melalui bmt.

Rata-rata transaksi melalui bmt yang dilakukan peserta di bmt ini di hitung bulanan yang banyak didominasi oleh peserta yang bertransaksi dalam kisaran dibawah Rp 1.000.000 sejumlah 51 peserta.

g. Pengeluaran per bulan.

Pengeluaran disini merupakan dana yang dikeluarkan oleh peserta dalam kurun waktu bulanan yang mana disini paling banyak ada pada kategori antar Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 sejumlah 31 peserta.

B. Analisis Data

Pada tahap ini menggunakan prosedur Smart PLS 4.0 untuk analisis model ini. Ada beberapa pengujian yaitu outer model dan inner model. Berikut merupakan hasil dari analisis tersebut :

1. Analisis outer model

Analisis outer model terbagi menjadi 4 pengujian yaitu item realibility, discriminant, composite validity, average variant extracted, discriminant validity. Yang mana hasil dari pengujian sebagai berikut :

a. Uji item realibility

Untuk menguji item realibility yaitu dengan menggunakan nilai outer loading, nilai ini menunjukkan hubungan antara masing-masing indikasi dengan strukturnya. Prosedur PLS algoritma digunakan disini dengan rumus

sebagai berikut : jika loading faktor melebihi 0,7 dan meskipun ada 0,6 maka indicator untuk mengevaluasi akan dianggap sah. (Dan et al., 2015)

TABEL 4. 2 HASIL UJI ITEM REALIBILITY

Indikator	Minat Menabung	Pengetahuan	Produk	Promosi	Religiusitas
RE1					0.741
RE2					0.816
RE3					0.764
RE4					0.72
RE5					0.677
P1			0.704		
P2			0.852		
P3			0.687		
P4			0.808		
P5			0.84		
Pe1		0.684			
Pe2		0.778			
Pe3		0.835			
Pe4		0.88			
Prom1				0.9	
Prom2				0.901	
Prom3				0.896	
Prom4				0.802	
Prom5				0.792	
SI1	0.819				
SI2	0.846				
SI3	0.828				
SI4	0.86				

Kita dapat melihat dan menyimpulkan bahwa indikator diatas layak digunakan dalam penelitian dan dapat dilanjutkan ke pengujian setelah ini, yang menunjukkan rata-rata item memiliki loading faktor diatas 0,7 dan meskipun 0,6 masih dapat diterima.

b. Uji composite realibility

Pada uji ini 0,7 digunakan sebagai batas dari uji composite realibility, yang mana dengan melihat batas ini maka akan dianggap sah.

TABEL 4. 3 HASIL UJI COMPOSITE REALIBILITY

Variabel	Composite reliability
Minat Menabung	0.861
Pengetahuan	0.858
Produk	0.877
Promosi	0.919
Religiusitas	0.811

Melihat dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa nilai Composite Realibility menunjukkan angka lebih dari 0,7 yang artinya sudah dapat dianggap sah dan berlanjut ke pengujian selanjutnya.

c. Uji Average Variant Extracted (AVE)

Rata-rata nilai yang digunakan serta batas nilai dalam average variant extracted yaitu 0,5, yang mana itu menunjukkan convergent validity dapat dianggap sah. Indikator disini merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur variabel apakah itu sudah memenuhi syarat apa belum.

TABEL 4. 4 HASIL UJI AVERAGE VARIANT EXTRACTED (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Minat Menabung	0.703
Pengetahuan	0.636
Produk	0.61
Promosi	0.739
Religiusitas	0.555

Dapat dilihat dari table diatas bahwa semua nilai AVE sduah memenuhi batas nilai yaitu 0,5 yang artinya itu sudah dapat dikatakan sah dan sudah bisa dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

d. Uji Dicriminat Validity

Dalam uji ini ada 2 uji yang berbeda yaitu nilai akar AVE dan rasio kriteria Formell-Lacker. Nilai akar AVE setiap variabel laten harus lebih besar dari hubungan antar variabel lain yang mana seharusnya itu harus > korelasi antar rasio korelasi variabel laten. Jika kriteria Formell-Lacker menilai validitas diskriminasi pada tataran variabel, maka cross loading ada pada tataran variabel, sehingga hubungan indikator dengan suatu variabel lebih tinggi dari variabel lainnya maka itu sudah dianggap valid. Hasil dari discriminant validity sebagai berikut :

TABEL 4. 5 HASIL UJI CROSS LOADING DISCRIMINAT VALIDITY

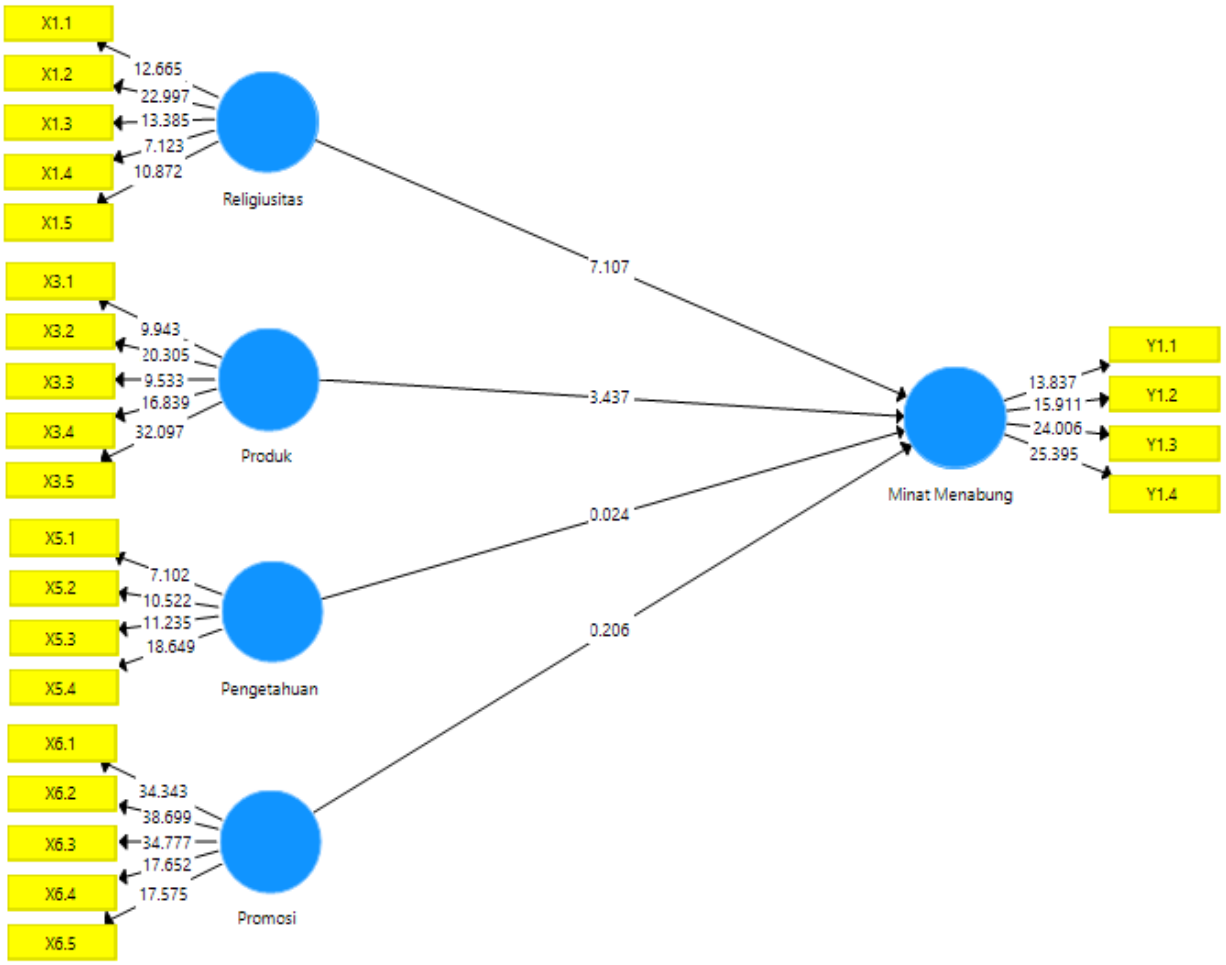
Dicriminant Validity	Minat Menabung	Pengetahuan	Produk	Promosi	Religiusitas
RE1	0.512	0.264	0.199	0.393	0.741
RE2	0.557	0.398	0.305	0.494	0.816
RE3	0.634	0.417	0.406	0.306	0.764
RE4	0.384	0.385	0.347	0.405	0.72
RE5	0.482	0.288	0.259	0.311	0.677
P1	0.336	0.486	0.704	0.461	0.173
P2	0.396	0.467	0.852	0.455	0.264
P3	0.283	0.318	0.687	0.445	0.197
P4	0.4	0.448	0.808	0.495	0.391
P5	0.547	0.666	0.84	0.616	0.476
Pe1	0.281	0.684	0.531	0.531	0.424
Pe2	0.301	0.778	0.529	0.514	0.337
Pe3	0.342	0.835	0.482	0.428	0.352
Pe4	0.477	0.88	0.51	0.488	0.406
Prom1	0.394	0.528	0.542	0.9	0.48
Prom2	0.33	0.462	0.579	0.901	0.384
Prom3	0.469	0.525	0.57	0.896	0.496
Prom4	0.414	0.54	0.514	0.802	0.386
Prom5	0.371	0.523	0.553	0.792	0.415
SI1	0.819	0.403	0.442	0.333	0.54
SI2	0.846	0.367	0.402	0.326	0.6
SI3	0.828	0.35	0.454	0.461	0.579
SI4	0.86	0.403	0.452	0.442	0.639

TABEL 4. 6 HASIL UJI FORMELL-LACKER DISCRIMINAT VALIDITY

	Minat Menabung	Pengetahuan	Produk	Promosi	Religiusitas
Minat Menabung	0.838				
Pengetahuan	0.454	0.798			
Produk	0.522	0.633	0.781		
Promosi	0.467	0.603	0.642	0.86	
Religiusitas	0.705	0.473	0.41	0.508	0.745

Dapat kita lihat bahwa nilai akar AVE lebih besar dari korelasi antara variabel dengan variabel lainnya, yang artinya ananlisis dari 2 tahap discriminant valididty dapat dikatakan valid

TABEL 4. 7 HASIL ANALISIS OUTER MODEL SMART PLS



Gambar diatas menunjukan bahwa hasil dari analisis yang dilakukan pada analisis outer model yang melibatkan 4 kali pengujian yang membuahkan hasil yaitu hasil dari penelitian menunjukkan respon dan statistic yang sudah memenuhi syarat untuk menuju proses pengujian selanjutnya yang mana ini akan berlanjut ke inner model karena sudah memenuhi persyaratan yang ada.

2. Uji Inner Model

Inner model merupakan model yang digunakan untuk menghitung hubungan sebab-akibat antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara

langsung. Ada beberapa pengujian dalam inner model ini yang akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Path Coeficient

Pada path coefficient ini ada nilai batas yang digunakan yaitu 0,05 yang merupakan nilai batas terbesar yang biasa disebut nilai ketidakyakinan yang mana ini berpengaruh pada jalur model jika hasil uji ini dilaporkan kurang dari 0,05.

TABEL 4. 8 HASIL UJI PATH COEFICIENT

	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Pengetahuan -> Minat Menabung	0.002	0.105	0.024	0.981
Produk -> Minat Menabung	0.291	0.076	3.811	0
Promosi -> Minat Menabung	-0.024	0.112	0.216	0.829
Religiusitas -> Minat Menabung	0.596	0.082	7.239	0

Terdapat 2 jalur yang memiliki nilai dibawah 0,05 dan 2 variabel itu sudah lebih dari 1,96. yang artinya itu memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan terdapat 2 jalur lain yang memiliki nilai diatas 0,05 dan 2 variabel itu masih kurang dari 1,96 yang artinya itu memiliki pengaruh yang tidak signifikan.

b. Coeficient of Determination (R^2)

Langkah ini membahas tentang suatu variabel yang menjadi target endogen atau memiliki pengaruh terhadap variabel lain dengan ukuran kuat yaitu 0,670 hingga 0,333 yang lemah. Maka hasil pengujian sebagai berikut :

TABEL 4. 9 HASIL UJI COEFICIENT OF DETERMINATION (R^2)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Minat Menabung	0.562	0.544

Disini dapat kita lihat bahwa nilai R^2 dari variabel minat menabung sebesar 0,562 (56,2 %) yang artinya variabel minat menabung menjelaskan sekitar 56,2 % dan yang lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

c. Model Fit

Model Fit merupakan pengujian yang menunjukan seberapa kuat model dapat menggambarkan serta menjelaskan data secara akurat. Berikut hasil pengujian kami paparkan :

TABEL 4. 10 HASIL UJI MODEL FIT

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.084	0.084
d_ULS	1.925	1.925
d_G	0.945	0.945
Chi-square	485.62	485.62
NFI	0.698	0.698

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai SRMR sebesar 0.084, yang artinya jalur model yang digunakan dalam penelitian ini bisa diterima dengan baik.

C. Pengujian Hipotesis

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian terhadap variabel yang ada apakah antara variabel terdapat sebuah pengaruh atau tidak. Pengujian analisis ini menggunakan Smart PLS metode Bootstraping yang menghitung seberapa pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Pengujian dalam tahap ini menggunakan T statistik yang menggunakan tingkat signifikansi

sebesar 5% (p value), yang bisa digunakan dalam pengujian hipotesis yaitu output dari path coefficient, r square, dan T test.

A. Pengetahuan

Hipotesis 1 yaitu hubungan pengetahuan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara. Dalam hipotesis ini nilai T statistik 0,024 < T tabel 1,96 serta p value 0,981 > 0,05 dan nilai R square sebesar 0,562 yang mana hipotesis ini tidak diterima. Yang artinya pengetahuan memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

B. Produk

Hipotesis 2 yaitu hubungan produk terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara. Dalam hipotesis ini nilai T statistik 3,811 > T tabel 1,96 serta p value 0,000 < 0,05 dan nilai R square sebesar 0,562 yang mana hipotesis ini dapat diterima. Yang artinya produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

C. Promosi

Hipotesis 3 yaitu Hubungan promosi terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara. Dalam hipotesis ini nilai T statistik 0,216 < T tabel 1,96 serta p value 0,829 > 0,05 dan nilai R square 0,562 yang mana hipotesis ini tidak dapat diterima. Yang artinya promosi memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

D. Religiusitas

Hipotesis 4 yaitu hubungan religiustas terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara. Dalam hipotesis ini nilai T statistik 7,239 > T tabel 1,96 serta p value 0,000 < 0,05 dan nilai R square sebesar 0,562 yang mana hipotesis ini dapat diterima. Yang artinya religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

Nilai Inner model yang ada pada hipotesis 1 ini ada pada uji T sebesar 0,024 yang mana ini lebih kecil dari standar deviasi 1,96 serta nilai path coefficient sebesar 0,981 yang lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis 1 tidak dapat diteima dan tidak berpengaruh signifikan, yang mana ini mengarah kepada hubungan pengetahuan masyarakat terhadap BMT tidak mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

Hal ini berbeda dengan penelitian terdahulu oleh (Safitri et al., 2022)yang mana hasil dari apa yang diteliti yaitu memiliki nilai signifikansi sebesar 0,320 yang itu lebih besar dari 0,05 serta nilai uji T sebesar 0,996 yang lebih kecil dari 1,96 yang artinya terdapat pengaruh dan tidak signifikan pengetahuan terhadap minat menabung di bank Syariah.

2. Pengaruh Produk mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

Nilai Inner model yang terdapat pada hipotesis 2 ini ada pada uji T sebesar 3,811 yang mana jumlah tersebut lebih besar dari 1,96 dan jga nilai dari path coefficient sebesar 0,000 yang itu lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis 2 ini bisa diterima dan berpengaruh signifikan, yang artinya produk yang ditawarkan oleh BMT mempengaruhi minat menabung nasabah di BMT Fastabiq Jepara.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (L. Dewi & Sulistyowati, 2019) yang dalam penelitian tersebut berbunyi produk berpengaruh terhadap minat menabung secara parsial yang mana produk yang ditawarkan oleh BMT Mandiri Jaya Al Mardlotillah sangat bermacam-macam sehingga nasabah dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan.

Ini juga karena produk yang ditawarkan oleh BMT sangat bermanfaat bagi para nasabah yang kebanyakan dari mereka merupakan masyarakat ekonomi menengah kebawah yang mana mereka membutuhkan bank tetapi dalam skala yang kecil dan BMT hadir di tengah mereka untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan manfaat bagi mereka.

3. Pengaruh Promosi mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

Nilai Inner model yang ada pada hipotesis 3 ini ada pada uji T sebesar 0,216 yang mana ini lebih kecil dari standar deviasi 1,96 serta nilai path coefficient sebesar 0,829 yang lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis 3 tidak dapat diteima dan tidak berpengaruh signifikan, yang mana promosi memeberikan pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung di BMT Fastabiq Jepara.

Hal ini juga sejalan dengan apa yang ada dalam penelitian terdahulu (Alwi & Tillah, 2022) yang berisi hasil signifikansi sebesar 0,512 yang lebih besar dari 0,05 dan juga uji T sebesar -0,661 yang lebih kecil dari T tabel 2,007 sehingga hipotesis ditolak yang mana promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT UGT Nusantara Banyuanyar cabang Probolinggo, maka promosi bukan merupakan faktor utama dalam penentuan apakah nasabah akan menabung atau tidak karena ada banyak faktor yang bisa menjadi penyebab nasabah akan menabung.

4. Pengaruh Religiusitas mempengaruhi minat menabung di BMT Fastabiq Jepara.

Nilai Inner model yang ada pada hipotesis 4 ini ada pada uji T sebesar 7,239 yang mana ini lebih besar dari standar deviasi 1,96 serta nilai path coefficient sebesar 0,000 yang lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis 4 dapat diteima dan berpengaruh signifikan, yang mana religiusitas memberikan pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung di BMT Fastabiq Jepara.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Fikri Aziz Jurusan Akuntansi et al., 2021) yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif antara religiusitas terhadap minat menabung di KSPPS. Jika seseorang memiliki keimanan dan ketaatan yang tinggi maka mereka akan memiliki kecenderungan bahwa menyimpan uang akan lebih aman serta tidak melanggar aturan agama di KSSPS Semarang.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat kami ambil dari analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti tentang Analisis Minat Menabung di BMT Fastabiq Jepara yaitu sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara yang mungkin karena nasabah mengedepankan rasa islami dan menghindari sistem riba dalam kegiatan menabung mereka.
2. Hasil dalam penelitian ini memamparkan bahwa produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara. Mengapa hal itu berpengaruh karena nasabah yang menabung di BMT lebih memilih untuk penggunaan produk yang sesuai dengan manfaat dan kebutuhan yang mereka rasakan sehingga pemilihan produk berpengaruh.
3. Penelitian ini membuahkan hasil yang mengatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara, itu terjadi karena nasabah dalam mengetahui bagaimana BMT hanya dalam taraf apa yang mereka butuhkan dalam kegiatan sehari-hari sehingga apa yang tidak mereka butuhkan tidak mereka hiraukan dengan kata lain masyarakat dating ke BMT hanya untuk menabung.
4. Menurut hasil penelitian yang sudah dilakukan mengahasilkan sesuatu bahwa promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di BMT Fastabiq Jepara, itu bisa terjadi karena promosi yang dilakukan oleh BMT tidak menarik dan tidak dihiraukan tetapi promosi itu bisa dilakukan dengan cara lain seperti dari mulut ke mulut. Dari mulut ke mulut seperti contoh ada seorang nasabah A menabung di BMT dan tetangga dari nasabah A penasaran dan bertanya tentang menabung di BMT lalu dijelaskan ap aitu menabung di BMT sehingga tetangga tertarik dan akhirnya ikut menabung di BMT.

B. Saran

1. Bagi pihak BMT Fastabiq Jepara

   Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahwan evaluasi bagi BMT Fastabiq Jepara seperti tetap mempertahankan produk dan peningkatan tentang informasi syariah yang nantinya akan berguna untuk menambah nasabah serta untuk pengembangan BMT guna terus maju untuk bersaing dimasa sekarang dan masa depan yang mungkin akan bertambah ketat persaingan. Dan untuk promosi bisa digencarkan dan digaungkan bahwa BMT ini hadir ditengah masyarakat untuk membantu perekonomian dalam skala mikro. Informasi tentang BMT lebih diperbanyak agar masyarakat secara tidak langsung dapat melihat bagaimana dan apa itu BMT Fastabiq Jepara.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Pencarian sumber informasi harus lebih banyak diteliti seluas dan sebanyak mungkin dalam mencari sumber informasi guna Maksimalkan informasi yang Anda temukan. Selain itu peneliti memberikan definisi yang lebih tepat untuk mendapatkan sumber yang lebih tepat dan, jika mungkin, hasil dapat didapatkan dengan Wawancara langsung untuk memastikan bahwa data dikumpulkan akan lebih akurat, selain itu juga diharapkan untuk memperluas responden yang nanti akan dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, M., Universitas, H., Kalimantan, I., Arsyad, M., & Banjarmasin, A.-B. (2021). *Muhammad Agus Humaidi HUBUNGAN KOMUNIKASI PEMASARAN DENGAN MINAT MENABUNG NASABAH DI BANK BRI KCP SAMUDERA BANJARMASIN* (Vol. 4).

Ahmad Hasan Ridwan. (2013). *Manajemen Baitul Mal Watamwil* (1st ed.). Pustaka Setia.

Alwi, B., & Tillah, N. Q. (2022). *Factor Analysis of Time Deposits on Customer Interests at BMT UGT Nusantara Banyuanyar Probolinggo Branch Analisis Faktor Tabungan Deposito Terhadap Minat Nasabah Di BMT UGT Nusantara Cabang Banyuanyar Probolinggo*. *6*(1), 59–72. https://doi.org/10.21070/perisai

Anton M Moeliono dkk. (1999). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta Balai Pustaka .

Dalam Pelatihan, D., Program, D.-D., & Bisnis, S. A. (2018). *STRUCTURAL EQUATION MODEL PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) DENGAN SMARTPLS AZUAR JULIANDI*. https://doi.org/10.5281/zenodo.1243777

Dameria Sinaga. (2014). *Statistik Dasar* (S. Ag. ,M. P. Aliwar, Ed.). Uki Press.

Dan, I., Adam, K., Pada, D., Matematika, J., Sains, F., & Teknlogi, D. (n.d.). *METODE PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) DAN TERAPANNYA (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone)*.

Dewi, L., & Sulistyowati, D. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG PADA BMT MANDIRI JAYA AL MARDLOTILLAH*.

Dewi, N. (2017). REGULASI KEBERADAAN BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT) DALAM SISTEM PEREKONOMIAN DI INDONESIA. *Jurnal Serambi Hukum*, *11*(01). http://www.antaranews.com/berita/461826/bmt-

Erwan Agus Purwanto, D. R. S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Gava Media.

Febri, D., Kurrohman, A. T., & Jember, U. (2014). AKUNTABILITAS PENGELOLAAN ALOKASI DANA DESA DI KABUPATEN JEMBER. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* (Vol. 2, Issue 3).

Fikri Aziz Jurusan Akuntansi, M., Ekonomi, F., Yudo Jayanto Jurusan Akuntansi, P., Masharif al-Syariah, J., & Ekonomi dan Perbankan Syariah, J. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MENYIMPAN DANA DI KSPPS KOTA SEMARANG. In *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* (Vol. 6, Issue 2).

Hurlock, E. B. (1978). *Child development* (6 th). Auckland : McGraw-Hill.

Ika Sulistyawati, A., Dini, Y. LE, Triyani, D., Lulus Prapti NSS, R., Santoso, A., & Ekonomi, F. (n.d.). Deteksi Minat Menabung Di Bank Syariah : Suatu Kajian Empiris. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *8*(3), 2022. https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6837

Johar, R. S. , & S. D. (2019). The Adoption of Online Internet Banking in Islamic Banking Industry. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *662*(3).

Maisharah Amanda, S., & Shabri Abd Majid, M. (2019). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS DOSEN UNIVERSITAS SYIAH KUALA)*.

Mauizotun Hasanah, S., & Susmita, Y. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENYIMPAN DANA DI KSU BMT DARUZZAKAH MANDIRI SYARI'AH: Vol. I* (Issue 1).

Memon, M. A., T., R., Cheah, J.-H., Ting, H., Chuah, F., & Cham, T. H. (2021). PLS-SEM STATISTICAL PROGRAMS: A REVIEW. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, *5*(1), i–xiv. https://doi.org/10.47263/jasem.5(1)06

Muharrom, G. M., Mukaromah, G. N., Dian, H. A., Ulfiah, N. S., Fanhas, E., & Khomaeny, F. (2019). *MENANAMKAN SIKAP BERSAHAJA PADA ANAK USIA DINI DENGAN PEMBIASAAN MENABUNG* (Vol. 3, Issue 1).

Muhson, A. (2006). *T eknik A nalisis Kuantitatif 1 TEKNIK ANALISIS KUANTITATIF*.

Murtani, A. (2019). *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019 SINDIMAS 2019 STMIK Pontianak* (Vol. 29).

Muzakir, A., Ulfa Variana, Y., & Tsalasatul Fitriyah, A. (2022). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)*. https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/jps/index

Nasabah, K., Baitul, D., Kepuasan, M., Di Baitul, N., & Boyolali, K. (2011). *Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap* (Vol. 2, Issue 1).

Nikmatur Ridha. (2017). PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN. *Jurnal Hikmah*, *14*(1).

Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, *16*(1), 77–88. https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532

Rohman, A. A., Umi, S., & Widjaja, M. (2018). ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PERILAKU MENABUNG MAHASISWA PENERIMA BEASISWA BIDIKMISI DI JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG ANGKATAN 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *11*(2). https://doi.org/10.17977/UM014v11i22018p0107

Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *4*(02), 136. https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307

Rusmiati. (2017). PENGARUH MINAT BELAJAR TERHADAP PRESTASI BELAJAR BIDANG STUDI EKONOMI SISWA MA AL FATTAH SUMBERMULYO. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, *1*(1), 21–36.

Safitri, E. N., Mubarak, Z., Syariah, J. P., Ekonomi, F., Islam, B., & Banjarmasin, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *8*(03), 2875–2881. https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6076

Soekidjo Notoadmodjo. (1993). *Pengantar pendidikan kesehatan dan ilmu perilaku kesehatan* (1st ed., Vol. 1). Andi Offset.

Solikhul Hidayat. (2013). Penerapan Akuntansi Syariah pada BMT Lisa Sejahtera Jepara. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(02).

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.

Suharyat, Y., Pd, M., & Abstrak,). (2009). *HUBUNGAN ANTARA SIKAP, MINAT DAN PERILAKU MANUSIA*.

Susanti, N. I., Inayah, N., & Hermintari, N. (2022). PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN BAGI HASIL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI ANGGOTABMT UGT NUSANTARA CABANG GLENMORE. In *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* (Vol. 3).

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI YANG BERJUDUL "ANALISIS MINAT MENABUNG DI BMT FASTABIQ JEPARA"

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Ahada Dzulfikar Alghana, Sebagai Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Saya disini sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir saya dengan topik "Analisis MInat Menabung di BMT Fastabiq Jepara". Dengan itu saya mohon untuk kesediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi kuisioner penelitian. Segala bentuk data dan informasi yang Bapak, Ibu, Saudara/I isi hanya digunakan untuk penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya.

Atas kesedian Bapak, Ibu, Saudara/i dalam mengisi kuisioner dengan jujur, obyektif, serta apa adanya sangat berarti dalam penelitian saya. Saya sebagai peneliti mengucapkan Terima Kasih atas kesediaan dan kesanggupan Bapak, Ibu, Saudara/i dalam membantu saya dalam penelititan ini. Semoga kebaikan Bapak, Ibu, Saudara/i mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Wassalamualaikum Wr.Wb

I. Petunjuk Pengisian
   1. Isi identitas Bapak, Ibu, Saudara/i yang tersedia dibawah ini.
   2. Berilah tanda silang (x) pada pilihan Bapak, Ibu, Saudara/I pilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang tersedia, yaitu :
   3. Sangat Tidak Setuju (STS)
      Tidak Setuju (TS)
      Netral (N)
      Setuju (S)
      Sangat Setuju (SS)

Data Responden

Nama : ……..

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Status : Menikah / Belum Menikah

Usia : a. 17-25 Tahun

b. 26-35 Tahun

c. 36-45 Tahun

d. 46-55 Tahun

e. 56-65 Tahun

Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa

b. Pegawai Negeri

c. Pegawai Swasta

d. Pengusaha

e. Ibu Rumah Tangga

Pendapatan : a. Kurang dari Rp 1.000.000

b. Antara Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000

c. Antara Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000

d. Lebih dari Rp 2.000.000

Lama menjadi Nasabah : a. Kurang dari 1 Tahun

b. Antara 1-3 Tahun

c. Antara 3-5 Tahun

d. Lebih dari 5 Tahun

Pendidikan Terakhir : a. SD

b. SMP

c. SMA

d. Sarjana

Rata-rata Transaksi melalui BMT : a. Kurang dari Rp 1.000.000

b. Antara Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000

c. Antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000

d. Lebih dari Rp 2.000.000

Pengeluaran Perbulan : a. Kurang dari Rp 1.000.000

b. Antara Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000

c. Antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000

d. Lebih dari Rp 2.000.000

1. Minat Menabung

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berminat untuk menabung di BMT Fastabiq Jepara					
2	Saya berminat untuk menabung di BMT Fastabiq Jepara karena kemauan sendiri					
3	Saya berminat untuk menabung di BMT Fastabiq Jepara karena Teman saya menabung disana					
4	Saya berminat menabung di BMT Fastabiq Jepara karena Produk yang ditawarkan					

2. Religiusitas

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS

1	Saya paham dan mengerti prinsip syariah Islam mengenai perbankan					
2	BMT Fastabiq Jepara sudah sesuai dengan prinsip perbankan Islam					
3	BMT Fastabiq Jepara Menawarkan produk dan jasa yang halal					
4	Saya menabung di BMT Fastabq Jepara karena bebas dari bunga dan unsur riba					
5	Saya mengetahui akad-akad yang diterapkan di BMT Fastabiq Jepara					

3. Produk

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk dan jasa yang ditawaran BMT Fastabiq Jepara sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Jenis produk yang dimiliki BMT Fastabiq Jepara memberikan keuntungan bagi nasabah					
3	Produk yang diberikan BMT Fastabiq Jepara sangat variatif					
4	Produk BMT Fastabiq Jepara selalu mengedepankan keadilan yang sesuai dengan sistem perbankan Islam					
5	Produk BMT selalu memberikan motivasi yang baik					

4. Pengetahuan

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui BMT Fastabiq Jepara dalam sistemnya menggunakan prinsip syariah					

2	Saya paham cara menabung di BMT Fastabiq Jepara					
3	Saya paham terhadap produk dan jasa pada BMT Fastabiq Jepara					
4	Saya mengetahui BMT Fastabiq Jepara menggunakan sistem Bagi Hasil dan tidak sistem Bunga					

5. Promosi

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	BMT Fastabiq Jepara Sering melakukan kegiatan sosial masyarakat sehingga menarik perhatian					
2	Promosi yang dilakukan oleh BMT Fastabiq Jepara menarik perhatian					
3	Iklan yang dilakukan oleh BMT Fastabiq jepara dalam bentuk baliho atau spanduk sangat menarik					
4	Ada jaminan bahwa BMT Fastabiq Jepara memiliki keadilan, keterbukaan dan margin yang sesuai dengan syariah					
5	Sering menemui promosi Produk BMT Fastabiq Jepara melalui brosur					

Selesai… harap periksa kembali jawaban Bapak, ibu, Saudara/i jangan sampai ada yang terlewatkan. Sekian terimakasih banyak atas partisipasi Bapak, Ibu, Saudara/i dalam proses pengambilan data ini.

Lampiran 2

Tabulasi Data Penelitian

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
5	4	4	4	5	4	5	5	4

5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	3	4	4
5	5	4	4	5	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	5	5	3	4	5
4	4	4	4	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	3	5
5	5	4	4	4	5	4	3	3
5	4	4	4	5	3	3	4	5
5	4	5	4	4	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4	3	3	4
5	5	4	4	3	4	4	5	5
5	4	3	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	4	3	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	3	4	5	5	5	5	4
4	5	2	3	3	2	5	2	3
4	3	3	4	3	3	3	4	3
4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4	3	2
5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	3	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	4	3	5
5	5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5

5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	3	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	3	3	4	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	2	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	4	5	3	5
5	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	4	4	4	5	5
4	3	5	4	5	4	3	5	3
5	5	4	5	4	5	4	4	4
5	4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	3	5	4	4
1	1	2	2	3	3	3	3	3
4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	3	2	4
5	4	3	4	3	4	4	4	5
5	5	4	4	3	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4	5

5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	4	4	3	5	4	5	5
5	4	3	3	4	3	4	5	5
5	5	5	5	5	4	5	1	5
4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	3	3	3	3	4
4	5	4	3	4	4	3	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5	4

Keterangan :

- **(Y1.1 – Y1.4) Minat Menabung**
- **(X1.1 – X1.5) Religiusitas**

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
4	4	4	4	4	5	1	4	4
5	5	5	5	5	5	1	5	5
4	4	5	5	4	4	5	3	4
3	4	4	5	5	5	4	5	5
3	3	3	5	5	5	5	5	5
3	2	2	4	3	3	3	2	2
5	3	3	3	5	5	5	4	5
5	5	3	3	5	5	5	5	5
4	3	4	4	5	5	5	5	5
3	4	4	4	5	3	5	5	3
1	1	1	1	1	2	2	2	3
4	3	2	2	3	3	3	5	3
3	3	3	5	5	5	5	4	5
3	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5
3	3	3	5	5	5	3	3	5

5	5	5	4	5	5	4	4	5
5	3	1	4	5	3	3	3	5
5	5	2	5	4	5	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	2	3	4	5	4	3	4
4	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	5	3	3	2	3	1	5
3	3	4	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	5	5	5	5	5
4	5	2	5	3	5	4	4	4
4	4	2	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	2	2	2	5	5
4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	5	3	5	4	4	4	5	5
5	4	1	4	3	3	3	5	5
5	5	5	5	5	4	3	4	4
3	3	4	3	3	3	3	5	3
4	5	3	5	5	5	5	5	5
3	4	2	4	3	3	3	5	4
5	3	3	3	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	3	5	5	5
3	5	3	4	5	5	5	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	3	1	5	4	5	5	3	3
4	4	4	4	3	5	3	3	3
4	4	3	3	3	5	3	3	3
5	5	5	5	5	5	3	4	4
4	3	3	3	4	3	3	4	4
5	5	2	4	4	3	3	4	4
3	3	4	3	4	3	2	3	3
3	3	2	3	4	2	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	3	4	3	5	4	4
3	1	1	1	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	4	3	2	2
4	4	3	3	4	3	4	5	3
5	5	3	3	4	3	4	5	5

5	5	4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	2	4	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	3	2	3	3	3
4	5	4	5	5	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3	2	4	4
4	4	2	4	3	3	3	4	4
4	3	4	4	3	5	4	5	5
4	5	5	5	5	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	2	2	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	4	3	5	3	3
3	1	1	2	2	4	2	1	1
3	3	2	3	2	4	4	4	4
3	3	3	2	4	3	2	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4
5	5	5	3	5	2	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	1	4	4	2	2	3	3
5	4	3	3	5	3	4	5	5
4	5	3	4	5	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	1	2	2	1	1	4	4
4	5	5	5	5	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	3	3	4	5	4	5	5	5
5	4	1	5	4	5	5	5	5
4	4	1	2	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	4	4

5	4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	5	5	5	5	4	4	4

Keterangan :

- **(X2.1 – X2.5) Produk**
- **(X3.1 – X3.4) Pengetahuan**

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5
5	5	5	4	4
5	5	5	4	4
5	5	5	4	5
5	5	5	4	5
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	3	5
5	5	5	5	5
5	5	5	3	5
3	5	5	3	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	3	3	5	5
5	5	3	5	5
5	5	5	5	5
3	3	3	4	3
5	4	4	4	4
3	3	3	3	4
5	5	3	5	3
3	3	5	3	3
3	2	3	4	3
5	5	5	5	5
3	4	3	4	4
3	3	4	4	4
5	5	5	4	5
2	3	3	3	3

2	3	3	4	4
4	4	3	4	4
4	4	4	3	5
5	5	5	5	5
4	3	4	4	3
5	4	5	5	4
4	4	4	4	3
5	5	5	5	5
5	3	4	4	5
5	3	4	4	3
4	5	4	4	5
2	2	2	3	3
4	4	4	4	4
3	3	3	3	4
4	4	4	4	5
4	4	3	5	4
4	4	4	5	5
3	4	3	3	3
4	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	4	4	3	4
3	2	2	4	3
5	5	5	5	5
3	4	3	3	4
3	3	3	3	4
5	5	5	5	5
5	4	4	3	5
5	5	5	5	5
4	5	4	5	4
5	5	5	5	5
4	4	5	4	5
4	4	4	5	4
4	5	4	4	5
5	5	5	5	5
3	3	3	2	5
4	5	4	4	4
3	3	3	3	3
3	3	2	3	4
5	4	4	5	4
4	4	4	4	4
3	3	4	3	3

4	4	4	4	4
2	2	2	2	3
4	4	4	4	4
4	5	5	4	3
2	3	2	2	3
3	3	3	3	3
3	3	3	4	3
4	3	3	3	4
3	4	3	4	5
5	5	5	5	5
3	3	3	3	4
4	4	4	4	5
5	4	5	4	4
3	3	3	3	3
2	2	2	1	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	4	4	4	4
4	4	5	5	5
3	3	3	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	5	4	5	5
4	5	5	4	4
5	5	5	5	5
5	4	5	5	4

Keterangan :

- **(X4.1 – X4.5) Promosi**

Lampiran 3

Hasil Analisis Data

A. Hasil Analisis Pengukuran Model

Hasil Uji Item Realibility

Indikator	Minat Menabung	Pengetahuan	Produk	Promosi	Religiusitas
RE1					0.741
RE2					0.816
RE3					0.764
RE4					0.72
RE5					0.677
P1			0.704		
P2			0.852		
P3			0.687		
P4			0.808		
P5			0.84		
Pe1		0.684			
Pe2		0.778			
Pe3		0.835			
Pe4		0.88			
Prom1				0.9	
Prom2				0.901	
Prom3				0.896	
Prom4				0.802	
Prom5				0.792	
SI1	0.819				
SI2	0.846				
SI3	0.828				
SI4	0.86				

Hasil Uji Composite Realibility

Variabel	Composite reliability

Minat Menabung	0.861
Pengetahuan	0.858
Produk	0.877
Promosi	0.919
Religiusitas	0.811

Hasil Uji Average Variant Extracted (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Minat Menabung	0.703
Pengetahuan	0.636
Produk	0.61
Promosi	0.739
Religiusitas	0.555

Hasil Uji Cross Loading Dicriminant Validity

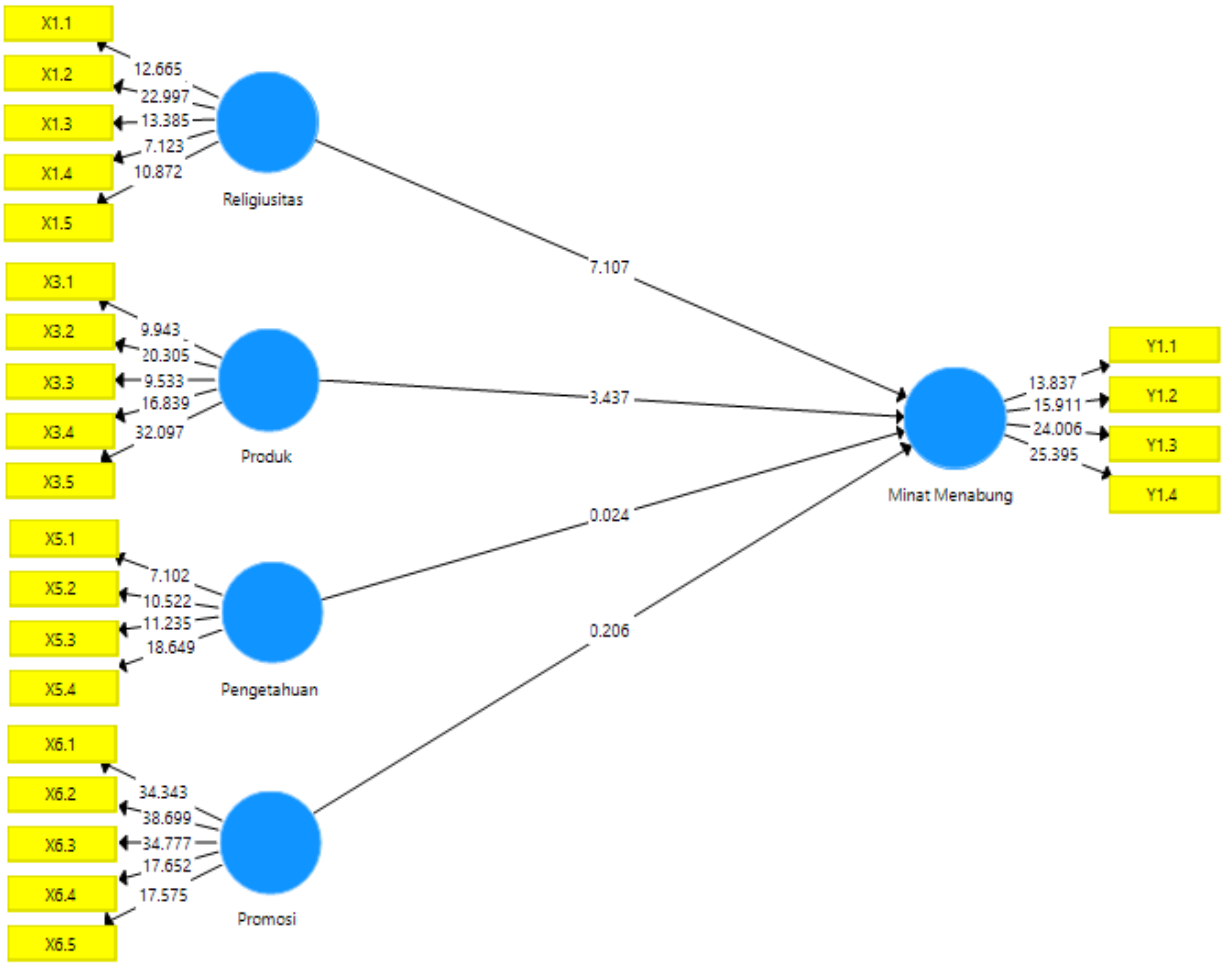
Dicriminant Validity	Minat Menabung	Pengetahuan	Produk	Promosi	Religiusitas
RE1	0.512	0.264	0.199	0.393	0.741
RE2	0.557	0.398	0.305	0.494	0.816
RE3	0.634	0.417	0.406	0.306	0.764
RE4	0.384	0.385	0.347	0.405	0.72
RE5	0.482	0.288	0.259	0.311	0.677
P1	0.336	0.486	0.704	0.461	0.173
P2	0.396	0.467	0.852	0.455	0.264
P3	0.283	0.318	0.687	0.445	0.197
P4	0.4	0.448	0.808	0.495	0.391
P5	0.547	0.666	0.84	0.616	0.476
Pe1	0.281	0.684	0.531	0.531	0.424
Pe2	0.301	0.778	0.529	0.514	0.337
Pe3	0.342	0.835	0.482	0.428	0.352
Pe4	0.477	0.88	0.51	0.488	0.406
Prom1	0.394	0.528	0.542	0.9	0.48
Prom2	0.33	0.462	0.579	0.901	0.384
Prom3	0.469	0.525	0.57	0.896	0.496
Prom4	0.414	0.54	0.514	0.802	0.386
Prom5	0.371	0.523	0.553	0.792	0.415
SI1	0.819	0.403	0.442	0.333	0.54
SI2	0.846	0.367	0.402	0.326	0.6

SI3	0.828	0.35	0.454	0.461	0.579
SI4	0.86	0.403	0.452	0.442	0.639

Tabel 4.6 Hasil Uji Formell-Lacker's Dicriminant Validity

	Minat Menabung	Pengetahuan	Produk	Promosi	Religiusitas
Minat Menabung	0.838				
Pengetahuan	0.454	0.798			
Produk	0.522	0.633	0.781		
Promosi	0.467	0.603	0.642	0.86	
Religiusitas	0.705	0.473	0.41	0.508	0.745

Hasil Analisis Outer Model dengan Smart PLS



B. Hasil Analisis Struktural Model

Hasil Uji Path Coeficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Pengetahuan -> Minat Menabung	0.002	-0.006	0.105	0.024	0.981
Produk -> Minat Menabung	0.291	0.306	0.076	3.811	0
Promosi -> Minat Menabung	-0.024	-0.023	0.112	0.216	0.829
Religiusitas -> Minat Menabung	0.596	0.595	0.082	7.239	0

9 Hasil Uji Coeficient of Determination (R^2)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Minat Menabung	0.562	0.544

Hasil Uji Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.084	0.084
d_ULS	1.925	1.925
d_G	0.945	0.945
Chi-square	485.62	485.62
NFI	0.698	0.698

BIOGRAFI PENULIS

Ahada Dzulfikar Alghana lahir di Jepara pada tanggal 1 Mei 2001 meupakan seorang Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia sejak tahun 2019. Sebelum masuk Universitas Islam Indonesia penulis menempuh Pendidikan di Sd Muhammadiyah Jepara selama 6 tahun dan Madrasah Mu'allimin Muhammadiyah Yogyakarta selama 6 tahun. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis sekarang bertempat tinggal di Jepara yang tepatnya di Jl. Imam Bonjol No.69a Panggang, Jepara, Jepara, Jawa Tengah. Penulis dapat dihubungi melalui nomor 081393942268 dan juga melalui email ahadadzulfikar@gmail.com