



## Pengaruh Persepsi, Motivasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Memilih Nasabah Perbankan Syariah

Artiva Cahya Aisyah Putri<sup>1</sup>, Eka Indra Ardianto I<sup>2</sup>, M. Tri Ferdianto<sup>3</sup>, M. Dhani Ramadhan A. P.<sup>4</sup>, Ahmad Suprayogi Setiawan<sup>5</sup>, Rizky Firmansyah Nurhidayat<sup>6</sup>, Rinda Setyowati<sup>7</sup>, Vani Sofiah Djuwantoro<sup>8</sup>, Intan Agustin<sup>9</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup>Fakultas Bisnis, Hukum, Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Received: 09 September 2024  
Revised: 17 September 2024  
Accepted: 28 September 2024

### Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi, motivasi dan religiusitas terhadap minat menabung serta dampaknya pada keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Persepsi masyarakat yang hanya memandang bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Rendahnya motivasi tentang bank syariah, kurangnya kesadaran seorang Muslim sehingga keinginan untuk menjadi nasabah juga rendah. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta yang belum menjadi nasabah dan yang sudah menjadi nasabah bank syariah di DKI Jakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Data yang didapatkan kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS (Partial Least Square) melalui software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat DKI Jakarta masih banyak yang belum menjadi nasabah bank syariah karena persepsi yang kurang baik, kurangnya pengetahuan mengenai produk perbankan syariah dan religiusitas yang tidak mempengaruhi seseorang untuk memiliki minat menabung dan mengambil keputusan menjadi nasabah bank syariah.

**Keywords:** Perbankan Syariah, Persepsi, Pengetahuan, Religiusitas, Minat, Keputusan menjadi Nasabah

(\*) Corresponding Author: [artivacahyaal1@gmail.com](mailto:artivacahyaal1@gmail.com)

**How to Cite:** Putri, A., Ardianto I, E., Ferdianto, M., Ramadhan A. P, M., Setiawan, A., Nurhidayat, R., Setyowati, R., Djuwantoro, V., & Agustin, I. (2024). Pengaruh Persepsi, Motivasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Memilih Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(18), 192-217. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1386992>

## PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak luput dari perkembangan industri keuangan syariah yang dimulai dari inspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang islami (Rachmawati dan Widana, 2019). Berdasarkan Survei Nasional Literasi Inklusi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Angka tersebut meningkat dibandingkan hasil survei OJK 2016 yaitu indeks literasi keuangan 29,7% dan indeks inklusi keuangan sebesar 67,8%. Dengan demikian dalam 3 tahun terakhir terdapat peningkatan pemahaman keuangan (literasi) masyarakat sebesar 8,33%, serta peningkatan akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan (inklusi keuangan) sebesar 8,39%.

Menurut Anggota Dewan Komisiner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Tirta Segara, dengan sinergi dan kerja keras antara Pemerintah, OJK, Kementerian/Lembaga terkait, Industri Jasa Keuangan dan berbagai pihak lain target indeks inklusi keuangan yang dicanangkan pemerintah melalui Perpres Nomor 82 tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) sebesar 75% pada tahun 2019 telah tercapai. Survei OJK 2019 ini mencakup 12.773 responden di 34 provinsi dan 67 kota/kabupaten dengan mempertimbangkan *gender* dan strata wilayah perkotaan/perdesaan. Sebagaimana tahun 2016, SNLIK 2019 juga menggunakan metode, parameter pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap dan perilaku, sementara indeks inklusi keuangan menggunakan parameter penggunaan (*usage*).

Tabel 1.1 Survei Nasional Literasi Inklusi Keuangan (SNLIK)

		Indeks Literasi Keuangan	Indeks Inklusi Keuangan
Gender	Laki-laki	39,94%	77,24%
	Perempuan	36,13%	75,15%
Strata Wilayah	Perkotaan	41,41%	83,60%
	Perdesaan	34,53%	68,49%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2019)

Pertumbuhan perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah ditandai oleh adanya peningkatan jaringan kantor perbankan syariah dalam beberapa tahun terakhir ini. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Statistik Perbankan Syariah Tahun 2020, tertulis bahwa jumlah kantor Bank Umum Syariah (BUS) memperlihatkan peningkatan yang signifikan selama periode 2017-2020.

Tabel 1.2 Peningkatan Kantor BUS 2017-2020

2017	2018	2019	2020
1.825	1.827	1.894	1.942

Sumber: Snapshot Perbankan Syariah 2017-2020

Pada tahun 2017 hanya terdapat 1.825 kantor Bank Umum Syariah (BUS), sedangkan pada bulan Juni 2020 mengalami peningkatan hingga 1.942 kantor yang tersebar di seluruh Indonesia. Kemudian disusul dengan pertumbuhan Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang juga cukup signifikan. ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) “Statistik Perbankan Syariah”, Juni 2020). Hingga bulan Juni 2020 Perbankan Syariah terus menunjukkan perkembangan yang positif dengan Aset, Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD), dan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang terus bertumbuh.



### Gambar 1.1 Perkembangan Aset, PYD, dan DPK

Sumber : Snapshot Perbankan Syariah 2019 ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id))

Berdasarkan data diatas kita dapat menyimpulkan bahwa Jumlah Aset, Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD), dan Dana Pihak Ketiga (DPK) setiap tahunnya terus berkembang dengan cukup baik dan signifikan.

Tabel 1.3 *Market Share* Perbankan Syariah 2017-2020

<i>Market Share</i> Perbankan Syariah 2017 (5,57%)	Bank Umum Syariah	68,08%
	Unit Usaha Syariah	29,40%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,52%
<i>Market Share</i> Perbankan Syariah 2018 (5,96%)	Bank Umum Syariah	64,99%
	Unit Usaha Syariah	32,43%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,58%
<i>Market Share</i> Perbankan Syariah 2019 (5,95%)	Bank Umum Syariah	64,68%
	Unit Usaha Syariah	32,83%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,49%
	Bank Umum Syariah	65,33%

Sumber : Snapshot Perbankan Syariah 2017-2020 ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id))

Berbagai potensi perbankan syariah tersebut tidak sejalan dengan snapshot perbankan syariah pada *landscape* keuangan syariah Indonesia per Juni 2020. Market share perbankan syariah juga mengalami penurunan sebesar 0,01% pada tahun 2019, hal ini sangat berbanding terbalik dengan pertumbuhan aset perbankan syariah pada tahun 2017 dan 2018.

Karakteristik produk bank syariah bisa meliputi pelayanan, bagi hasil, dan fasilitas. Pelayanan bank syariah dituntut untuk berbeda dari bank konvensional dengan memperhatikan etika pelayanan yang sesuai dengan *akhlaqul karimah*. Bagi hasil juga perlu di analisis mengingat keyakinan masyarakat bahwa bank syariah mampu menjawab kebutuhan mereka mengenai transaksi ekonomi bebas bunga dan selalu mengedepankan transparansi dan nilai-nilai keadilan dalam praktik operasionalnya.

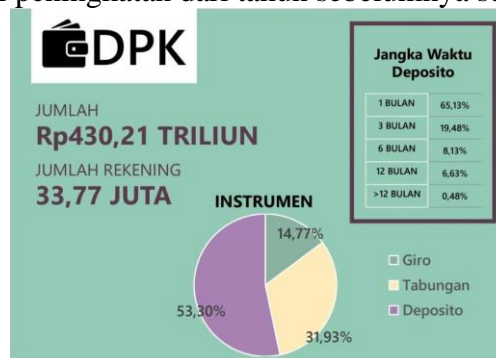
Jika pemenuhan akan analisis ini bisa terpenuhi maka bank syariah dapat menjadi bank kepercayaan pilihan masyarakat. Berikut data yang disajikan oleh OJK terkait jenis penggunaan produk Perbankan Syariah hingga bulan Juni 2020.



Gambar 1.2 Jenis Penggunaan Produk

Sumber : Snapshot Perbankan Syariah Juni 2020 ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id))

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan, penyaluran pembiayaan paling besar menggunakan akad *murabahah*, yaitu dengan porsi hampir 50% dari total pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah. Penyaluran pembiayaan dengan akad *murabahah* per Juni 2020 tercatat sebesar Rp. 172,91 triliun. Sementara itu, total pembiayaan bank syariah tercatat sebesar Rp. 377,53 triliun per Juni 2020. Akad pembiayaan tersebut banyak digunakan karena portofolio pembiayaan banyak digunakan untuk sektor rumah tangga seperti pembiayaan rumah dan akad *murabahah* banyak digunakan karena memiliki risiko yang relatif lebih rendah, baik dari sisi bank maupun nasabah. selanjutnya di ikuti oleh akad *musyarakah*, *mudharabah* dan lain-lainya. Selanjutnya jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) per Juni 2020 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 35,49 triliun.



Gambar 1.3 Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK)

Sumber : Snapshot Perbankan Syariah Juni 2020 ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id))

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa dari sekitar 200 juta penduduk muslim di Indonesia namun hanya 33,77 juta penduduk yang menggunakan rekening bank syariah. Bagaimanapun bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan syariat Islam dan tata cara merujuk kepada ketentuan Al-Qur'an dan Hadis. Seiring dengan ketatnya persaingan bisnis antara institusi keuangan dengan perbankan, maka perbankan syariah diminta untuk fokus menguatkan strategi pemasarannya demi meraih pangsa pasar yang lebih luas.

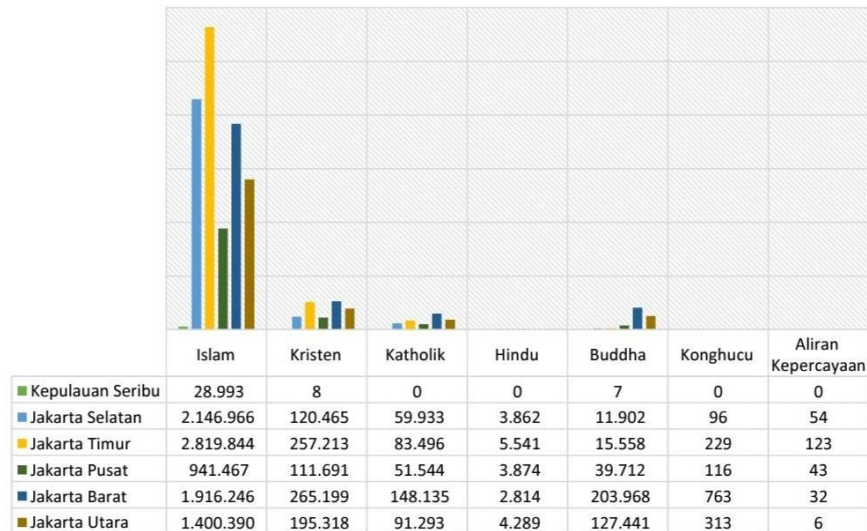
Lembaga keuangan syariah di Indonesia seperti perbankan syariah memiliki kemampuan yang terbatas dalam meningkatkan loyalitas nasabah disebabkan modal yang dimiliki oleh bank syariah masih kecil jika dibandingkan dengan modal bank konvensional (Fitri, 2012).

Oleh karenanya, bank syariah membutuhkan sebuah strategi pemasaran yang tepat untuk memberi solusi dari permasalahan tersebut dan mencapai tujuannya sebagai pemenang pasar yang dapat dibuktikan melalui pencapaian *market share* yang tinggi.

Tujuan dari pemasaran tersebut adalah untuk mengenalkan produk dan perbankan syariah, sehingga dengan sistem pemasaran yang baik maka tentunya masyarakat akan berminat dan memutuskan untuk menjadi nasabah pada bank syariah tersebut dengan berbagai alasannya. Berbagai macam strategi pemasaran perbankan layak dilakukan untuk menarik nasabah. Keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah itulah yang menjadi titik acuan utama mengapa dilakukan pemasaran.

Pemahaman dan pengetahuan nasabah mengenai produk sangat penting, karena pengetahuan merupakan dasar dari keputusan nasabah sebagai konsumen bank.

Gambar 1.4 Jumlah Penduduk Menurut Agama yang Dianut di Provinsi DKI Jakarta



Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Provinsi DKI Jakarta

Berdasarkan data diatas, di DKI Jakarta terdapat 9.253.906 jiwa yang penduduknya beragama Islam. Sebanyak 99,95% penduduk di Kepulauan Seribu beragama Islam dengan jumlah penduduk sebanyak 28.993 jiwa. Sama seperti Kepulauan Seribu dengan hampir semua penduduknya beragama Islam, Jakarta Selatan juga memiliki persentase yang sangat tinggi yaitu sebesar 91,62% atau sebanyak 2.146.966 jiwa.

Di Jakarta Timur, mayoritas penduduk beragama Islam yaitu sebesar 88,62% atau sebanyak 2.819.844 jiwa. Di Jakarta Pusat, penduduk yang beragama Islam sebesar 81,98% atau sebanyak 941.467 jiwa. Meskipun penduduk di Jakarta Barat dan Jakarta Utara mayoritas penduduknya beragama Islam, namun di wilayah ini persentase penduduk non muslim relatif banyak yaitu diatas 10% .

Kurangnya kesadaran seorang muslim untuk menggunakan produk dan jasa yang halal sehingga keinginan untuk menjadi nasabah perbankan syariah juga rendah.

Sebagaimana telah dikemukakan oleh beberapa pakar ekonom Muslim bahwa salah satu kendala dalam pengembangan perbankan syariah adalah rendahnya pemahaman atau motivasi terhadap produk dan jasa perbankan syariah (Anita, 2014). Untuk itu diperlukan adanya penelitian seberapa besar pemahaman atau motivasi tentang produk dan jasa perbankan syariah. Pemahaman atau pengetahuan terhadap produk dan jasa perbankan syariah akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan menggunakan produk perbankan syariah.

Faktor religiusitas adalah salah satu bentuk budaya tertentu yang berkembang di kalangan masyarakat dan memberikan identifikasi bagi anggotanya. Ketika seorang muslim hanya memilih mengkonsumsi produk yang halal, itu merupakan bentuk perilakunya sebagai seorang muslim yang memiliki



pengetahuan dan keyakinannya tentang kebenaran ajaran agama Islam. Hal itu juga sebagai bentuk upayanya dalam menaati aturan Islam yang berasal dari Al- Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW.

Sebagian besar masyarakat Indonesia hanya melihat bahwa nilai tambah dari bank syariah yaitu halal dan selamat, lebih menjamin untuk kebaikan akhirat nanti, dan juga lebih berfokus untuk menolong antar umat. Hal tersebut memang benar adanya, namun bank syariah juga mempunyai beberapa keuntungan, seperti keuntungan duniawi karena semua produk dan jasa tidak kalah bersaing dengan bank-bank konvensional dan hasil yang diberikan juga tidak kalah menguntungkan dibandingkan dengan bunga pada bank konvensional.

Gambar 1.5 10 Provinsi Dengan Nilai Aset Terbesar

1	DKI JAKARTA	55.07%	6	SUMATERA UTARA	2,56%
2	JAWA BARAT	8.71%	7	BANTEN	2,15%
3	NANGGROE ACEH DARUSSALAM	5.86%	8	NTB	2,13%
4	JAWA TIMUR	5.72%	9	SUMATERA SELATAN	1,61%
5	JAWA TENGAH	3.91%	10	RIAU	1,43%

Sumber: Snapshot Perbankan Syariah Juni 2020

Adapun alasan mengambil studi yang berada di DKI Jakarta karena berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) posisi

Juni 2020 provinsi DKI Jakarta berada di posisi ke-1 dengan nilai aset terbesar sebesar 55,07% dan pertumbuhan aset bank syariah sebesar 10,63%.

Grafik 1.1 Peningkatan Minat Menabung



Sumber: Statistik Perbankan Syariah, OJK 2017-2020

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa minat menabung masyarakat di DKI Jakarta pada perbankan syariah setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana data yang digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel Persepsi, Motivasi dan Religiusitas terhadap Minat Menabung serta Dampaknya pada Keputusan menjadi Nasabah Perbankan Syariah. Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) untuk menganalisis data yang telah diperoleh dan skala yang digunakan dalam kuesioner yaitu skala *likert*.

Skala *likert* digunakan guna mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok menegenai kejadian atau gejala sosial (Riduwan dan Kuncoro, 2008: 20). Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dikembangkan untuk menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam menyusun beberapa instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan (Umar, 2010:137).

## HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Profil Responden

Tabel 4.1 Profil Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
<b>Jumlah Sampel</b>	109	100%
<b>Profil:</b>		
Nasabah Bank Syariah	72	66,1%
Bukan Nasabah Bank Syariah	37	33,9%
<b>Bank Syariah:</b>		
BNI Syariah	25	22,9%
Bank Syariah Mandiri	16	14,6%
BRI Syariah	9	8,2%
Muamalat	6	5,5%
BCA Syariah	1	0,9%
Lainnya	43	39,4%
<b>Jenis Kelamin:</b>		
Pria	23	21,1%
Wanita	86	78,9%
<b>Usia:</b>		
17-22 Tahun	56	51,4%
23-28 Tahun	23	21,1%
29-34 Tahun	4	3,7%
>34 Tahun	26	23,9%
<b>Pendidikan Terakhir:</b>		
SMP	0	0%
SMA/Sederajat	57	52,3%
Diploma D1,D2,D3	3	2,8%
Sarjana S1,S2,S3	49	45%
<b>Pekerjaan:</b>		
Pelajar/Mahasiswa	59	54,1%
Wiraswasta	4	3,7%
PNS	17	15,6%

Pegawai Swasta	9	8,3%
Guru	17	15,6%
Ibu Rumah Tangga	3	2,7%
<b>Pendapatan:</b>		
Rp. 0 - Rp. 1 juta	54	49,5%
Rp. 1 juta - Rp. 3 juta	19	17,4%
Rp. 3 juta - Rp. 5 juta	21	19,3%
Rp. > 5 juta	15	13,8%
<b>Awal Mengenal Bank Syariah:</b>		
Keluarga/Saudara	54	49,5%
Teman	42	39,6%
Iklan	21	19,8%
Brosur/Spanduk	13	12,3%

Sumber: Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, diketahui bahwa responden yang merupakan nasabah Bank Syariah sebanyak 72 orang (66,1%) dan responden yang bukan nasabah Bank Syariah sebanyak 37 orang (33,9%). Untuk jumlah nasabah Bank Syariah terbanyak berasal dari BNI Syariah sebanyak 25 orang (22,9), Bank Syariah Mandiri sebanyak 16 orang (14,6%), BRI Syariah sebanyak 9 orang (8,2%), Bank Muamalat sebanyak 6 orang (5,5%), BCA Syariah sebanyak 1 orang (0,9%), dan untuk yang bukan nasabah Bank Syariah sebanyak 43 orang (39,4). Jumlah responden wanita lebih banyak dibandingkan dengan responden pria. Jumlah responden wanita sebanyak 86 orang (78,9%) dan jumlah responden pria sebanyak 23 orang (21,1). Jumlah responden yang berusia 17-22 tahun sebanyak 56 orang (51,4%), usia 23-28 tahun sebanyak 23 orang (21,1%), usia 29-34 tahun sebanyak 4 orang (3,7%) dan usia yang lebih dari 34 tahun sebanyak 26 orang (23,9%). Jumlah responden yang berpendidikan SMA/Sederajat lebih banyak dibandingkan Sarjana S1/S2/S3. Jumlah responden yang berpendidikan SMA/Sederajat sebanyak 57 orang (52,3%), responden yang berpendidikan Sarjana S1/S2/S3 sebanyak 49 orang (45%), dan untuk Diploma D1,D2,D3 sebanyak 3 orang (2,8%). Untuk responden yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 59 orang (54,1%), PNS sebanyak 17 orang (15,6%), Pegawai Swasta sebanyak 9 orang (8,3%), Guru sebanyak 17 orang (15,6%), Wiraswasta sebanyak 4 orang (3,7%), dan Ibu Rumah Tangga sebanyak 3 orang (2,7%).

Responden dengan pendapatan Rp. 0 - Rp. 1 juta sebanyak 54 orang (49,5%), pendapatan Rp. 1 juta – Rp. 3 juta sebanyak 19 orang (17,4%), pendapatan Rp. 3 juta – Rp. 5 juta sebanyak 21 orang (19,3%), dan pendapatan Rp. > 5 juta sebanyak 15 orang (13,8%). Dan untuk responden yang mengenal Bank Syariah dari Keluarga/Saudara sebanyak 54 orang (49,5%), dari Teman sebanyak 42 orang (39,6%), dari Iklan sebanyak 21 orang (19,8%) dan dari Brosur/Spanduk sebanyak 13 orang (12,3%).

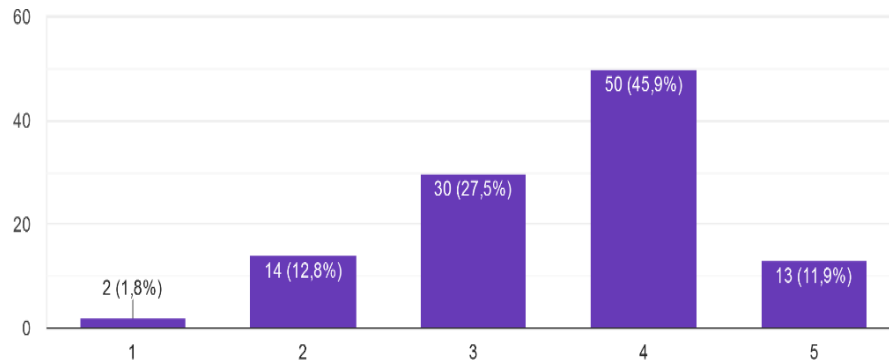
## 2. Hasil Tanggapan Responden

Statistik terkait hasil persentase setiap jawaban yang telah diberikan oleh responden dapat dibuat dalam skala *likert*. Skala *likert* dapat digunakan untuk mengukur respon (jawaban) yang berkisar dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan 5 (lima) alternatif jawaban.

### 1) Persepsi (X1)

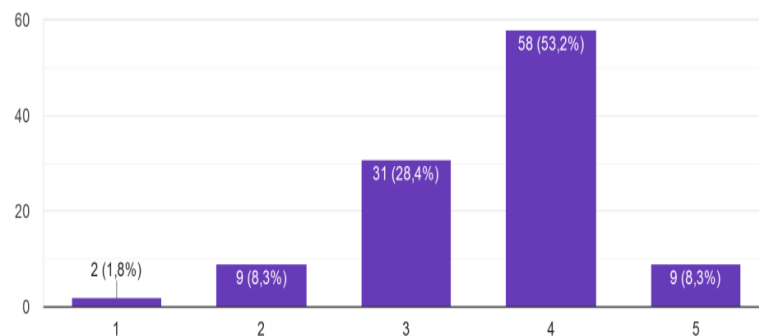


Variabel Persepsi (X1) diukur menggunakan 4 item indikator, yang terdiri dari 4 pertanyaan dengan 5 skala likert. Indikator variabel Persepsi ini disimbolkan dengan X1.1, X1.2, X1.3, X1.4. Hasil responden yang terdapat pada variabel X1 adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Mudah Dipelajari Sumber : Peneliti (2020)

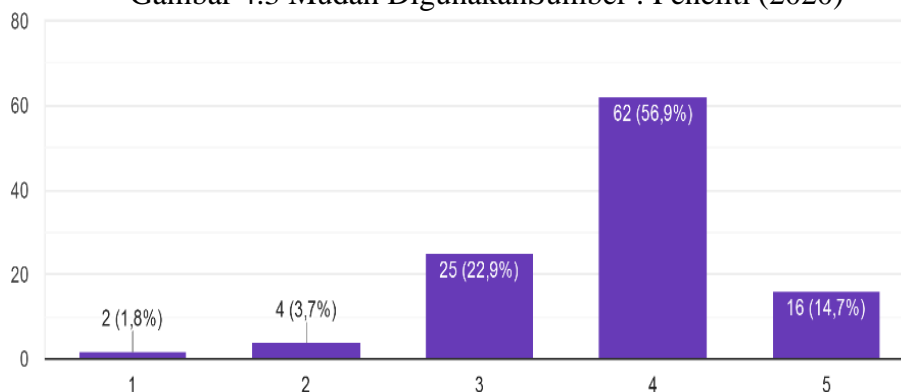
X1.1 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 50 responden (45,9%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,8%). Hasil dapat dikatakan positif karena sebanyak 57,8% responden menyatakan bahwa produk bank syariah mudah untuk dipelajari.



Sumber : Peneliti (2020)

X1.2 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 58 responden (53,2%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,8%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 61,5% responden menyatakan bahwa produk bank syariah bersifat fleksibel.

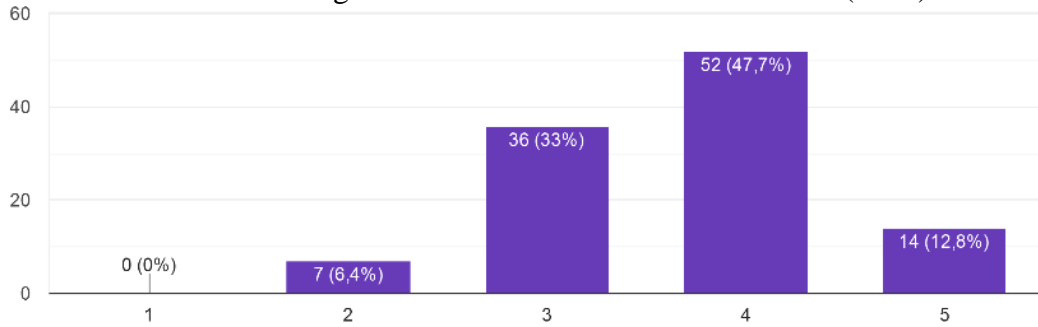
Gambar 4.3 Mudah Digunakan Sumber : Peneliti (2020)



X1.3 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 62

responden (56,9%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,8%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 71,6% responden menyatakan bahwa produk bank syariah mudah untuk digunakan.

Gambar 4.4 Meningkatkan Produktivitas Sumber : Peneliti (2020)

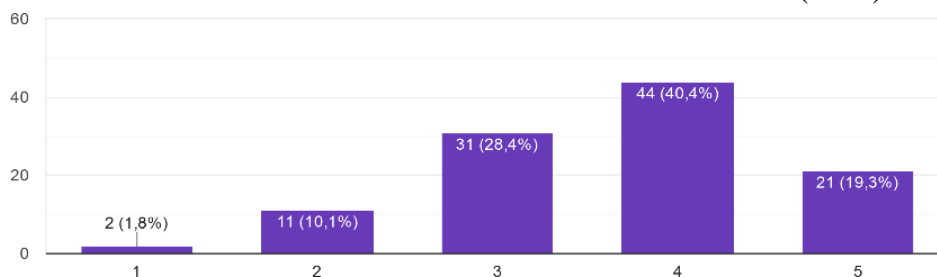


X1.4 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 52 responden (47,7%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 7 responden (6,4%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 60,5% responden menyatakan bahwa produk bank syariah dapat meningkatkan produktivitas.

## 2) Pengetahuan Produk (X2)

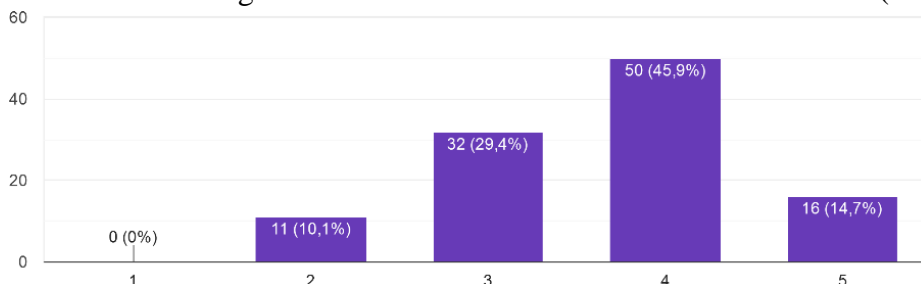
Variabel Pengetahuan Produk (X2) diukur menggunakan 4 item indikator, yang terdiri dari 4 pertanyaan dengan 5 skala likert. Indikator variabel Persepsi ini disimbolkan dengan X2.1, X2.2, X2.3, X2.4. Hasil responden yang terdapat pada variabel X2 adalah sebagai berikut:

Gambar 4.5 Persamaan dan Perbedaan Sumber : Peneliti (2020)



X2.1 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 44 responden (40,4%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,8%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 59,7% responden menyatakan bahwa masyarakat mengetahui persamaan dan perbedaan antara produk bank syariah dengan bank konvensional.

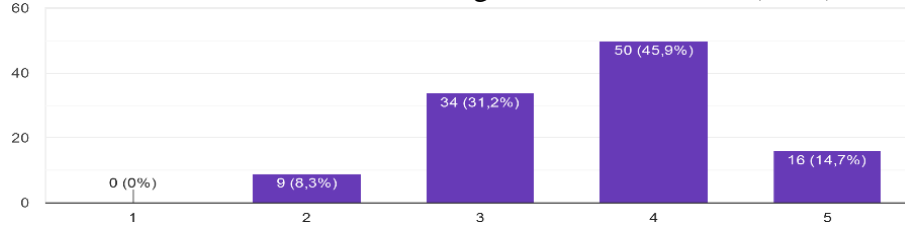
Gambar 4.6 Mengetahui dan Merasakan Manfaat Sumber : Peneliti (2020)



X2.2 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 50

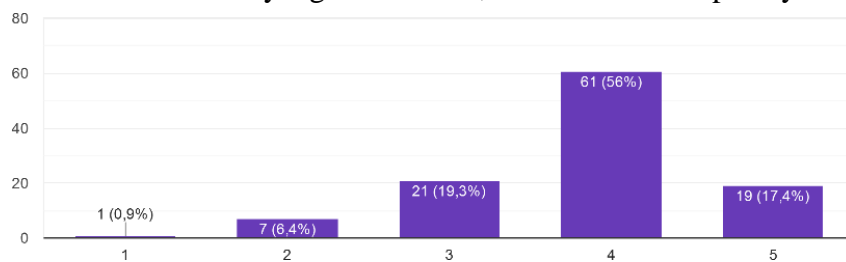
responden (45,9%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 11 responden (10,1%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 61,5% responden menyatakan bahwa masyarakat telah mengetahui dan merasakan manfaat dari suatu produk bank syariah.

Gambar 4.7 Memberikan Keuntungan



X2.3 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 50 responden (45,9%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 9 responden (8,3%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 77,1% responden menyatakan bahwa produk tabungan bank syariah dapat memberikan saya keuntungan dalam jangka panjang.

Gambar 4.8 Produk yang Berkualitas, Bermutu dan Terpercaya



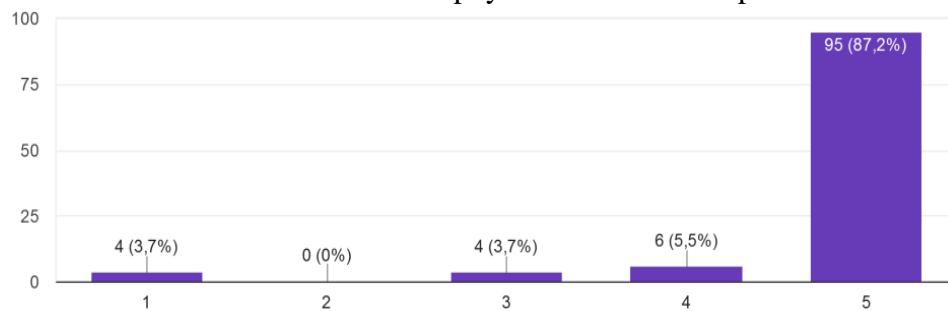
Sumber : Peneliti (2020)

X2.4 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 61 responden (56%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 7 responden (6,4%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 60,5% responden menyatakan bahwa produk tabungan bank syariah merupakan produk berkualitas, bermutu, dan terpercaya.

### 3) Religiusitas (X3)

Variabel Religiusitas (X3) diukur menggunakan 4 item indikator, yang terdiri dari 4 pertanyaan dengan 5 skala likert. Indikator variabel Persepsi ini disimbolkan dengan X3.1, X3.2, X3.3, X3.4. Hasil responden yang terdapat pada variabel X3 adalah sebagai berikut:

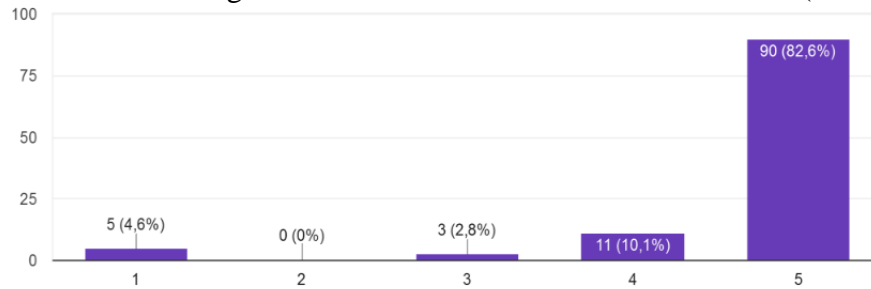
Gambar 4.9 Allah SWT Mempunyai Sifat Maha Sempurna



Sumber: Peneliti (2020)

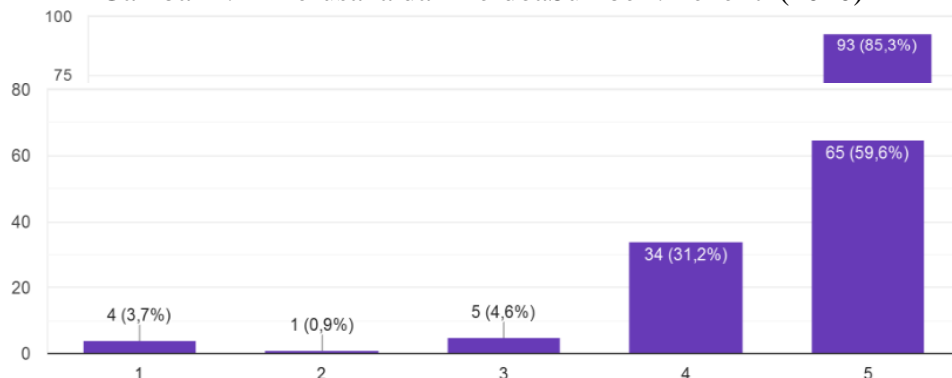
X3.1 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “sangat setuju” sebanyak 95 responden (87,2%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju dan netral” sebanyak masing- masing 4 responden (3,7%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena 92,7% responden menyatakan bahwa masyarakat meyakini bahwa Allah SWT mempunyai sifat Maha Sempurna.

Gambar 4.10 Menegakkan Sholat Lima Waktu Sumber: Peneliti (2020)



X3.2 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “sangat setuju” sebanyak 90 responden (82,6%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “netral” sebanyak 3 responden (2,8%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 92,7% responden menyatakan bahwa masyarakat menegakkan sholat lima waktu karena sebagai tiang agama.

Gambar 4.11 Berusaha dan Berdoa Sumber : Peneliti (2020)



X3.3 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “sangat setuju” sebanyak 93 responden (85,3%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,9%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 92,6 % responden menyatakan bahwa masyarakat selalu berusaha dan berdoa kepada Allah SWT untuk selalu mendapatkan ridho-Nya.

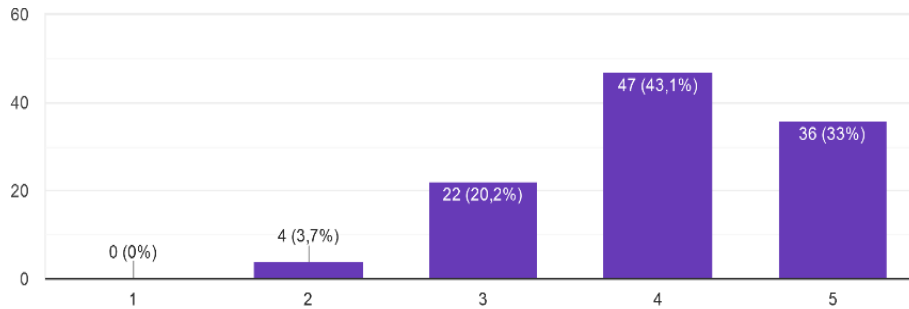
Gambar 4.12 Menyisihkan Rezeki Sumber : Peneliti (2020)

X3.4 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “sangat setuju” sebanyak 65 responden (59,6%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,9%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 90,8% responden menyatakan bahwa masyarakat berusaha untuk menyisihkan rezeki untuk diberikan kepada orang-orang yang membutuhkan.

#### 4) Minat (Y)

Variabel Minat Menabung (Y) diukur menggunakan 4 item indikator, yang terdiri dari 4 pertanyaan dengan 5 skala likert. Indikator variabel Persepsi ini disimbolkan dengan Y1, Y2, Y3, Y4. Hasil responden yang terdapat pada variabel Y adalah sebagai berikut:

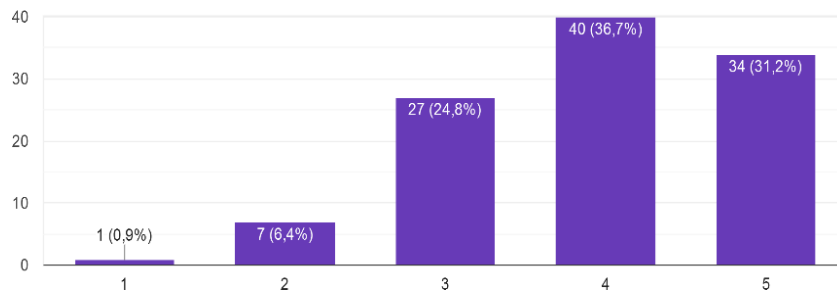
Gambar 4.13 Ketertarikan Menabung di Bank Syariah



Sumber: Peneliti (2020)

Y1 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 47 responden (43,1%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 4 responden (3,7%). Hasil ini dikatakan positif karena sebanyak 76,1% responden menyatakan bahwa masyarakat tertarik untuk menabung di Bank Syariah.

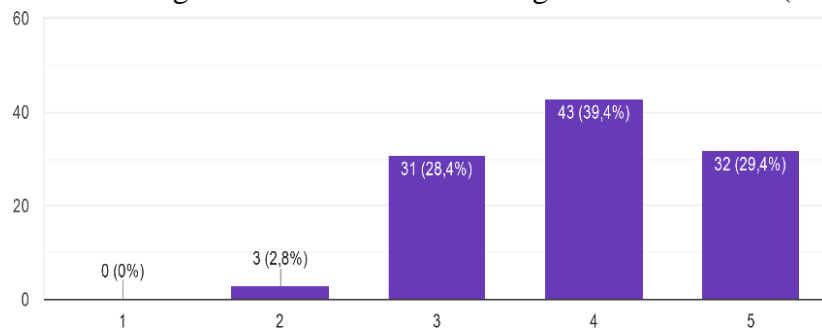
Gambar 4.14 Mereferensikan Orang Lain



Sumber: Peneliti (2020)

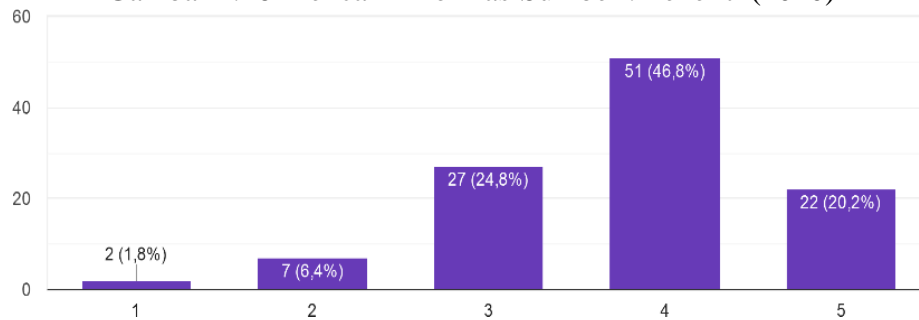
Y2 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 40 responden (36,7%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,9%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 67,9% responden menyatakan bahwa masyarakat akan mereferensikan orang lain untuk menabung di Bank Syariah.

Gambar 4.15 Keinginan untuk Terus Menabung



Y3 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “sangat setuju” sebanyak 93 responden (85,3%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,9%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 68,8 % responden menyatakan bahwa masyarakat berkeinginan untuk terus menabung di Bank Syariah pada masa yang akan datang.

Gambar 4.16 Mencari Informasi Sumber : Peneliti (2020)

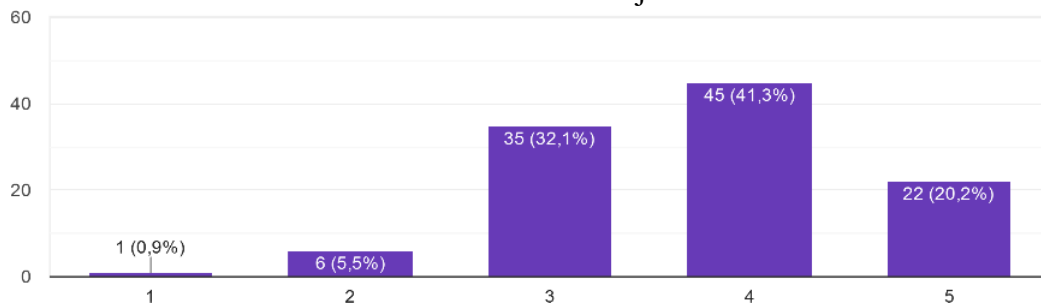


Y4 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “sangat setuju” sebanyak 51 responden (46,5%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,8%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 90,8% responden menyatakan bahwa masyarakat berusaha untuk menyisihkan rezeki untuk diberikan kepada orang-orang yang membutuhkan.

#### 5) Keputusan menjadi Nasabah

Variabel Keputusan menjadi Nasabah (Z) diukur menggunakan 4 item indikator, yang terdiri dari 4 pertanyaan dengan 5 skala likert. Indikator variabel Persepsi ini disimbolkan dengan Z1, Z2, Z3, Z4. Hasil responden yang terdapat pada variabel Z adalah sebagai berikut:

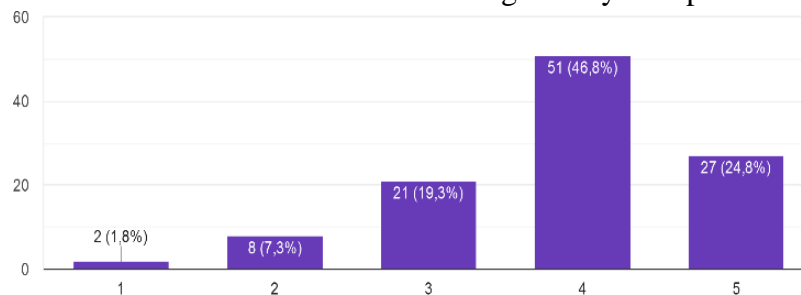
Gambar 4.16 Kebutuhan menjadi Nasabah



Sumber: Peneliti (2020)

Z1 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 45 responden (41,3%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,9%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 61,5% responden menyatakan bahwa masyarakat memiliki kebutuhan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

Gambar 4.17 Mencari Informasi mengenai layanan produk

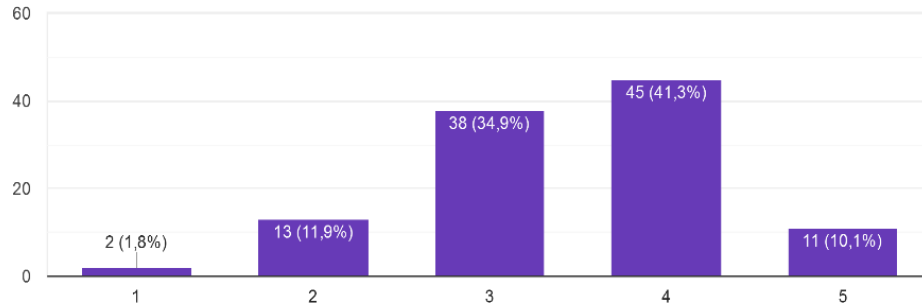


Sumber: Peneliti (2020)

Z2 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju ” sebanyak 51 responden (46,8%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak

setuju” sebanyak 2 responden (1,8%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 71,6% responden menyatakan bahwa masyarakat mencari informasi mengenai layanan produk di Bank Syariah.

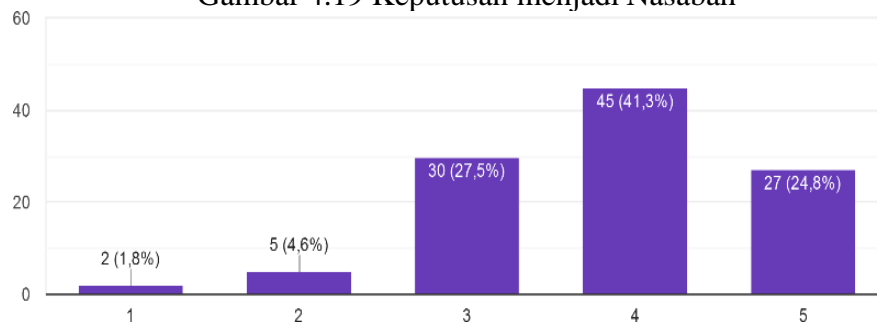
Gambar 4.18 Mengevaluasi Beberapa Layanan



Sumber : Peneliti (2020)

Z3 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 45 responden (41,3%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,8%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 51,4 % responden menyatakan bahwa masyarakat mengevaluasi beberapa layanan produk di Bank Syariah yang ditawarkan.

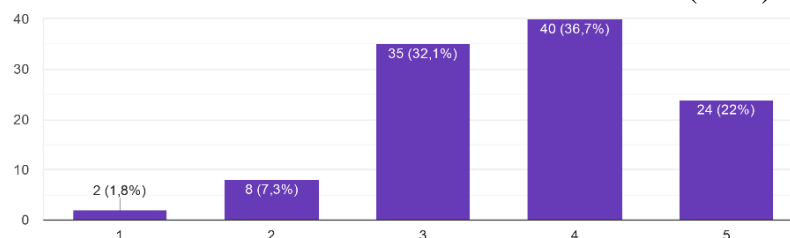
Gambar 4.19 Keputusan menjadi Nasabah



Sumber : Peneliti (2020)

Z4 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 45 responden (41,3%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,8%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 66,1% responden menyatakan bahwa masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah Bank Syariah karena sesuai dengan keinginannya.

Gambar 4.20 Mencari Informasi



Z5 memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “sangat setuju” sebanyak 40 responden (36,7%), sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,8%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena sebanyak 58,7% responden menyatakan bahwa masyarakat akan memutuskan akan menjadi nasabah Bank Syariah sampai masa yang akan datang, karena merasa puas menjadi nasabah Bank Syariah.



### 3. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Reliabilitas dan Validitas

Menunjukkan seberapa besar tingkat ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Valid berarti bahwa kuesioner tersebut tepat atau sesuai dengan peruntukannya (Heryanto & Triwibowo, 2018:85). Kriteria validitas dan reliabilitas dapat juga dilihat dari nilai reliabilitassuatu konstruk dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari masing- masing kosntruk. Konstruk dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi apabila nilainya 0,70 dan AVE berada diatas 0,50. Pada tabel 4.9 akandisajikan nilai *Composite Reliability* dan AVE untuk semua variabel.

**Tabel 4.2**  
***Composite Reliability dan Average Variance Extracted***

<i>Variable</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	Composite Reliability	Average Variance
<i>X1</i>	0.866	0.877	0.908	0.712
<i>X2</i>	0.785	0.809	0.861	0.609
<i>X3</i>	0.895	0.926	0.927	0.762
<i>Y</i>	0.904	0.906	0.933	0.778
<i>Z</i>	0.898	0.903	0.925	0.711

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabel. Dimana masing-masing variabel memiliki nilai AVE > 0,50 dan nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel memiliki nilai > 0,70.

#### 4. Konstruksi Diagram Jalur

Pada tahap ini, konstruksi diagram jalur dilakukan berdasarkan model penelitian. Diagram jalur tersebut akan digunakan untuk menggambarkan model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

##### a. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Indikator pada masing-masing konstruk yaitu Persepsi, Motivasi, Minat dan Keputusan pada *outer model* bersifat reflektif sehingga arah panah pada model pengukuran dari arah kosntruk menuju indikator. Evaluasi model pengukuran (*outer model*) mengilustrasikan hubungan antara blok indikator dengan konstruk (variabel) latennya. Model tersebut akandievaluasi keabsahannya dengan indikator *convergent validity* dan *discriminant validity*. Evaluasi terhadap model pengukuran tersebut menggunakan indikator *reflective* karena setiap indikator adalah manifestasi dari variabel laten.

##### 1) *Corvergent Validity*

*Convergent validity* dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dapat dinilai berdasarkan pada korelasi antara *item score/componentscore* dengan *construct score* yang dihitung dengan menggunakan PLS. Ukuran reflektif dapat dikatakan tinggi apabila berkorelasi lebih dari 0,70 dengan kosntruk yang akan diukur. Namun untuk penelitian tahap awal daripengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai 0,60 sudah dianggap cukup (Chin dalam Ghozali, 2014).

**Tabel 4.3**  
***Output Outer Loadings***

	Persepsi	Pengetahuan	Religiusitas	Minat	Keputusan
X1.1	0.830				

	Persepsi	Pengetahuan	Religiusitas	Minat	Keputusan
X1.2	0.838				
X1.3	0.906				
X1.4	0.798				
X2.1		0.668			
X2.2		0.766			
X2.3		0.838			
X2.4		0.836			
X3.1			0.907		
X3.2			0.898		
X3.3			0.913		
X3.4			0.764		
Y1				0.914	
Y2				0.868	
Y3				0.908	
Y3				0.836	
Z1					0.875
Z2					0.867
Z3					0.759
Z4					0.832
Z5					0.877

Sumber: Peneliti (2020)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil *loading factor* semua indikator untuk masing-masing konstraknya sudah memenuhi *convergent validity*, karena semua nilai *loading factor* setiap indikator melebihi 0,50. Nilai paling kecil sebesar 0,668 dari indikator X2.1. Sehingga indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi *convergent validity*.

## 2) Discriminant Validity

*Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dapat diketahui berdasarkan pada *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Apabila korelasi konstruk dengan *item* pengukuran tersebut lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten dapat memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Berikut ini *output cross loading* dari *output PLS Alghoritm*:

**Tabel 4.4**  
**Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)**

	Persepsi	Pengetahuan	Religiusitas	Minat	Keputusan
X1.1	0.830	0.613	0.324	0.410	0.495
X1.2	0.838	0.577	0.218	0.455	0.527
X1.3	0.906	0.663	0.131	0.600	0.624
X1.4	0.798	0.733	0.094	0.643	0.612
X2.1	0.546	0.668	0.201	0.420	0.364
X2.2	0.541	0.766	0.066	0.462	0.455
X2.3	0.637	0.838	0.172	0.532	0.551
X2.4	0.678	0.836	0.159	0.591	0.618

	Persepsi	Pengetahuan	Religiusitas	Minat	Keputusan
X3.1	0.176	0.217	0.907	0.100	0.192
X3.2	0.156	0.115	0.898	0.009	0.138
X3.3	0.162	0.083	0.913	0.008	0.121
X3.4	0.228	0.188	0.764	0.051	0.184
Y1	0.644	0.635	0.011	0.914	0.672
Y2	0.508	0.544	0.021	0.868	0.666
Y3	0.549	0.581	0.083	0.908	0.719
Y3	0.551	0.528	0.088	0.836	0.807
Z1	0.632	0.595	0.128	0.708	0.875
Z2	0.559	0.555	0.213	0.693	0.867
Z3	0.484	0.473	0.198	0.581	0.759
Z4	0.533	0.486	0.045	0.700	0.832
Z5	0.634	0.621	0.224	0.739	0.877

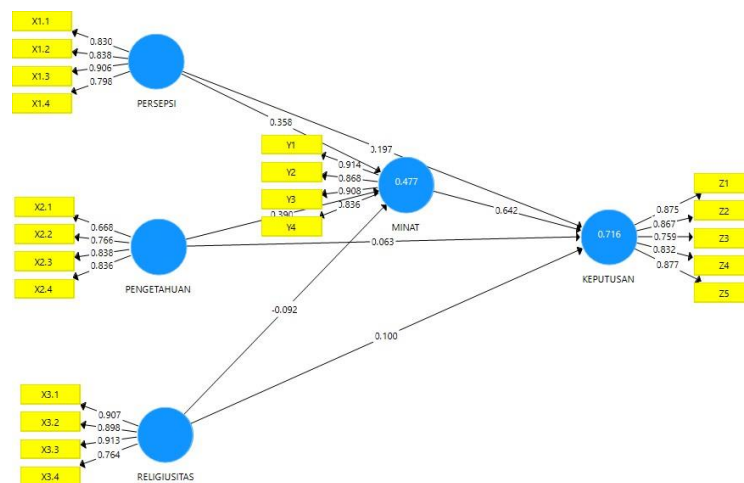
Sumber: Pengolahan data dengan PLS

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua indikator memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi dengan konstruk (variabel) yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing indikator pada bloknya sendiri lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lain.

#### b. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* atau model struktural digunakan untuk melihat bagaimana hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian ini. Model struktural dapat dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural tersebut.

#### Model Struktural



Dalam menilai model dengan menggunakan PLS dimulai dengan melihat nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) atau *R-square*. Berikut ini hasil estimasi *R-square* dengan menggunakan smartPLS.

**Tabel 4.5**  
**Nilai *R-square***

Var	R-square
Minat	0.477
Keputusan	0.716

Sumber: Pengolahan Data dengan PLS

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *R-square* untuk variabel Minat sebesar 0,477, sedangkan variabel Keputusan diperoleh sebesar 0,716. Hasil ini menunjukkan bahwa 47,7% variabel Minat dapat dipengaruhi oleh variabel Persepsi, Motivasi dan Religiusitas, sedangkan 71,6% variabel Keputusan dipengaruhi oleh variabel Persepsi, Motivasi dan Religiusitas.

#### c. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan nilai *t-Value* dengan tingkat signifikansi 0,05. Nilai *t-Value* adalah nilai *Critical ratio* (c.r.) pada *Regression Weights: (Group Number 1 – Default Model)*. Jika nilai *Critical ratio*(c.r.)  $\geq 1,967$  atau nilai Probabilitas (P)  $\leq 0,05$  atau  $\leq 5\%$ (dalam penelitian ekonomi dapat menggunakan  $\leq 0,1$  atau  $\leq 1\%$  dengan tingkat kepercayaan 90%) maka  $H_0$  ditolak (hipotesis penelitian diterima).Nilai t-hitung dalam penelitian ini berasal dari *output path coefficients* dari perhitungan *bootstrapping* dengan menggunakan *software Smart PLS* yang dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel 4.6 Output Path Coefficients**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( $ O/STDEV $ )	P Values
X1 → Y	0.358	0.358	0.105	3.410	0.001
X1 → Z	0.197	0.175	0.132	1.489	0.137
X2 → Y	0.390	0.388	0.095	4.097	0.000
X2 → Z	0.063	0.091	0.108	0.582	0.561
X3 → Y	-0.092	-0.065	0.112	0.820	0.413
X3 → Z	0.100	0.098	0.075	1.336	0.182
Y → Z	0.642	0.640	0.072	8.853	0.000

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel diatas, berikut ini penjelasan mengenai hipotesis-hipotesis dalam penelitian:

#### 1. Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas terhadap Minat Menabung

##### a) Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel persepsi terhadap minat menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,358 dengan nilai *T Statistic* sebesar 3,410. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa persepsi mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap minat menabung dimana sesuai dengan hipotesis pertama dimana persepsi mendorong minat masyarakat untuk menabung. Hal ini berarti  **$H_{a1}$  diterima.**

##### b) Pengaruh Motivasi terhadap Minat Menabung

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel motivasi terhadap minat menabung menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,390 dengan nilai *T Statistic* sebesar 4,097. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa motivasi mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap minat

menabung dimana sesuai dengan hipotesis pertama dimana motivasi mendorong minat untuk menabung. Hal ini berarti **H<sub>a1b</sub> diterima**.

c) Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel religiusitas terhadap minat menabung menyatakan nilai koefisien jalur sebesar -0,092 dengan nilai *T Statistic* sebesar 0,820. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa religiusitas belum dapat berkontribusi dalam minat menabung di perbankan syariah. Hal ini berarti **H<sub>a1c</sub> ditolak**.

2. Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah Perbankan Syariah

a) Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan menjadi Nasabah

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,197 dengan nilai *T Statistic* sebesar 1,489. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa persepsi belum dapat berkontribusi dalam keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini berarti **H<sub>a2a</sub> ditolak**.

b) Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan menjadi Nasabah

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,063 dengan nilai *T Statistic* sebesar 0,582. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa motivasi belum dapat berkontribusi dalam keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini berarti **H<sub>a2b</sub> ditolak**.

c) Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel religiusitas terhadap keputusan menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,100 dengan nilai *T Statistic* sebesar 1,336. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa religiusitas belum dapat berkontribusi dalam keputusan menjadi nasabah di perbankan syariah. Hal ini berarti **H<sub>a2c</sub> ditolak**.

3. Pengaruh Minat terhadap Keputusan menjadi Nasabah

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel minat menabung terhadap keputusan menjadi nasabah menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,642 dengan nilai *T Statistic* sebesar 8,853. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa minat menabung mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dimana sesuai dengan hipotesis ketiga dimana Minat mendorong Keputusan menjadi Nasabah. Hal ini berarti **H<sub>a3</sub> diterima**.

**Tabel 4.7 Output Specific Indirect Effects**

	<i>O</i>	<i>M</i>	<i>STDEV</i>	<i>T Statistic</i>	<i>P Values</i>
X1 → Y → Z	0.230	0.222	0.075	3.067	0.002
X2 → Y → Z	0.250	0.258	0.068	3.652	0.000
X3 → Y → Z	-0.059	-0.043	0.071	0.830	0.407

Sumber: Data diolah dengan menggunakan *SmartPLS 3*

4. Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat Menabung

a) Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat

Hasil dari pengujian pengaruh Persepsi terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.230. Nilai *T-statistics* diperoleh sebesar 3,067. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,985). Hasil ini berarti bahwa minat menabung dapat dijadikan variabel intervening didalam pengaruh secara tidak langsung antara persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah. Dengan demikian **Ha4a diterima**.

b) Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat

Hasil dari pengujian pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah melalui minat menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,250. Nilai *T-statistics* diperoleh sebesar 3,652. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,985). Hasil ini berarti bahwa minat menabung dapat dijadikan variabel intervening didalam pengaruh secara tidak langsung antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah. Dengan demikian **Ha4b diterima**.

c) Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat Menabung

Hasil pengujian dari pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar -0,059. Nilai *T-statistics* diperoleh sebesar 0,830. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,985). Hasil ini berarti bahwa minat menabung tidak dapat dijadikan variabel intervening didalam pengaruh secara tidak langsung antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah. Dengan demikian **Ha4c ditolak**.

Hasil dari hipotesis ini menunjukkan bahwa minat menabung tidak bisa memediasi hubungan antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah. Dalam penelitian ini variabel religiusitas belum dapat berpengaruh langsung signifikan terhadap minat menabung maupun keputusan menjadi nasabah. Meskipun dengan menambahkan variabel intervening, hubungan religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah juga pengaruh tidak langsungnya masih sangat kecil. Maka minat menabung belum dapat dijadikan variabel intervening didalam pengaruh secara tidak langsung antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Religiusitas terhadap Minat Menabung**

#### **Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung**

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel persepsi terhadap minat menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,358 dengan nilai *T Statistic* sebesar 3,410. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa persepsi mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap minat menabung dimana sesuai dengan hipotesis pertama dimana persepsi mendorong minat masyarakat untuk menabung. Dengan demikian **Ha1a diterima**.

#### **Pengaruh Motivasi terhadap Minat Menabung**

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel motivasi terhadap minat menabung menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,390 dengan nilai *T Statistic* sebesar 4,097. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa motivasi mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap minat menabung dimana sesuai dengan hipotesis pertama dimana motivasi mendorong minat untuk menabung. Dengan demikian **Ha1b diterima**.

#### **Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung**

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel religiusitas terhadap minat menabung menyatakan nilai koefisien jalur sebesar -0,092 dengan nilai *T Statistic* sebesar 0,820. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa religiusitas belum dapat berkontribusi dalam minat menabung di perbankan syariah. Dengan demikian **Ha1c ditolak**.

#### **Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah Perbankan Syariah**

##### **Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan menjadi Nasabah**

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,197 dengan nilai *T Statistic* sebesar 1,489. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa persepsi belum dapat berkontribusi dalam keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Dengan demikian **Ha2a ditolak**.

##### **Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan menjadi Nasabah**

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,063 dengan nilai *T Statistic* sebesar 0,582. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa motivasi belum dapat berkontribusi dalam keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Dengan demikian **Ha2b ditolak**.

##### **Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah**

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel religiusitas terhadap keputusan menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,100 dengan nilai *T Statistic* sebesar 1,336. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hasil ini membuktikan bahwa religiusitas belum dapat berkontribusi dalam keputusan menjadi nasabah di perbankan syariah. Dengan demikian **Ha2c ditolak**.

##### **Pengaruh Minat Menabung terhadap Keputusan menjadi Nasabah**

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel minat menabung terhadap keputusan menjadi nasabah menyatakan nilai koefisien jalur sebesar 0,642 dengan nilai *T Statistic* sebesar 8,853. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa minat menabung mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dimana sesuai dengan hipotesis ketiga dimana Minat mendorong Keputusan menjadi Nasabah.

#### **Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat Menabung**

##### **Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat Menabung**

Hasil dari pengujian pengaruh Persepsi terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.230. Nilai *T-statistics* diperoleh sebesar 3,067. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,985). Hasil ini berarti bahwa minat menabung dapat dijadikan variabel intervening didalam pengaruh secara tidak langsung antara persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah. Dengan demikian **Ha4a diterima**. Hasil dari hipotesis ini menunjukkan bahwa minat menabung bisa memediasi hubungan antara persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah. Dalam penelitian ini variabel persepsi dapat berpengaruh langsung signifikan terhadap minat menabung maupun keputusan menjadi nasabah



### **Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat Menabung**

Hasil dari pengujian pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah melalui minat menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,250. Nilai *T-statistics* diperoleh sebesar 3,652. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,985). Hasil ini berarti bahwa minat menabung dapat dijadikan variabel intervening didalam pengaruh secara tidak langsung antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah. Dengan demikian **Ha4b diterima**. Hasil dari hipotesis ini menunjukkan bahwa minat menabung bisa memediasi hubungan antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah. Dalam penelitian ini variabel motivasi belum dapat berpengaruh langsung signifikan terhadap minat menabung maupun keputusan menjadi nasabah

### **Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat Menabung**

Hasil pengujian dari pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar -0,059. Nilai *T-statistics* diperoleh sebesar 0,830. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hasil ini berarti bahwa minat menabung tidak dapat dijadikan variabel intervening didalam pengaruh secara tidak langsung antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah. Dengan demikian **Ha4c ditolak**. Hasil dari hipotesis ini menunjukkan bahwa minat menabung tidak bisa memediasi hubungan antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah. Dalam penelitian ini variabel religiusitas belum dapat berpengaruh langsung signifikan terhadap minat menabung maupun keputusan menjadi nasabah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap Minat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,358 dengan nilai *T Statistic* sebesar 3,410. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa persepsi mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat yang sesuai dengan Ha1a dimana persepsi mendorong minat masyarakat untuk menabung. Motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menabung. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,390 dengan nilai *T Statistic* sebesar 4,097. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat yang sesuai dengan Ha1b dimana motivasi mendorong minat untuk menabung. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar -0,092 dengan nilai *T Statistic* sebesar 0,820. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa religiusitas mempunyai hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap minat yang tidak sesuai dengan Ha1c dimana religiusitas mendorong minat untuk menabung secara langsung.
2. Persepsi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan menjadi

Nasabah. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,197 dengan nilai *T Statistic* sebesar 1,489. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa persepsi mempunyai hubungan yang positif namun tidak signifikan terhadap keputusan yang tidak sesuai dengan  $H_{a2a}$  dimana persepsi mendorong keputusan menjadi nasabah secara langsung. Motivasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,063 dengan nilai *T Statistic* sebesar 0,582. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan mempunyai hubungan yang positif namun tidak signifikan terhadap keputusan yang tidak sesuai dengan  $H_{a2b}$  dimana motivasi mendorong keputusan menjadi nasabah secara langsung. Religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,100 dengan nilai *T Statistic* sebesar 1,336. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa religiusitas mempunyai hubungan yang positif namun tidak signifikan terhadap keputusan yang tidak sesuai dengan  $H_{a2c}$  dimana religiusitas mendorong keputusan menjadi nasabah secara langsung.

3. Minat Menabung berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,642 dengan nilai *T Statistic* sebesar 8,853. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa minat mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan yang sesuai dengan  $H_{a3}$  dimana minat mendorong keputusan menjadi nasabah.
4. Persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat Menabung. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,230. Nilai *T-statistics* diperoleh sebesar 3,067. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah melalui minat menabung mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan yang sesuai dengan  $H_{a4a}$  dimana persepsi mendorong keputusan menjadi nasabah melalui minat. Motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat Menabung. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,250. Nilai *T-statistics* diperoleh sebesar 3,652. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hal ini membuktikan bahwa motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah melalui minat menabung mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan yang sesuai dengan  $H_{a4b}$  dimana pengetahuan mendorong keputusan menjadi nasabah melalui minat. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah melalui Minat Menabung. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar -0,059. Nilai *T-statistics* diperoleh sebesar 0,830. Nilai tersebut lebih kecil dari *t* tabel (1,985). Hal ini berarti bahwa minat menabung tidak dapat dijadikan variabel intervening didalam pengaruh secara tidak langsung antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah. Dengan demikian  **$H_{a4c}$  ditolak**. Hasil dari hipotesis ini menunjukkan bahwa minat menabung tidak bisa memediasi hubungan antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah. Dalam

penelitian ini variabel religiusitas belum dapat berpengaruh langsung signifikan terhadap minat menabung maupun keputusan menjadi nasabah.

Meskipun dengan menambahkan variabel intervening, hubungan religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah juga pengaruh tidak langsungnya masih sangat kecil. Maka minat menabung belum dapat dijadikan variabel intervening didalam pengaruh secara tidak langsung antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah.

## REFERENCES

- Abidin, A. Z. et al. (2021). Pemetaan Risiko Pekerja Konstruksi Berbasis Metode Job Safety Analysis Di PT.BBB. *Jurnal Serambi Engineering*, 6(3).
- Akmalia, R. R. et al. (2018). Hubungan Karakteristik Pekerja dan Lingkungan Kerja dengan Kejadian Kecelakaan Kerja di PT. Waskita Karya (Persro). *Journal of Industrial Hygiene and Occupational Health*, 3(1), 1–12.
- Anggraini, A. et al. (2018). Hubungan Perilaku Tidak Aman dengan Kejadian Kecelakaan Kerja pada Pekerja Konstruksi PT. Multikon Proyek Apartmen Citra Lake Suites Tahun 2018. In *Jurnal Kesehatan*. digilib.esaunggul.ac.id
- Anugrah, D. (2020). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Kecelakaan Kerja Pada Pt. Tondong Jaya Marmer Di Kabupaten Pangkep. In *Skripsi*. <https://digilib.unismuh.ac.id>
- Berhanu, F. et al. (2019). Workplace Injury and Associated Factors Among Construction Workers in Gondar Town, Northwest Ethiopia. *BMC Musculoskeletal Disorders*, 20, 1–9.
- Candradipta, F. G. (n.d.). *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Kecelakaan Kerja dan Penerapan Safety Management pada Proyek Konstruksi di Yogyakarta*. Skripsi S1, UAJY.
- Dzulfikri, A. et al. (2019). Faktor Individu, Pengawasan, Pelatihan, dan Kecelakaan Kerja pada Pekerja Zona 5 dan 6 PT. Waskita Karya pada Proyek Pembangunan Jalan Tol Jakarta- Cikampek Tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 11(1), 117–125.
- Hasanuddin. (2022). *Konstruksi Penyumbang Terbesar Kecelakaan Kerja di Indonesia*. Konstruksi Media. <https://konstruksimedia.com/konstruksi-penyumbang-terbesar-kecelakaan-kerja-di-indonesia/>
- Huda, N. et al. (2021). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Kecelakaan Kerja pada Pekerja Proyek Pembangunan Gedung di PT. X Tahun 2020. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 9(5), 652–657.
- Narada Katiga Indonesia, N. (2022). *Grafik Kecelakaan Kerja Di Indonesia 5 Tahun Terakhir*. Pelatihan Ahli K3 Umum. <https://www.pelatihank3.co.id/informasi/grafik-kecelakaan-kerja-di-indonesia-5-tahun-terakhir.html>
- Nita, R. et al. (2022). Analisis Kejadian Kecelakaan Kerja pada Pekerja Perabot Kayu di Dunia Perabot Kecamatan Blang Pidie Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Jurmakesmas*, 2(1), 148–168.
- PerMen PUPR. (2019). Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2019. In *Jakarta*.

- Permenaker RI. (2021). Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 tentang tata cara penyelenggaraan program jaminan kecelakaan kerja, jaminan kematian, dan jaminan hari tua. In *Jakarta*.
- Prasetyawan, H. et al. (2019). Evaluasi Pengendalian Mutu pada Proyek Pembangunan Obyek Wisata Sedudo di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Manajemen Teknologi Teknik Sipil*, 2(1), 65.
- Primadianto, D. et al. (2018). Pengaruh Tindakan Tidak Aman (Unsafe Action) dan Kondisi Tidak Aman (Unsafe Condition) terhadap Kecelakaan Kerja Konstruksi. *Jurnal Dimensi Pratama Teknik Sipil*, 7(1), 43–51.
- Puteri, A. D. et al. (2019). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Kecelakaan Kerja pada Karyawan Unit Pelayanan Teknik di PT. PLN Bangkinang Kota. *PREPOTIF Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 3(1), 23–34.
- Qomariyah, L. (2022). Faktor Manusia dan Penerapan Standar Operasional Prosedur Kesehatan dan Keselamatan Kerja dengan Kejadian Kecelakaan Kerja tahun 2019-2020 Studi pada Bagian Sewing di PT. Eratex Djaya TBK. Probolinggo. In *Skripsi*. <https://repository.unej.ac.id>
- Sulistyaningtyas, N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Kecelakaan Akibat Kerja pada Pekerja Konstruksi: Literature Review. *Journal of Health Quality Development*, 1(1), 51–59.
- Triyono, M. B. et al. (2014). Buku Ajar Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3). In *Buku Ajar* (pp. 20–21).
- Winarto, S. et al. (2016). Studi Kasus Kecelakaan Kerja pada Pekerja Pengeboran Migas Seismic Survey PT. X di Papua Barat. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 11(1), 51–65.