

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI
MEDIASI OLEH MINAT PADA BANK
SYARIAH INDONESIA (BSI)
KCP PADANG BYPASS**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

ANNISA ISWARA

2110070530150

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi S1 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Baiturrahmah

**PROGRAM STUDI S1 PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
PADANG
2025**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH

Skripsi, Agustus 2025

Annisa Iswara

Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung Dimediasi Oleh Minat Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bypass

X + 92 Halaman + 27 Tabel + 4 Gambar + 9 Lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap keputusan menabung dimediasi oleh minat pada bank syariah indonesia (BSI) KCP Padang Bypass. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 160 orang. Pengumpulan data penelitian ini melalui kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis data adalah menggunakan *Structural Equation Model*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat (1) Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat (2) Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (3) Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (4) Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (5) Religiusitas melalui Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (6) Pengetahuan melalui Minat sebagai mediasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (7)

Berdasarkan nilai *R-square* dari variabel minat (Z) sebesar 0,418 yang masuk kedalam kategori moderate, sehingga minat (Z) dijelaskan oleh variabel-variabel yang ada sebesar 41,8% sisanya 58,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan nilai *R-square* dari keputusan menabung (Y) sebesar 0,638 masuk kedalam kategori moderate, sehingga variabel keputusan menabung dalam menjelaskan variabel-variabel yang ada sebesar 63,8% sisanya sebesar 36,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Nilai *F-square* dijelaskan bahwa variabel religiusitas (X1) terhadap keputusan menabung (Y) memiliki nilai *F-square* sebesar 0,383. Pengetahuan (X2) terhadap keputusan menabung (Y) memiliki nilai *F-square* 0,031. Nilai *f-square* dari variabel religiusitas (X1) terhadap minat (Z) adalah 0,431. Pengetahuan (X2) terhadap minat (Z) memiliki nilai *f-square* sebesar 0,136. Minat (Z) terhadap keputusan menabung (Y) adalah sebesar 0,237.

Kata kunci : Religiusitas, Pengetahuan, Minat, Keputusan Menabung
Daftar bacaan : 33 (2007-2025)

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
BAITURRAHMAH UNIVERSITY**

***Thesis, August 2025
Annisa Iswara***

***The Influence of Religiosity and Knowledge on Savings Decisions Mediated by Interest in Indonesian Islamic Banks (BSI) KCP Padang Bypass
X + 92 Pages + 27 Tables + 4 Figures + 9 Appendices***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Religiosity and Knowledge on saving decisions mediated by interest in Indonesian Islamic banks (BSI) KCP Padang Bypass. The number of respondents in this study was 160 people. Data collection was carried out through a questionnaire using a Likert scale. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling.

The research results indicate that Religiosity has a positive and significant effect on Interest (1) Knowledge has a positive and significant effect on Interest (2) Religiosity has a positive and significant effect on saving decisions (3) Knowledge has a positive and significant effect on saving decisions (4) Interest has a positive and significant effect on saving decisions (5) Religiosity through Interest has a positive and significant effect on saving decisions (6) Knowledge through Interest as mediation has a positive and significant effect on saving decisions (7)

Based on the R-square value of the interest variable (Z) which is 0.418, it falls into the moderate category, meaning that interest (Z) is explained by the existing variables by 41.8%, while the remaining 58.2% is influenced by other variables. Meanwhile, the R-square value of the saving decision variable (Y) is 0.638, also in the moderate category, indicating that the saving decision variable explains the existing variables by 63.8%, while the remaining 36.2% is influenced by other variables.

The F-square value explains that the variable of religiosity (X1) towards the saving decision (Y) has an F-square value of 0.383. Knowledge (X2) towards the saving decision (Y) has an F-square value of 0.031. The F-square value of the religiosity variable (X1) towards interest (Z) is 0.431. Knowledge (X2) toward interest (Z) has an F-square value of 0.136. Interest (Z) toward the saving decision (Y) is 0.237.

Keywords: Religiosity, Knowledge, Interest, Saving Decision

References: 33 (2007-2025)

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Mediasi Oleh Minat Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bypass.

Nama : Annisa Iswara

NPM : 2110070530150

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah di periksa, disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada Tanggal 02 September 2025

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Harry Wahyudi, Ph.D
NIDN : 1007046401

Amrullah, S.E., M.Si
NIDN : 1014086201

Pengesahan

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
DEKAN

Dr. Yefri Reswita, S.E., M.Si.,Akt
NIDN : 1027017001

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Mediasi Oleh Minat Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bypass.
Nama : Annisa Iswara
NPM : 2110070530150
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah di periksa, disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada Tanggal 02 September 2025

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Harry Wahyudi, Ph.D
NIDN : 1007046401

Amrullah, S.E., M.Si
NIDN : 1014086201

Pengesahan

Ketua Program Studi Manajemen

Rina Febriani, S.E., M.Si
NIDN : 1008028401

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

NAMA : ANNISA ISWARA

NPM : 2110070530150

Dinyatakan Lulus Pada Ujian Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

Baiturrahmah

Dengan Judul :

**Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di
Mediasi Oleh Minat Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bypass.**

Padang, 6 Oktober 2025

Tim Penguji

Tanda Tangan

- | | | |
|-------------------------|---|---------------|
| 1. Ketua | : Tilawatil Ciseta Yoda, S.E.,
M. Si | 1..... |
| 2. Penguji I | : Dr. Yulihardi, S.E., M.M | 2..... |
| 3. Penguji II | : Dr. Edi Suandi, M.M | 3..... |
| 4. Pembimbing I | : Harry Wahyudi, Ph.D | 4..... |
| 5. Pembimbing II | : Amrullah, S.E., M.Si | 5..... |

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama	:	Annisa Iswara
Tempat & Tanggal Lahir	:	Jakarta, 07 Januari 2003
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Fakultas	:	Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen
Agama	:	Islam
Nama Ayah	:	Sunarto
Nama Ibu	:	Maria Della
Anak Ke	:	1 (satu)
Alamat	:	Pasaman Barat

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | | |
|------------------------------|---|------------|
| 1. SDN 16 RANAH BATAHAN | : | Tahun 2015 |
| 2. MTS MUHAMMADIYAH SILAPING | : | Tahun 2018 |
| 3. SMAN 1 RANAH BATAHAN | : | Tahun 2021 |
| 4. UNIVERSITAS BAITURRAHMAH | : | Tahun 2025 |

MOTO

"maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan".

(Q.S Al-Insyirah : 6)

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya begian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walau tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya!”

(Fardi Yandi)

“Hadapi semuanya langsung dimuka, apapun yang terjadi tidak apa, setiap hari kubersyukur melihatmu berselimut harapan, berbekal cerita ”

(Baskara Putra)

“Skripsi yang baik itu bukan skripsi yang sempurna, melainkan skripsi yang selesai.”

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Karya ini kupersembahkan kepada dua matahari dalam hidupku Ayah dan Umak yang sinarnya tak pernah padam meski malam datang panjang. Kalian adalah akar yang menancap pada tanah kehidupan, menopang pohon rapuh ini agar tetap berdiri meski diterpa badai. Dalam diam kalian menjadi angin yang mendorong layar perahuku, membimbing arah meski tak terlihat. Setiap peluh yang kalian teteskan adalah embun yang menyuburkan harapanku. Tanpa kalian aku hanyalah benih yang tak tahu kemana tumbuh. Setiap karya ini menjadi

bunga kecil dari ladang cinta yang kalian tanam semenjak aku lahir di dunia. Terimakasih atas semua uang yang telah dikeluarkan untuk mencapai gelar ini, terimakasih telah mengusahakan semua keinginan putri sulung mu ini, terimakasih telah mencintai tanpa henti, bahkan ketika aku belum tahu bagaimana caranya mencintai kembali. Dengan segenap cinta dan rasa hormat aku persembahkan karya ini untuk ayah dan umak yang menjadi alasan terindah dalam segala hembusan nafasku.

2. Karya ini kupersembahkan dengan penuh cinta dan rasa syukur kepada adikku tercinta, Meta Dwi Anggraini, Robi Ardiansyah, dan Agung Ardiansyah yang selalu menjadi sumber semangat dan tawa dalam hari-hariku.

Terima kasih atas dukunganmu yang tulus, candamu yang menguatkan, dan kehadiranmu yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan.

Semoga karya ini menjadi bukti bahwa kasih sayang keluarga adalah kekuatan terbesar dalam hidupku.

3. Kepada Dosen Pembimbing I bapak Harry Wahyudi, Ph.D terimakasih atas ilmu, kesabaran, ketegasan, dan bimbingan yang tiada henti. Telah mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Dan Kepada Dosen Pembimbing II bapak Amrullah, S.E., M.Si yang telah meluangkan waktu, perhatian, serta pandangan berharga yang memperkaya proses skripsi ini, kehangatan dan dorongan ibu menjadi penyemangat tersendiri bagi penulis.
4. Kepada keluarga besar yang tak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, semangat, dan kasih sayang yang tak tergantikan disetiap langkah perjuangan ini.
5. Untuk kalian, para pejuang senyap di lorong-lorong kampus, yang bersamaku menapaki jalan terjal penuh tugas, deadline, dan idealisme yang kadang nyaris pudar. Kita bukan sekedar teman satu kelas, kita adalah sekumpulan jiwa yang saling menopang, berbagai tawa di tengah lelah, dan saling menguatkan saat dunia terasa tak adil. Karya ini adalah serpihan dari perjalanan panjang yang kita lalui bersama, dari diskusi larut malam, kopi dingin diteras kos, hingga keringat dan air mata yang pernah terlihat oleh dunia. Kalian adalah bukti bahwa perjuangan tak pernah harus dijalani sendiri. Semnoga setiap halaman dalam

karya ini menjadi saksi bahwa persahabatan yang timbul dari perjuangan adalah warisan paling berharga dari masa kuliah.

6. Kepada teman-teman PMM 3 ku Ammar, Mei, Arimbi, Ranti, Ratu, dll terimakasih atas bantuan yang telah diulurkan dalam penyusunan skripsi ini yang telah menyulut semangat, menghapus ragu, dan menghadirkan warna dalam setiap langkah perjuangan, terimakasih atas pelukan yang menguatkan dan kebersamaan yang masih terjalin sampai saat ini. Ditengah tantangan dan adaptasi kalian adalah rumah yang kutemukan jauh dari rumah.
7. Terakhir, terima kasih untuk diriku sendiri **Annisa Iswara** yang masih bertahan. Sang pelaut yang menahkodai bahtera ditengah badai, meski peta kadang buram dan kompas sering goyah. Untuk jiwa yang retak namun tak hancur, yang menjahit luka dengan benang harapan dan menjadikan setiap air mata sebagai tinta perjuangan. Aku adalah akar yang menembus tanah keras, mencari cahaya dibalik gelap, tumbuh perlahan meski diterpa musim yang tak ramah. Terima kasih wahai diri, karena tak menyerah saat dunia terasa sunyi, karena tetap melangkah meski jalan berbatu dan langit tak selalu biru. Semoga karya ini menjadi lentera kecil yang mengingatkan bahwa aku pernah berlayar, pernah tenggelam, dan akhirnya berenang menuju daratan impian.

Salam

Annisa Iswara

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Iswara
NPM : 2110070530150
Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Konsentrasi : Manajemen
Jenjang : Strata 1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Mediasi Oleh Minat Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bypass.

Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, 6 Oktober 2025
Yang menyatakan

Materai
10.000

Annisa Iswara
2110070530150

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari tahap awal sampai pada tahap akhir penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi:

1. Ibu Yefri Reswita, SE.,M.Si.,Akt, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah yang telah memberikan dukungan kepada saya menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah;
2. Ibu Rina Febriani, S.E.,M.Si, selaku Ketua Prodi Manajemen dan Bapak Chandra Syahputra, S.E.,M.M, selaku Sekretaris Prodi Manajemen yang telah memfasilitasi dari tahap penulisan proposal hingga pelaksanaan seminar proposal;
3. Ibu Rina Febriani, S.E.,M.Si, selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen yang telah memfasilitasi dari tahap penulisan proposal hingga pelaksanaan seminar proposal;

4. Bapak Harry Wahyudi, Ph.D selaku dosen pembimbing I dan Bapak Amrullah, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan materian dan moral;dan
6. Rekan-rekan seangkatan, sahabat, dan semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi. Penulis terbuka terhadap kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberi manfaat bagi pengembangan ilmu.

Padang, Agustus 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1. Landasan Teori.....	18
2.1.1. Keputusan Menabung	18
2.1.1.1. Definisi Keputusan Menabung.....	18
2.1.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung	19
2.1.1.3. Indikator-Indikator Keputusan Menabung.....	21
2.1.1.4. Tahapan Dalam Melakukan Keputusan Pembelian atau Menabung.....	22
2.1.2. Religiusitas.....	23
2.1.2.1. Definisi Religiusitas	23
2.1.2.2. Indikator-Indikator Religiusitas	24
2.1.3. Pengetahuan	25
2.1.3.1. Definisi Pengetahuan	25
2.1.3.2. Indikator-Indikator Pengetahuan.....	26
2.1.4. Minat Menabung.....	26
2.1.4.1. Definisi Minat Menabung	26
2.1.4.2. Indikator-Indikator Minat Menabung	27
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Hubungan Antar Variabel	38
2.3.1. Pengaruh Religiusitas (X_1) dengan Minat Menabung (Z)	38

2.3.2. Pengaruh Pengetahuan (X_2) dengan Minat (Z)	38
2.3.3. Pengaruh Religiusitas (X_1) dengan Keputusan Menabung (Y)	39
2.3.4. Pengaruh Pengetahuan (X_2) dengan Keputusan Menabung (Y)	40
2.3.5. Pengaruh Minat (Z) dengan Keputusan Menabung (Y)	41
2.3.6. Pengaruh Religiusitas (X_1) Terhadap Keputusan Menabung (Y) Melalui Minat (Z)	41
2.3.7. Pengaruh Pengetahuan (X_2) Terhadap Keputusan Menabung (Y) Melalui Minat (Z)	42
2.4. Kerangka Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.3.1. Variabel Dependen Y (Variabel Dependen)	45
3.3.2. Variabel Independen X (Variabel Bebas)	45
3.3.3. Variabel Mediasi (Z)	45
3.4. Sampel dan Populasi	45
3.4.1. Populasi	45
3.4.2. Sampel	46
3.5. Jenis Data dan Sumber Data	47
3.5.1. Jenis Data	47
3.5.2. Sumber Data	47
3.6. Teknik Pengumpulan Data	48
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian	49
3.8.2. Analisis Structural Equation Modeling	54
3.8.3. Partial Least Square (PLS)	55
3.8.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
3.8.3.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1.1. PT Bank Syariah Indonesia Tbk	60
4.1.2. Visi dan Misi	60
4.1.3. Struktur Organisasi	61
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.3. Analisis Data	64

4.3.1. Analisis Deskriptif	64
4.4. Analisis SEM-PLS	69
4.4.1. Analisis Outer Model	69
4.4.1.1. Validitas Konvergen (Convergent Validity)	70
4.4.1.2. Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)	73
4.4.1.3. Uji Realibilitas	75
4.4.2. Analisis Inner Model	76
4.4.2.1. Uji R-Square(R^2)	76
4.4.2.2. Uji F-Square	77
4.5. Uji Hipotesis	78
4.5.1. Pengaruh Langsung	78
4.5.2. Pengaruh Tidak Langsung	80
4.6. Pembahasan	81
4.6.1. Hipotesis 1: Religiusitas (X1) Memiliki Pengaruh Langsung Terhadap Minat (Z)	81
4.6.2. Hipotesis 2: Pengetahuan (X2) Memiliki Pengaruh Langsung Terhadap Minat (Z)	82
4.6.3. Hipotesis 3: Religiusitas (X1) Memiliki Pengaruh Langsung Terhadap Keputusan Menabung (Y)	82
4.6.4. Hipotesis 4: Pengetahuan (X2) Memiliki Pengaruh Langsung Terhadap Keputusan Menabung (Y)	83
4.6.5. Hipotesis 5: Minat (Z) Memiliki Pengaruh Langsung Terhadap Keputusan Menabung (Y)	83
4.6.6. Hipotesis 6: Religiusitas (X1) Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Keputusan Menabung (Y) Melalui Minat (Z)	84
BAB V PENUTUP	86
5.1. Kesimpulan	86
5.2. Implikasi	89
5.3. Keterbatasan Penelitian	89
5.4. Saran Penelitian	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. 1 Tingkat Perkembangan Bank Syariah Indonesia	4
1. 2 Tingkat perkembangan bank konvensional.....	5
1. 3 Survei Awal Variabel Keputusan Menabung Pada BSI.....	11
1. 4 Survey Awal Variabel Religiusitas Pada Bank Syariah Indonesia	12
1. 5 Survey Awal Variabel Pengetahuan Pada Bank BSI	13
1. 6 Survei Awal Variabel Minat Menabung Pada Bank BSI.....	13
2. 1 Penelitian Terdahulu	34
3. 1 Kriteria Sampel	47
3. 2 skala pengukuran (skala likert)	48
3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	51
3. 4 skor jawaban setiap pertanyaan.....	52
3. 5 Tingkat Pencapaian Responden.....	54
3. 6 parameter uji validitas dalam model pengukuran PLS	57
4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	63
4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	64
4. 3 Deskriptif indikator variabel keputusan menabung (Y).....	65
4. 4 Deskriptif indikator variabel minat (Z)	66
4. 5 Deskriptif indikator variabel religiusitas (X1)	67
4. 6 Deskriptif indikator variabel pengetahuan (X2)	69
4. 7 Convergent Validity (Loading Factor).....	71
4. 8 Average Variance Extracted (AVE).....	71
4. 9 Heterotrait-monotrait Ratio (HTMT).....	74
4. 10 Nilai Cronbach Alpha Dan Composite Reliability	75
4. 11 Nilai R-square	77
4. 12 Nilai F-square.....	77
4. 13 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	78
4. 14 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	80

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Halaman
2. 1 Kerangka Penelitian	42
4. 1 Struktur PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.	60
4. 2 Struktur Organisasi BSI KCP Padang Bypass	61
4. 3 Structural Outer Model	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang stabil, meskipun saat ini mengalami sedikit perlambatan dibandingkan tahun sebelumnya. Pada triwulan I tahun 2025, pertumbuhan ekonomi tercatat sebesar 4,87%, lebih rendah dibandingkan 5,11% pada periode yang sama tahun lalu. Meskipun demikian, pertumbuhan tersebut tetap positif dan inflasi masih terkendali. Dalam sistem ekonomi nasional, sektor perbankan memiliki peran penting sebagai penggerak utama mobilitas dana masyarakat dan penyaluran pembiayaan. Salah satu lembaga yang berkontribusi dalam sektor ini adalah bank syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu hukum Islam yang mengatur transaksi keuangan agar terbebas dari praktik riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (judi atau spekulasi).

Ciri utama bank syariah antara lain tidak menggunakan sistem bunga melainkan prinsip bagi hasil melalui akad mudharabah dan musyarakah, seluruh transaksi dilakukan dengan akad yang disepakati kedua belah pihak, kegiatan usaha diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah untuk menjamin kepatuhan terhadap prinsip Islam, serta penyaluran dana dilakukan hanya pada sektor-sektor yang halal dan tidak bertentangan dengan syariat.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah terbesar di Indonesia, yang berdiri pada tanggal 1 Februari 2021 sebagai hasil penggabungan (merger)

tiga bank syariah milik BUMN, yaitu Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah. BSI memiliki beberapa jenis tabungan seperti:

- BSI Tabungan Easy Wadi'ah

Pada tabungan ini menggunakan akad wadi'ah yad dhamanah (titipan yang dijamin). Tabungan ini bebas biaya admin bulanan, bisa digunakan untuk transaksi harian, tidak bagi hasil, dan mendapatkan kartu debit dan akses BSI Mobile.

- BSI Tabungan Easy Mudharabah

Pada tabungan ini menggunakan akad mudharabah atau kerjasama bagi hasil. Tabungan jenis ini cocok digunakan untuk menabung dan mendapatkan keuntungan, selain itu tabungan ini mendapatkan kartu debit dan akses BSI Mobile.

- BSI Tabungan Bisnis

Tabungan ini khusus untuk pelaku usaha yang memiliki transaksi besar dan limit lebih tinggi

- BSI Tabungan Rencana

Tabungan berjangka yang untuk tujuan keuangan misalnya pendidikan, haji, dll. Tabungan ini dapat melakukan setoran otomatis bulanan, mendapat bagi hasil, dan tenor fleksibel 1 sampai 20 tahun.

- BSI Tabungan Haji

Tabungan khusus untuk persiapan haji yang langsung terhubung dengan SISKOHAT kementerian agama, dan bisa buka online melalui BSI Mobile.

- BSI Tabungan Maburr (Umrah)

Tabungan khusus untuk biaya umrah, tidak dikenakan admin, dan bisa digunakan untuk transaksi via BSI Mobile.

- BSI Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar)

Tabungan yang dikhususkan untuk pelajar dibawah 17 tahun, setoran awal ringan, tabungan ini juga tidak mendapatkan kartu debit melainkan hanya buku tabungan.

Pada penelitian ini penulis memfokuskan untuk melakukan penelitian pada nasabah yang menggunakan tabungan Easy Wadi'ah. Sektor perbankan dan keuangan syariah di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. dengan populasi mayoritas muslim yang terbesar kedua di dunia, Indonesia memiliki potensi besar untuk memimpin dalam ekonomi syariah global. Hal tersebut terlihat dari aset perbankan global yang melanjutkan tren pertumbuhannya pada 2024 lalu.

Tercatat pada 2024, prospek aset perbankan syariah global mencapai 2.580 miliar dollar AS, atau naik 8,82 % secara tahunan (*Menakar Prospek Perbankan Syariah 2025*, n.d.). Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir sebagai institusi keuangan syariah terbesar di Indonesia yang berkomitmen mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis nilai-nilai islam. Sejak didirikan pada 1 februari 2021, BSI terus tumbuh secara sehat dan berkualitas, BSI mencatat pertumbuhan aset dalam tiga tahun terakhir mencapai 48% sejak 2021 hingga desember 2023. Hingga kuartal III-2024, kinerja keuangan BSI tumbuh positif dari segi aset, pembiayaan, hingga dana pihak ketiga (DPK), semua terjaga pada level dobel digit diatas 15 % (*Menakar Prospek Perbankan Syariah 2025*, n.d.).

Tabel 1. 1
Tingkat Perkembangan Bank Syariah Indonesia

No	Nama	2021	2022	2023	2024
1.	Dana Pihak Ketiga (DPK)	233,25T	261T	293,77T	327,45 T
2.	Jumlah karyawan DPK	17.966.481	17.797.506	-	-
3.	Aset	265,3T	305.7T	363,52T	408,61T

Sumber: <https://www.bankbsi.co.id/> & [https://www.antaranews.com/\(data diolah\)](https://www.antaranews.com/(data%20diolah)).

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi pertumbuhan yang stabil dalam hal penghimpunan DPK dan aset selama periode 2021-2024. Meskipun jumlah karyawan DPK mengalami sedikit penurunan pada awal periode, tetapi tren keseluruhan mencerminkan kondisi keuangan yang semakin solid dan meningkatkan kepercayaan publik. Juga berdasarkan informasi publikasi tahunan BSI yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

No.	Jenis Kantor	2023	2022	2021
1	Kantor Wilayah	10	10	10
2	Kantor Cabang (KC)	153	153	272
3	Kantor Cabang Luar Negeri (KCLN)	1	0	0
4	Kantor Cabang Pembantu (KCP)	886	959	985
5	KCP Mobile (dhi: MKK)	60	60	0
6	Kantor Fungsional (KF)	91	96	34
7	Kantor Kas (KK)	0	0	74
8	Payment Point (PP)	0	0	179
9	Konter Layanan Priority	20	16	11
10	Layanan Gadaai	765	734	530
11	Anjungan Tunai Mandiri (ATM)	2.571	2.548	2.618

Keterangan:
- PP tahun 2022 Reformat menjadi KFO (cfm. POJK No.16 Tahun 2022)
- KK tahun 2022 Reformat menjadi KCP (cfm. POJK No.16 Tahun 2022)

Gambar 1. 1 Data perkembangan BSI di Indonesia

Sumber: Laporan Publikasi Tahunan 2023 Bank Syariah Indonesia,Tbk

Dari gambar 1.1 diatas dapat dilihat penurunan Kantor Cabang (KC) sebesar 119 pada tahun 2022, yang diikuti penurunan Kantor Cabang Pembantu (KCP)

yang menurun secara bertahap pada 2021 sampai 2023, Payment Poin (PP) hilang setelah 2021 sebanyak 179 kantor, direformasi jadi KFP sesuai POJK No.16/2022 begitu juga dengan Kantor Kas (KK) hilang setelah 2021 sebanyak 74 kantor, direformasikan jadi KCP di tahun 2022. Sedangkan berdasarkan informasi yang diperoleh perkembangan bank konvensional di Indonesia pada tahun 2022 dan 2023 dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 1. 2
Tingkat perkembangan bank konvensional

Kelompok bank dan kantor	Jumlah bank dan kantor bank (unit)					
	bank	Kantor bank	bank	Kantor bank	bank	Kantor bank
	2021		2022		2023	
Bank persero	4	18.166	4	13.023	4	12.392
bank pembangunan	25	5.122	24	3.680	24	3.672
bank swasta nasional	58	7.19.3	58	6.657	57	6.239
Kantor cabang bank asing	8	27	7	23	7	19
BPR konvensional	1.468	5.871	1.441	4.603	1.402	4.645

Sumber : <https://www.bps.go.id/>

Berdasarkan tabel diatas jumlah bank dan kantor bank dari tahun 2021 hingga 2023, terlihat adanya tren penurunan signifikan pada jumlah kantor bank di hampir seluruh kelompok, meskipun jumlah bank relatif stabil atau hanya sedikit menurun. Bank Persero mempertahankan jumlah bank tetap sebanyak 4 unit, namun jumlah kantornya menurun drastis dari 18.166 menjadi 12.392. Bank Pembangunan Daerah dan Bank Swasta Nasional juga mengalami penurunan baik dalam jumlah kantor maupun bank, sementara Kantor Cabang Bank Asing berkurang dari 8 menjadi 7 bank dan jumlah kantornya dari 27 menjadi 19. Di sisi lain, Bank Pengkreditan/pembiayaan Rakyat (BPR) Konvensional mengalami

penurunan jumlah bank dari 1.468 menjadi 1.402 dan jumlah kantor dari 5.871 menjadi 4.645. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan adanya perampingan jaringan kantor fisik di industri perbankan Indonesia, yang kemungkinan besar disebabkan oleh upaya efisiensi operasional dan peningkatan adopsi layanan digital oleh masyarakat.

Sektor perbankan dan keuangan syariah Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan, dengan demikian keputusan menabung merupakan aspek penting dalam pengelolaan keuangan individu. Menurut (Tjiptono, 2002) dalam (Vinet & Zhedanov, 2011) keputusan menabung adalah tindakan-tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan menabung dan mengikuti tindakan tersebut.

Dalam sistem pemasaran kesan yang diberikan oleh konsumen memiliki peran penting bagi suatu produk untuk menarik konsumen melakukan pembelian. Keputusan pembelian dibuat oleh konsumen dari beberapa alternatif produk serupa yang diinginkan konsumen (Nurfauzi et al., n.d.). Menurut Drummond (2003:68) dalam (Suparni et al., 2024) keputusan pembelian yaitu mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan menabung merupakan elemen krusial dalam pengelolaan keuangan. Proses pengambilan keputusan menabung juga melibatkan identifikasi dengan berbagai alternatif produk dan jasa, serta penilaian sistematis terhadap keuntungan

dan kerugian masing-masing pilihan. Menurut (Wulandari & Miswanto, 2022) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung adalah faktor bauran promosi, faktor kualitas pelayanan, faktor karakteristik bank syariah, dan faktor objek fisik bank. Sedangkan menurut (Parastika et al., 2021) faktor yang mempengaruhi keputusan menabung yaitu religiusitas, pengetahuan, dan minat menabung.

Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menabung, khususnya dalam konteks perbankan syariah. Nilai-nilai religius mendorong individu untuk mengelola keuangan sesuai dengan ajaran agama, termasuk dalam memilih lembaga keuangan yang bebas dari praktik riba. Menurut Jalaluddin dan Ramayulis (dalam Widiyawati, 2015, dalam Psikologi, 2022), religiusitas atau keberagamaan merupakan kondisi internal yang mendorong seseorang untuk berperilaku sesuai dengan tuntunan agama. Keberagamaan terbentuk melalui konsistensi antara keyakinan terhadap agama sebagai komponen kognitif dan pengamalan agama sebagai komponen konatif.

Sejalan dengan itu, Usvita (2021) menjelaskan bahwa religiusitas merupakan tingkat komitmen, kesetiaan, dan ketaatan seseorang terhadap nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya. Hal ini tercermin baik dalam sikap maupun perilaku individu, baik dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, makhluk hidup lainnya, maupun alam sekitar. Dengan demikian, religiusitas tidak hanya berfungsi sebagai aspek spiritual, tetapi juga menjadi faktor pendorong dalam pengambilan keputusan ekonomi, termasuk perilaku menabung di bank syariah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah keadaan dalam diri seseorang yang mendorong perilaku yang berkaitan dengan agama, yang

keberadaannya terbentuk melalui konsistensi antara kepercayaan dan keterlibatan dalam praktik agama. Religiusitas juga mencerminkan tingkat komitmen, kesetiaan, dan ketaatan seseorang terhadap nilai-nilai agama dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, makhluk lain, dan alam. Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2024 berjumlah 5.836,2 juta jiwa dan yang beragama Islam berjumlah 5,65 juta hal ini dibuktikan dengan grafik sebagai berikut :



Gambar 1. 2 Jumlah Penduduk Beragama Islam Sumatera Barat

Sumber : databoks.katadata.co.id

Dalam kondisi ini, perbankan syariah dapat membangun strategi yang dapat memperkuat jasa layanan keuangan Islam dalam jangka panjang. Strategi baru yang dapat memperkuat dan meningkatkan perbankan syariah yaitu dengan menerapkan pengetahuan tentang bank syariah serta seluk beluk yang ada didalam perbankan syariah melalui kegiatan-kegiatan operasional kerja perbankan syariah. Menurut (Notoadmodjo S, 2014) dalam (Hastutik et al., 2022) pengetahuan adalah hasil “tahu” dan ini terjadi setelah seseorang mengadakan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sedangkan menurut (Rahayu & Hakim, 2024) Pengetahuan produk

merujuk pada sejumlah besar informasi yang terdapat dalam ingatan konsumen tentang aspek-aspek tertentu dari produk, seperti bentuk, merek, model, dan metode pembelian. Produk tabungan pada bank syariah sendiri memiliki dua jenis yakni tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Jadi pengetahuan adalah tahu terhadap suatu produk tertentu yang merujuk pada jumlah informasi yang diingat konsumen tentang aspek – aspek tertentu.

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam hal minat menabung. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya, dalam penelitian (Parastika et al., 2021) faktor pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat, pengetahuan memberikan pengaruh sebesar 40,9% terhadap minat. Dalam penelitian ini, penulis menambahkan variabel intervening yaitu minat. Variabel intervening merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2022).

Setiap orang memiliki minat terhadap suatu hal. Namun, masih ada sebagian orang yang belum mengetahui atau menyadari apa minatnya. Dalam (kumparan.com, 2023) Mengutip buku *Psikologi Pendidikan* oleh Dr. Pupu Saeful Rahmat, M.Pd., minat merupakan suatu keadaan ketika seseorang menaruh perhatian pada sesuatu, yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui, memiliki, mempelajari, dan membuktikan. Sedangkan menurut (Untuk et al., 2021) Minat beli buat pembeli ditentukan dengan nilai produk yang dinilai. Suatu produk dikatakan sudah dikonsumsi sang konsumen jika produk tadi sudah diputuskan sang konsumen buat dibeli.

Minat terbentuk setelah diperoleh informasi tentang objek atau kemauan, lalu disertai dengan keterlibatan perasaan, terarah pada objek atau kegiatan tertentu, dan terbentuk oleh lingkungan. Jadi minat merupakan keadaan seseorang yang disertai dengan keinginan untuk memiliki suatu produk yang terbentuk setelah memperoleh informasi tentang produk tersebut.

Dari laman instagram OJK Sumbar, DPK perbankan di Sumatera Barat terus meningkat dimana posisi pada Juni 2024 tumbuh 6,57% menjadi 56,79T dengan instrumen tabungan sebagai sumber dana terbesar yang dapat dilihat dari gambar 1.3



Gambar 1.3 DPK Sumatra Barat 2024

Sumber: https://www.instagram.com/p/C_R4tAhJiXk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA

Selain data sekunder di atas, penulis melakukan survey awal sebanyak 30 (tiga puluh) responden yang disebarkan kepada wanita yang berdomisili diberbagai provinsi di indonesia yang menggunakan bank BSI untuk mendukung data sekunder dari berbagai variabel penelitian.

Tabel 1. 3
Survei Awal Variabel Keputusan Menabung Pada BSI

No.	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
	Keputusan menabung	f	%	F	%	f	%
1.	saya menyadari pentingnya memiliki tabungan setelah menghadapi kebutuhan mendesak yg tidak dapat saya penuhi secara langsung	30	100	0	0	30	100
2.	saya mencari informasi mengenai berbagai pilihan produk tabungan, termasuk suku bunga, biaya administrasi, dan kemudahan akses di berbagai bank	4	13,3	26	86,7	30	100
3.	saya membandingkan kelebihan dan kekurangan beberapa jenis tabungan sebelum memutuskan yang terbaik untuk menyimpan uang	4	13,3	26	86,7	30	100
4.	setelah mempertimbangkan semua informasi, saya memutuskan untuk membuka rekening tabungan di bank BSI	14	46,7	16	53,3	30	100
5.	setelah mulai menabung, saya merasa lebih tenang dalam menghadapi pengeluaran tak terduga dan termotivasi untuk meningkatkan jumlah tabungan	1	3,3	29	96,7	30	100
Rata-rata		35,32%		64,68%		100%	

Sumber : pra survey penelitian 2025

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa pengaruh keputusan menabung terhadap bank BSI di indonesia, dari lima pernyataan terkait indikator keputusan menabung diratakan jawaban responden sebesar 35,32% menjawab “Ya” dan 64,68% menjawab “tidak”, hal ini dapat disimpulkan bahwa keputusan sudah optimal dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Survey awal juga dilakukan untuk mengetahui fenomena religiusitas atau keagamaan kepada nasabah yang menggunakan bank syariah (BSI) seperti tabel berikut:

Tabel 1. 4**Survey Awal Variabel Religiusitas Pada Bank Syariah Indonesia (BSI)**

No.	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
	Religiusitas	f	%	f	%	F	%
1.	saya mengetahui bahwa dalam ajaran agama saya, menabung dianjurkan sebagai bentuk perencanaan keuangan	3	10	27	90	30	100
2.	saya meyakini bahwa tindakan menabung adalah tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai agama karena mengajarkan hidup hemat dan tidak boros	3	10	27	90	30	100
3.	saya terdorong untuk menabung setelah mendengar ceramah yang membahas pentingnya pengelolaan keuangan.	6	20	24	80	30	100
4.	saat doa pribadi, saya sangat sering memohon agar dapat mengelola keuangan dengan bijak.	4	13,3	26	86,7	30	100
5.	saya pernah mengalami situasi dimana keputusan saya untuk menabung membawa saya dalam ketenangan dan membantu menghadapi kesulitan keuangan.	2	6,7	28	93,3	30	100
Rata-rata		12%		88%		100%	

Sumber : pra survey penelitian 2025

Berdasarkan pada tabel 1.4 dapat dilihat bahwa pengaruh religiusitas terhadap nasabah yang menggunakan bank BSI dari lima indikator pernyataan yang diajukan terkait indikator religiusitas rata-rata jawaban yang menjawab “Ya” sebesar 12% dan yang menjawab “Tidak” sebesar 88%, hal ini dapat disimpulkan bahwa religiusitas yang dilakukan pada bank BSI kurang efektif dalam menarik perhatian konsumen. Selanjutnya survey awal juga dilakukan terkait variabel pengetahuan untuk mengetahui fenomena pengetahuan BSI seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. 5

Survey Awal Variabel Pengetahuan Pada Bank BSI

No.	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
	Pengetahuan	f	%	f	%	F	%
1.	saya mengetahui berbagai jenis produk tabungan syariah yang ditawarkan oleh bank	9	30	21	70	30	100
2.	saya mengetahui prosedur yang harus dilakukan untuk membuka rekening tabungan di BSI	12	40	18	60	30	100
3.	saya mengetahui bagaimana cara menggunakan rekening BSI, termasuk cara menyetor, menarik uang, dan mengakses saldo secara online.	11	36,7	19	63,3	30	100
Rata-rata		35,56%		64,43%		100%	

Sumber : pra survey penelitian 2025

Berdasarkan pada tabel 1.5 dapat dilihat bahwa pengaruh pengetahuan terhadap nasabah yang menggunakan bank BSI dari tiga indikator pernyataan yang diajukan terkait indikator pengetahuan rata-rata jawaban yang menjawab “Ya” sebesar 35,56% dan yang menjawab “Tidak” sebesar 64,43%, hal ini dapat disimpulkan bahwa responden tidak merasakan pengaruh pengetahuan terhadap produk BSI. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang bank syariah tidak efektif dalam mendorong seseorang untuk menabung pada bank syariah.

Tabel 1. 6

Survei Awal Variabel Minat Menabung Pada Bank BSI

No.	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
	Minat	f	%	f	%	F	%
1.	saya menabung di BSI karena ajaran agama saya mengajarkan hidup hemat dan tidak boros	12	40	18	60	30	100
2.	saya termotivasi menabung di BSI karena banyak orang disekitar saya yang menabung di BSI juga	15	50	15	50	30	100
3.	saya memiliki keinginan untuk menabung di BSI	10	33,3	20	66,7	30	100
Rata-rata		41,1%		58,9%		100%	

Sumber : pra survei penelitian 2025

Berdasarkan pada tabel 1.6 dapat dilihat bahwa pengaruh minat terhadap bank BSI, dimana dari ketiga pernyataan terkait indikator minat dapat diambil rata-rata jawaban responden jawaban responden sebesar 41,% menjawab “Ya” dan 58,9% menjawab “Tidak”, dapat disimpulkan bahwa minat BSI masih tergolong rendah di kalangan konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu (Parastika et al., 2021) dengan judul Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (study pada bank syariah Indonesia kota Palembang). Dengan hasil penelitian yang disimpulkan bahwa religious berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, Dan variabel Minat berpengaruh positif dan signifikan dalam mediasi antara religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan minat sebagai variabel intervening. Dan berdasarkan penelitian oleh (Saputra, 2022) dengan judul Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening dengan hasil penelitian yang disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh secara langsung dan tidak langsung pengetahuan dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung dengan minat menabung sebagai variabel intervening, kecuali variabel promosi yang berpengaruh signifikan. Hasil ini menunjukkan secara langsung dan tidak langsung minat menabung mampu menjadi intervening promosi yang berpengaruh kuat terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Dimediasi Oleh Minat Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Religiusitas (X_1) berpengaruh terhadap Minat (Z) pada pengguna produk Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS?
2. Apakah Pengetahuan (X_2) berpengaruh terhadap Minat (Z) pada produk Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS?
3. Apakah Religiusitas (X_1) berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS?
4. Apakah pengetahuan (X_2) berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS?
5. Apakah minat (Z) berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS?
6. Apakah minat (Z) memediasi pengaruh antara religiusitas (X_1) dengan keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS?
7. Apakah minat (Z) memediasi pengaruh antara pengetahuan (X_2) dengan keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas (X_1) terhadap minat (Z) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan (X_2) terhadap minat (Z) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas (X_1) terhadap keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan (X_2) terhadap keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS
5. Untuk mengetahui pengaruh minat (Z) terhadap keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS
6. Untuk mengetahui pengaruh minat (Z) memediasi antara religiusitas (X_1) dengan keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS
7. Untuk mengetahui pengaruh minat (Z) memediasi antara pengetahuan (X_2) dengan keputusan menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP PADANG BYPASS

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas dalam bidang perbankan khususnya mengenai religiusitas, dan pengetahuan terhadap keputusan menabung melalui minat sebagai mediasi pada bank BSI. Selain itu, ditujukan untuk menyusun tugas akhir pada program studi manajemen S1 Universitas Baiturrahmah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang berguna dan sebagai dasar sumbangan pemikiran bagi perusahaan mengenai religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung melalui minat sebagai mediasi pada bank BSI KCP PADANG BYPASS.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan sebagai pedoman dan referensi, dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai religiusitas, pengetahuan, dan minat serta dapat dijadikan dalam mengadakan kajian yang luas dalam pembahasan ini.

.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

Landasan teori adalah serangkaian definisi, konsep, dan cara pandang terhadap sesuatu yang tertata rapi. Landasan teori merupakan salah satu hal penting dalam penelitian. Karena, hal itu menjadi dasar atau landasan dalam penelitian.

2.1.1. Keputusan Menabung

2.1.1.1. Definisi Keputusan Menabung

Menurut Salusu (2003:47), pengambilan keputusan merupakan proses memilih satu alternatif tindakan dengan metode yang efisien sesuai dengan situasi. Sejalan dengan itu, Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Usvita (2021) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan, sehingga agar seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif yang dapat dipilih. Keputusan membeli pada dasarnya mencerminkan bagaimana proses pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Selanjutnya, Amirullah (2002:61) dalam Usvita (2021) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses penilaian terhadap setiap alternatif berdasarkan kepentingan tertentu, kemudian menetapkan pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Selain itu, Marlius (2017:57) dalam Caron & Markusen (2016) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan hasil dari ketertarikan seseorang terhadap suatu produk yang mendorongnya untuk membeli, mencoba, menggunakan, atau memiliki produk tersebut. Pandangan lain dikemukakan oleh Arianty (2016) dalam Arianty & Andira (2021), yang menyebutkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang muncul, sehingga langkah-langkah yang diambil bertujuan

mencapai tujuan dengan cepat dan biaya yang seefisien mungkin. Sementara itu, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan keputusan sebagai sesuatu yang telah ditetapkan setelah dipertimbangkan atau dipikirkan, sedangkan menabung diartikan sebagai kegiatan menyimpan uang di bank atau tempat lainnya (Kemendikbudristekdikti dalam Ii & Pustaka, 2010).Sengan demikian dapat disimpulkan keputusan masyarakat untuk menabung disuatu bank telah dipertimabang dan dipikirkan untuk menyimpan uang nya pada bank tertentu dalam penelitian ini bank yang dimaksud bank syariah indonesia.

2.1.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung

Menurut (Wulandari & Miswanto, 2022) ada 4 faktor yang mempengaruhi keputusan menabung dibank syariah, yaitu:

1. Bauran Promosi

Tjiptono & Chandra (2012) dalam (Wulandari & Miswanto, 2022) menyatakan bahwa promosi berhubungan untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, kemudian memahaminya, berubah sikap, menyukai produknya, lalu akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.

2. Kualitas Pelayanan

Menurut (Wulandari & Miswanto, 2022) kebutuhan nasabah akan terpenuhi dengan pelayanan yang diberikan, pelayanan yang baik akan menambah nilai perusahaan dan nilai tersebut akan terus bertambah sampai nasabah merasa kebutuhannya dicukupi bank yang memberikan pelayanan bertaraf tinggi lalu menghasilkan kepuasan yang tinggi serta melakukan pembelian ulang yang tinggi.

3. Karakteristik bank syariah

Menurut (Wulandari & Miswanto, 2022) karakteristik suatu bank syariah merupakan ciri unik dari bank tersebut yang membawa perbedaan dengan bank konvensional. Ciri-ciri yang menonjol pada suatu bank pasti akan menjadi pengamatan calon nasabah dengan perbedaan dan keunikan produk yang dipasarkan.

4. Objek fisik bank

Menurut (Wulandari & Miswanto, 2022) lokasi, gedung, dan teknologi merupakan objek fisik dalam kegiatan jual beli jasa sebagai faktor pendukung, khususnya perbankan syariah. Semakin bagus pemilihan lokasi maka semakin memudahkan nasabah mendatangi bank yang tentunya akan menjadi pertimbangan untuk menabung di bank tersebut.

Dalam penelitian (Parastika et al., 2021) mengemukakan pendapatnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung, antara lain:

1. Religiusitas

Menurut (Parastika et al., 2021) religiusitas yang dibangun oleh perusahaan dapat diterima dengan baik oleh nasabah karena bank syariah peduli terhadap keamanan transaksi

2. Pengetahuan

Menurut (Parastika et al., 2021) hasil pengujian hipotesis berpengaruh secara parsial dan positif signifikan pengetahuan terhadap keputusan. Pengetahuan secara langsung memberikan pengaruh sebesar 50.1% terhadap keputusan. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki maka semakin tinggi keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah.

3. Minat

Hasil penelitian (Parastika et al., 2021) menunjukkan pengaruh signifikan antara keputusan dan minat menabung. Keputusan secara langsung memberikan pengaruh sebesar 16.3% terhadap minat. Minat dari nasabah dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku mitra untuk bertahan lama menjadi seorang mitra sehingga mengarahkan mereka pada pengambilan keputusan.

2.1.1.3. Indikator-Indikator Keputusan Menabung

Indikator keputusan menabung menurut Kotler, dkk (2009) dalam penelitian (Nevi Adelyana, 2022) adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan Masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah dilakukan ketika pembeli menyadari terdapat kebutuhan yang harus dipenuhi atau diinginkan.

2. Pencarian Informasi

Pengambil keputusan diharapkan dapat mengumpulkan dan menganalisis data yang membantu dalam memecahkan masalah yang ada.

3. Evaluasi Alternatif

Setelah masalah dirinci dengan tepat dan tersusun baik, maka langkah selanjutnya yang harus dipikirkan yaitu cara-cara pemecahannya.

4. Keputusan Pembelian

Pelaksanaan keputusan berarti seorang yang mengambil keputusan harus mampu menerima dampak positif atau negatif.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah keputusan dijalankan diharapkan pembeli dapat mengukur dampak dari keputusan yang telah dibuat.

2.1.1.4. Tahapan Dalam Melakukan Keputusan Pembelian atau Menabung

Menurut Kotler, dkk (2009) dalam (Nevi Adelyana, 2022) Ada beberapa tahap dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan pembelian sebagai berikut:

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli sadar akan masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan.

2. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai tergugah minatnya mungkin saja akan mencari banyak informasi. Salah satu yang jadi perhatian pokok pemasar yang merupakan sumber informasi utama yang dicari konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian selanjutnya. Sumber-sumber informasi konsumen terdiri dari empat kelompok yaitu: a) sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, dan kenalan, b) sumber komersial: iklan, wiraniaga, pedagang perantara, kemasan, pajangan, c) sumber publik: media masa, organisasi, d) sumber pengalaman: penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk melalui pengumpulan informasi, konsumen mengetahui merek-merek yang bersaing dan keistimewaan dari setiap merek.

3. Evaluasi Alternatif

Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai alternatif yang dihadapinya serta sebagai daya tarik dari masing masing alternatif. Produsen harus memahami bagaimana konsumen

mencaritahu informasi yang di perolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk membeli.

4. Keputusan Pembelian

Disini konsumen harus memutuskan setiap komponen pembelian, apa yang mereka beli, bagaimana membeli, atau dimana membeli.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan pembelian, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidak puasan tertentu. Apabila konsumen merasa puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang, dan bahkan menginformasikan kepada pelanggan lain, tetapi apabila konsumen tidak puas dengan produk tersebut maka konsumen akan kecewa dan tidak melakukan pembelian lagi pada produk tersebut.

2.1.2. Religiusitas

2.1.2.1. Definisi Religiusitas

Menurut (Usvita, 2021) religiusitas atau keberagamaan merupakan tingkat komitmen, kesetiaan, dan ketaatan seseorang yang beragama terhadap nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya, baik sikap maupun perilaku dalam hubungannya dengan Tuhan, manusia, makhluk hidup lainnya serta alam. Didalam Islam religiusitas atau ketaatan itu meliputi aspek keimanan, syariah (meliputi ubudiah, muamalah dan muasyarah), akhlak, syi'ar dan jihad. Menurut Masri (2007) dalam (Usvita, 2021), religiusitas tidak hanya berkaitan dengan aktivitas yang tampak, seperti ibadah, muamalah (aktifitas ekonomi), muasyaroh (aktifitas sosial), belajar agama, dakwah (amar ma'ruf nahi mungkar), dan jihad (membela agama), tetapi juga aktivitas yang tidak tampak atau terjadi dalam hati (batin) seseorang, seperti iman dan zikir bathiniah kepada Allah.

Menurut (Jalaluddin, 2001:89) dalam (Suparni et al., 2024) Religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Religiusitas merupakan perilaku yang bersumber langsung atau tidak langsung kepada Nasabah.

2.1.2.2. Indikator-Indikator Religiusitas

Ada 5 Indikator religiusitas menurut Glock & Stark (dalam Ancok dan Fuat, 2005:77) dalam (Rabbani, 2020) yaitu meliputi:

1. Keyakinan

Tingkat pemahaman seseorang untuk mempelajari lebih jauh tentang topik keagamaan dan doktrin dari berbagai sumber, contohnya seperti percaya kepada allah, pasrah kepada allah, percaya kepada malaikat, rasul, dan kitab suci, melakukan sesuatu dengan ikhlas, dan percaya akan takdir tuhan.

2. Praktek agama

Praktek agama dapat juga diartikan sebagai segala kativitas yang dilakukan berdasarkan nilai-nilai agama dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada allah. Contohnya seperti selalu menjalankan sholat 5 waktu, membaca al-qur'an, melaksanakan puasa dan sholat sunnah sesuai ajaran rosul, dan melakukan kegiatan keagamaan dan berperan dalam kegiatan keagamaan.

3. Pengalaman

Merasakan kehadiran Allah melalui perasaan bahwa hidup telah diatur olehNya dan pemberian petunjuk dalam kehidupan. Seperti sabar dalam menghadapi cobaan, perasaan selalu bersyukur kepada allah, dan menganggap kegagalan yang dialami sebagai musibah yang ada hikmahnya (tawakkal).

4. Pengetahuan agama

Pengetahuan mengenai agama dengan membaca kitab suci al-qur'an, mendalami agama dengan membaca kitab suci, membaca buku-buku agama.

5. Penerapan

Penerapan disini bisa berupa perilaku suka menolong, barlaku jujur dan pemaaf, menjaga amanat, bertanggungjawab atas segala perbuatan yang dilakukan, dan menjaga kebersihan lingkungan.

2.1.3. Pengetahuan

2.1.3.1. Definisi Pengetahuan

(Adolph, 2016) Pengetahuan berasal dari kata “tahu”, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata tahu memiliki arti antara lain mengerti sesudah melihat (menyaksikan, mengalami, dan sebagainya), mengenal dan mengerti. Pengetahuan sebagai segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia itu sendiri dan pengetahuan akan bertambah sesuai dengan proses pengalaman yang dialaminya.

(Suartini, 2022) dalam (Ii & Pustaka, 2010) pengetahuan adalah hasil dari tahu dan didapatkan setelah manusia melakukan penginderaan terhadap suatu objek, penginderaan dilakukan oleh indera pengelihat, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan merupakan kunci yang penting dalam membentuk tindakan seseorang (Overt behavior). Dari pengalaman tersebut menyatakan bahwa perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih lama bertahan dari pada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan.

2.1.3.2.Indikator-Indikator Pengetahuan

Menurut Sumarwan (2011) dalam (Saputra, 2022) menyatakan pengetahuan bank syariah diasumsikan sebagai pengetahuan konsumen yang dapat diukur melalui tiga indikator sebagai berikut :

1. Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*)

Pengetahuan produk adalah pengetahuan konsumen akan sesuatu produk yang akan ia beli, sehingga informasi yang didapat mengenai suatu produk akan bermacam-macam. Ada tiga jenis pengetahuan produk, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.

2. Pengetahuan Pembelian (*Purchase Knowledge*)

Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang toko, lokasi produk di dalam toko tersebut dan penempatan produk yang sebenarnya di dalam toko tersebut.

3. Pengetahuan Pemakaian (*Usage Knowledge*)

Pemahaman konsumen tentang cara kerja dan prosedur yang harus dilakukan untuk menggunakan layanan bank syariah, seperti pembukaan rekening, transaksi, dan pembiayaan.

2.1.4.Minat Menabung

2.1.4.1.Definisi Minat Menabung

(Rofifah, 2020) Minat adalah rasa ingin tahu atau rasa suka atas sesuatu yang mereka lakukan atas bebas memilih kebutuhan dalam melakukan kehendak itu berhubungan dengan perasaan dan pikiran sehingga apa yang dilakukan dapat memotivasi apa yang mereka inginkan. Menurut (Untuk et al., 2021) Minat beli

untuk pembeli ditentukan dengan nilai produk yang dinilai. Suatu produk dikatakan sudah dikonsumsi sang konsumen jika produk tadi sudah dibeli oleh sang konsumen.

Jadi minat menabung merupakan rasa suka akan suatu produk yang mereka butuhkan lalu mereka memutuskan untuk membeli produk itu karena sudah sesuai dengan penilaiannya dalam menentukan produk yang dibutuhkan.

2.1.4.2.Indikator-Indikator Minat Menabung

Adapun indikator-indikator minat menurut sebagai berikut:

1. Faktor emosional

Pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mendalami keyakinan dan ajaran agamanya sebagaimana dalam agama islam yang telah mengatur mengenai kaidah kaidah keilmuan ekonomi islam/perbankan.

2. Pengaruh lingkungan

Pengaruh Lingkungan yaitu keinginan seseorang untuk menabung yang juga dipengaruhi orang lain oleh yang mengarah kepada penyesuaian diri dan lingkungan.

3. Keinginan yang muncul

Dorongan dari dalam merupakan faktor yang mempengaruhi minat seseorang yang mengarah pada kebutuhan individu dan juga dalam diri seseorang.

2.2.Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu upaya dalam mengetahui perbandingan suatu penelitian dengan penelitian lainnya dan agar dapat

menemukan inspirasi untuk penelitian selanjutnya. Berikut 5 penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian ini, yaitu:

1. Saputra, Ahmad Edi (2022)

Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini menggunakan metode analisis path dengan sampel sebanyak 99 responden pada masyarakat di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tak langsung antara variabel pengetahuan, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia dengan minat menabung sebagai variabel intervening.

Dari hasil penelitian didapati bahwa nilai koefisien jalur positif hipotesis 1 sebesar 0,037 menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Selain itu hasil hipotesis 2 sebesar $0,034 < 0,05$ menunjukkan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil lain menunjukkan nilai $0,000 < 0,05$ menunjukkan fasilitas berpengaruh positif terhadap minat menabung, pengaruh langsung juga dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis minat terhadap keputusan menabung dengan hasil $0,001 < 0,05$. Selanjutnya promosi berpengaruh positif melalui variabel intervening minat terhadap keputusan menabung dengan nilai p-value 0,032 artinya promosi melalui minat sebagai variabel intervening minat menabung berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah indonesia kabupaten tanjung jabung barat.

2. Perastika et al (2021)

Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini

menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *Analysis of Moment Structure* (AMOS 21) dengan sampel sebanyak 180 responden nasabah dan non nasabah di kota Palembang. Dari hasil penelitian ini didapati hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai CR sebesar $1,974 < 1,96$ dan P sebesar $0,048 > 0,05$ artinya adanya pengaruh secara parsial dan positif signifikan religiusitas terhadap keputusan menabung. Selanjutnya Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai CR sebesar $4,536 > 1,96$ dan P sebesar $0,000 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh secara parsial dan positif signifikan pengetahuan terhadap keputusan. pengetahuan secara langsung memberikan pengaruh sebesar 50,1% terhadap keputusan. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki maka akan semakin tinggi keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah, begitu pula sebaliknya.

Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan nilai CR sebesar $1,990 > 1,96$ dan P sebesar $0,047 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh secara parsial dan positif signifikan keputusan terhadap minat menabung. Keputusan secara langsung memberikan pengaruh sebesar 16,3% terhadap minat. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai CR sebesar $2,667 > 1,96$ dan P sebesar $0,008 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh secara parsial dan positif signifikan religiusitas terhadap minat. religiusitas secara langsung memberikan pengaruh sebesar 21,9% terhadap minat, selanjutnya hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai CR sebesar $3,572 > 1,96$ dan P sebesar $0,000 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh secara parsial dan positif signifikan antara pengetahuan terhadap minat. Pengetahuan secara langsung memberikan pengaruh sebesar 40,9% minat. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif religiusitas terhadap keputusan Melalui minat sebesar 0,418 dari hasil total pengaruh, selanjutnya hasil pengujian

hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif. Pengetahuan terhadap keputusan melalui minat sebesar 1,321 dari hasil total pengaruh artinya semakin baik pengetahuan seseorang serta adanya minat seseorang maka semakin tinggi keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah, begitu pula sebaliknya.

3. Usvita (2021)

Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat. teknik penarikan sampel menggunakan *Accidental Sampling* dengan responden sebanyak 100 orang. Dari hasil penelitian ini didapat variabel Religiusitas (X1) dan Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (Y) pada bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat dengan tingkat signifikannya 0,000. Besarnya pengaruh Religiusitas (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap keputusan menabung (Y) adalah 0,774 ($R^2 = 77,4$) Hal ini menunjukkan bahwa besarnya variabel religiusitas dan kepercayaan terhadap keputusan menabung pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat adalah sebesar 77,4%. Sedangkan sisanya sebanyak 22,6% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4. Suparni et al (2024)

Analisis Pengaruh Religiusitas, Tingkat Pendapatan, Lingkup Pergaulan Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linear berganda, sedangkan teknik analisis menggunakan uji F, uji R^2 dan uji t yang diolah dengan

program SPSS 16.00, dengan responden dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa jurusan ekonomi Islam dan perbankan syariah di Kota Semarang.

Dari hasil penelitian ini didapati hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel religiusitas sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari α (5%) dan nilai t hitung > t tabel ($4,319 > 1,98525$), serta arah koefisien regresi bertanda positif. Jadi, variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Selanjutnya hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel tingkat pendapatan sebesar 0,017 yang artinya lebih kecil dari α (5%) dan nilai t hitung > t tabel ($2,426 > 1,98525$), serta arah koefisien regresi bertanda positif. Jadi, variabel tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Selanjutnya hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel reputasi bank sebesar 0,006 yang artinya lebih kecil dari α (5%) dan nilai t hitung > t tabel ($2,828 > 1,98525$), serta arah koefisien regresi bertanda positif. Jadi, variabel reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

5. Masriyah et al (2024)

Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanan Tabaru' Pada Kspps Bmt Peta Cabang Malang Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif Populasi dalam penelitian ini adalah anggota simpanan tabaru'. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Data penelitian ini menggunakan data primer dari kuesioner. Adapun metode analisis yang digunakan adalah path analysis dengan menggunakan alat SmartPLS 4, dan menggunakan sampel sebanyak 180 responden.

Hasil dari penelitian menunjukkan pada hipotesis pertama, nilai original sample sebesar 0.227 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 2.820, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97), serta nilai p-value sebesar $0.003 < 0.050$. Sehingga hipotesis H1 yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung diterima. Selanjutnya pada hipotesis kedua, nilai original sample sebesar 0.773 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 10.024, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97), serta nilai p-value sebesar $0.000 < 0.050$.

Selanjutnya pada hipotesis ketiga, nilai original sample sebesar 0.254 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 2.891, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97), serta nilai p-value sebesar $0.002 < 0.050$. Kemudian pada hipotesis keempat, nilai original sample sebesar 0.254 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 2.891, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97) serta nilai p-value sebesar $0.000 < 0.050$. Kemudian pada hipotesis kelima, nilai original sample sebesar 0.802 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 7.116, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh bahwa minat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung.

Selanjutnya nilai t-statistik sebesar 2.627 lebih besar dari t-tabel (1.97) serta nilai p-value $0.005 < 0.05$, Sehingga hipotesis H6 yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung yang

di mediasi oleh minat diterima. Selanjutnya nilai t-statistik sebesar 5.293 lebih besar dari t-tabel (1.97), dan p-value sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.050 sehingga H7 yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di mediasi oleh minat diterima.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
1.	Usvita,Mega (2021)	Religiusitas (X1), Kepercayaan nasabah (X2), Keputusan Menabung (Y)	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel intervening dan objek penelitiannya di bank nagari syariah kcp simpang empat. Sedangkan peneliti menggunakan variabel intervening dan menggunakan objek di bank syariah indonesia.	Menggunakan variabel dependen dan independen yang sama yaitu Religiusitas (X1) dan keputusan menabung (Y)	Religiusitas dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat.
2.	Masriyah, Siti (2024)	Religiusitas (X1),Kualita	Penelitian terdahulu	Menggunakan variabel dependen,	religiusitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap

No	Peneliti	Variabel penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
		s Layanan (X2),Keputusan Menabung (Y), Minat (Z)	menggunakan objek pada anggota simpanan tabaru` pada KSPPS BMT PETA cabang malang Sedangkan peneliti menggunakan objek pada bank syariah indonesia	independen, dan intervening yang sama yaitu religiusitas (X1), keputusan menabung (Y), minat (Z).	keputusan menabung di KSPPS BMT PETA. Selain itu, minat berperan sebagai variabel mediasi, memperkuat hubungan antara religiusitas, kualitas layanan, dan keputusan menabung.
3.	Parastika at.al	Religisitas (X1), pengetahuan (X2), keputusan menabung (Y), minat (Z)	Penelitian terdahulu menggunakan objek pada bank syariah indonesia kota palembang	Menggunakan variabel dependen, independen, dan intervening yang sama yaitu religiusitas (X1), pengetahuan (X2) keputusan menabung (Y), minat (Z).	religiusitas dan pengetahuan secara signifikan mempengaruhi keputusan seseorang untuk menabung di Bank Syariah. Selain itu, minat berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara religiusitas dan pengetahuan dengan keputusan menabung.

No	Peneliti	Variabel penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
4.	Suparni at. al (2024)	Religisutas (X1), tingkat pendapatan (X2), lingkup pergaulan (X3), reputasi bank (X4), keputusan menabung (Y)	Penelitian ini tidak menggunakan variabel intervening, dan objek pada penelitian ini pada bank syariah di kota semarang.	Terdapat persamaan pada variabel X1 (religiusitas) dan Y (keputusan menabung)	Religiusitas, tingkat pendapatan, lingkup pergaulan, reputasi bank berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada bank syariah dikota semarang.
5.	Ahmad edi saputra (2022)	Pengetahuan (X1), promosi (X2), fasilitas (X3), keputusan menabung (Y), minat	Terdapat perbedaan pada variabel X2, dan X3. Objek pada penelitian ini pada bank syariah indonesia Tanjung Jabung Barat	terdapat persamaan pada variabel X1, Y, dan Z	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh secara langsung dan tidak langsung pengetahuan dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung dengan minat menabung sebagai variabel intervening, kecuali variabel promosi yang berpengaruh signifikan.

2.3.Hubungan Antar Variabel

2.3.1.Pengaruh Religiusitas (X_1) dengan Minat Menabung (Z)

(Parastika et al., 2021) Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan spiritual. Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah Tuhannya dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya. Karenanya faktor agama adalah salah satu motivator penting untuk mendorong minat beli dalam bank syariah. Sehingga demi tercapainya perbankan damai bermartabat perlu adanya strategi yang tepat guna menarik minat masyarakat menjadi nasabah di perbankan syariah. Untuk bisa menarik minat masyarakat, maka setiap perusahaan harus mengetahui apa keinginan dan kebutuhan terhadap produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan yang ditawarkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Parastika et al., 2021), dengan judul “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel *Intervening*”, memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan positif signifikan religiusitas terhadap minat. religiusitas secara langsung memberikan pengaruh sebesar 21,9% terhadap minat. Semakin tinggi religiusitas maka akan semakin tinggi minat, begitu pula sebaliknya.

H1: Religiusitas berpengaruh terhadap minat

2.3.2.Pengaruh Pengetahuan (X_2) dengan Minat (Z)

(Saputra, 2022) Pengetahuan tentang Bank Syariah adalah segala informasi yang dapat didapatkan dari berbagai sumber (buku, koran, media sosial, dan lain-

lain) mengenai Bank Syariah yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya sehingga dapat mempengaruhi tindakan seseorang tersebut untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah. (Shaleh & Wahab, 2004) dalam (Saputra, 2022) Minat dapat didefinisikan berupa kecenderungan hati yang tertuju/fokus pada suatu obyek yang mengarahkan dalam bentuk sikap karena perasaan senang, sehingga keluar sebuah keputusan yang dinilai tepat dan sudah mantap.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Saputra, 2022) yang berjudul, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening”, memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikansi pengetahuan terhadap minat menabung sebesar $0,037 < 0,05$ berarti secara langsung pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

H2: Pengetahuan berpengaruh terhadap minat

2.3.3. Pengaruh Religiusitas (X_1) dengan Keputusan Menabung (Y)

Dalam penelitian (Harahap & Hasanah, 2023) tingkat keyakinan atau religiusitas dapat digunakan sebagai faktor yang dapat meningkatkan keputusan masyarakat. Beberapa ahli ekonomi syariah telah membuat kesimpulan menarik berkaitan dengan hubungan antara perilaku ekonomi (*economic behavior*) dan tingkat keyakinan/keimanan masyarakat. Perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Perilaku ini kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi dan produksi di pasar.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Harahap & Hasanah, 2023) yang berjudul “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk

Bank Syariah Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kec. Air Joman)” memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh religiusitas (X1) terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah (Y) adalah sebesar 48%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif yang signifikan artinya apabila religiusitas mengalami peningkatan maka keputusan masyarakat menabung akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila religiusitas mengalami penurunan maka keputusan masyarakat menabung di bank syariah juga akan mengalami penurunan.

H3: religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung

2.3.4. Pengaruh Pengetahuan (X₂) dengan Keputusan Menabung (Y)

(Rahayu & Hakim, 2024) Pengetahuan produk merujuk pada sejumlah besar informasi yang terdapat dalam ingatan konsumen tentang aspek-aspek tertentu dari produk, seperti bentuk, merek, model, dan metode pembelian. Produk tabungan pada bank syariah sendiri memiliki dua jenis yakni tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Selaras dengan Theory of Planned Behavior, pengetahuan yang dimiliki individu adalah sumber dari kepercayaan atau beliefs yang mendasari perceived behavioral. Perceived behavioral akan memberikan keyakinan terhadap seseorang dalam menjalankan suatu perilaku, dalam hal ini yakni pengambilan keputusan menabung di bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Rahayu & Hakim, 2024) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Inklusi Keuangan Syariah, Lingkungan Sosial, dan *Disposable Income* Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”, Hasil temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa nasabah BSI KCP Surabaya Wiyung

memutuskan untuk menjadi nasabah karena mengetahui karakteristik dan ciri-ciri produk tabungan di BSI. Selain itu, nasabah memutuskan menabung di BSI karena mengetahui prinsip syariah yang diterapkan. Pengetahuan produk yang dimiliki seseorang baik secara pribadi maupun dari orang lain tersebut akan diperlukan untuk membuat pilihan produk mana yang relevan dengan kebutuhannya.

H4: pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menabung

2.3.5. Pengaruh Minat (Z) dengan Keputusan Menabung (Y)

Dalam penelitian (Parastika et al., 2021) menunjukkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai CR sebesar $1,990 > 1,96$ dan P sebesar $0,047 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh secara parsial dan positif signifikan keputusan terhadap minat menabung. Keputusan secara langsung memberikan pengaruh sebesar 16,3% terhadap minat. Semakin tinggi minat maka akan semakin tinggi keputusan menjadi nasabah bank syariah, begitu pula sebaliknya. Minat memiliki peran yang sangat penting demi tercapainya keputusan. Minat dari nasabah dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku mitra pengemudi untuk bertahan lama menjadi seorang mitra sehingga mengarahkan mereka pada keputusan. Jadi variabel minat dapat memediasi keputusan menabung.

H5: minat berpengaruh terhadap keputusan menabung

2.3.6. Pengaruh Religiusitas (X₁) Terhadap Keputusan Menabung (Y) Melalui Minat (Z)

Dalam penelitian (Parastika et al., 2021) menunjukkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif religiusitas terhadap keputusan Melalui minat sebesar 0,418 dari hasil total pengaruh serta hasil

pengolahan data pada tabel 4.12 menunjukkan Nilai CR pada religiusitas H_{11} terhadap keputusan (Y) sebesar $1,974 > 1,96$ dan nilai probability (P) sebesar $0,048 < 0,05$, dan religiusitas H_{12} terhadap minat (Z) sebesar $2,667 > 1,96$ dan nilai probability (P) sebesar $0,008 < 0,05$, Artinya semakin baik religiusitas dari seseorang serta adanya minat menabung di bank syariah dapat diterima dengan baik maka semakin tinggi keputusan menabung di bank syariah, begitu pula sebaliknya.

H6: religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung dengan minat sebagai variabel intervening

2.3.7. Pengaruh Pengetahuan (X₂) Terhadap Keputusan Menabung (Y) Melalui Minat (Z)

Dalam penelitian (Parastika et al., 2021) menunjukkan hasil Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif. Pengetahuan terhadap keputusan melalui minat sebesar 1,321 dari hasil total pengaruh serta hasil pengolahan data pada tabel 4.12 menunjukkan Nilai CR pada pengetahuan (X₂) terhadap minat (Z) sebesar $4,536 > 1,96$ dan nilai probability (P) sebesar $0,000 < 0,05$, dan pengetahuan H_{21} terhadap keputusan (Y) sebesar $3,572 > 1,96$ dan nilai probability (P) sebesar $0,000 < 0,05$, Artinya semakin baik pengetahuan seseorang serta adanya minat seseorang maka semakin tinggi keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah, begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan theory of planned behavior. Teori ini menyatakan bahwa seseorang berperilaku dipengaruhi oleh Attitude toward the behavior dan perceived behavioral control. Attitude toward the behavior adalah pengetahuan. Sedangkan perceived behavioral control adalah minat. Semakin

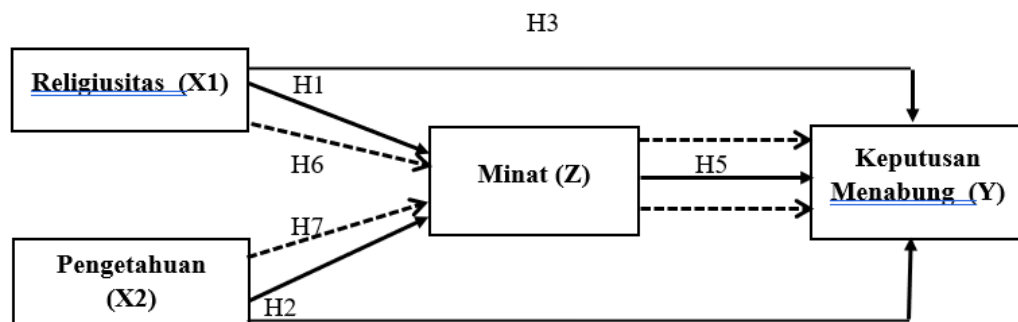
tinggi pengetahuan yang diperoleh dan semakin besar minat maka akan semakin keputusan menabung di bank syariah.

H7: pengetahuan berpengaruh dengan keputusan menabung dengan minat sebagai variabel intervening.

2.4. Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori dari hasil penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas maka, secara konseptual penulis berpendapat bahwa loyalitas pelanggan merupakan hasil yang telah dicapai dengan menciptakan citra merek dan kualitas layanan yang baik yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini dapat dilihat suatu kerangka konseptual yang dapat dijadikan landasan dalam penelitian ini, yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang paling berpengaruh. Kerangka Penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Penelitian

Keterangan :

- = berpengaruh langsung
- - - - - = berpengaruh tidak langsung

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan bidang dan objek yang menjadi fokus penelitian, studi ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022), penelitian asosiatif merupakan rumusan masalah yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, di mana hubungan tersebut dapat bersifat kausal atau sebab-akibat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen (yang mempengaruhi), variabel dependen (yang dipengaruhi), serta variabel mediasi (perantara). Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan menabung dengan minat sebagai variabel mediasi pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Indonesia.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana peneliti melakukan penelitian. Penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sumatra Barat dan waktu penelitian dilakukan Mei 2025 sampai selesai.

3.3. Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2022) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya maka macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

3.3.1. Variabel Dependen Y (Variabel Dependen)

Menurut (Sugiyono, 2022) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan menabung (Y).

3.3.2. Variabel Independen X (Variabel Bebas)

Variabel independen (X) sering juga disebut sebagai variabel bebas. Menurut (Sugiyono, 2022) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini yang diberi notasi X:

- a) Religiusitas (X1)
- b) Pengetahuan (X2)

3.3.3. Variabel Mediasi (Z)

Menurut (Sugiyono, 2022) variabel *intervening* (Z) merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel *intervening* (antara) dalam penelitian ini adalah minat (Z).

3.4. Sampel dan Populasi

3.4.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2022) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada

penelitian ini populasi adalah seluruh nasabah pengguna tabungan easy wadiah di BSI KCP PADANG BYPASS dengan jumlah 23.100 nasabah semenjak BSI berdiri sampai sekarang.

3.4.2.Sampel

Menurut Hair et al., sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk mewakili keseluruhan populasi tersebut dalam penelitian. Pengambilan sampel penelitian haruslah dapat mewakili populasi atau dengan kata lain sampel tersebut representatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yakni teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan pertimbangan, ukuran, dan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelum dilaksanakannya proses penelitian.

Dalam menentukan ukuran maka digunakan rumus *rule of thumb* menurut Hair et.al (2014) yaitu pada perhitungan yang menggunakan minimal ukuran sampelnya 100 sampai dengan 200 sampel dengan menggunakan rumus $5-10 \times$ dengan jumlah indikator. Dalam penelitian ini memiliki dua variabel independen, satu variabel dependen, dan satu variabel intervening dengan jumlah indikator sebanyak 16.

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 16 \times 10 \\ &= 160\end{aligned}$$

Tabel 3. 1
Kriteria Sampel

No.	Kriteria
1.	Bersedia mengisi kuisioner
2.	Responden yang menggunakan tabungan easy wadiah
3.	Responden adalah nasabah BSI KCP PADANG BYPASS
4.	Responden sudah mendapat literasi tentang BSI

Sumber: Olahan Sendiri

3.5. Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022). Data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yaitu orang yang memakai bank BSI

3.5.2. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 sumber data yaitu:

1. Data primer

Menurut (Sugiyono, 2022) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh dari angket yang dibagikan kepada responden, kemudian responden akan menjawab pertanyaan secara sistematis dengan pilihan jawaban yang telah tersedia, sehingga responden akan memilih jawaban yang sesuai dan dianggap benar oleh setiap responden.

2. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2022) data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung diberikan kepada pengumpul data baik berupa file dokumen atau melalui orang lain. Dalam hal ini penulis mendapatkan data sekunder melalui berbagai sumber, mulai dari buku, jurnal online, artikel, berita dan penelitian terdahulu sebagai penunjang data maupun pelengkap data.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam kegiatan penelitian dimana tujuan utamanya adalah untuk memperoleh data secara objektif dan akurat sesuai dengan keperluan penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai sumber dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini kuesioner (angket) melalui *google form* yang berhubungan dengan indikator-indikator yang digunakan dimana responden atau partisipan mengisi pertanyaan atau menjawab pertanyaan yang telah disediakan. Dalam penelitian ini penulis menganalisis data kuantitatif, kuesioner menggunakan skala likert.

Tabel 3. 2
Skala Pengukuran (Skala Likert)

Pertanyaan	Skala Ukur
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.7. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2022) definisi operasional adalah suatu hal atau nilai dari kegiatan penelitian dengan mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti agar dapat ditarik kesimpulannya. Definisi operasional sebagai batasan definisi variabel-variabel penelitian sehingga dapat menjadi pedoman untuk melakukan suatu kegiatan. Berikut definisi operasional dari penelitian sebagai berikut:

1. Religiusitas

Menurut (si manis, n.d.) Istilah religiusitas berasal dari kata religion (Inggris) atau religi (Indonesia) dan religio, relegere atau religure (Latin) yang berarti mengikat. Kata relegere memiliki pengertian dasar berhati-hati dan berpegang pada norma atau aturan secara ketat.

Religiusitas diartikan sebagai suatu keadaan, pemahaman dan ketaatan seseorang dalam meyakini suatu agama yang diwujudkan dalam pengamalan nilai, aturan, kewajiban sehingga mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

Religiusitas merupakan suatu kesatuan unsur komprehensif yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang yang beragama (being religious) dan bukan sekadar mengaku memiliki agama (having religious). Religiusitas mencakup pengetahuan agama, pengalaman agama, perilaku (moralitas) agama dan sikap sosial keagamaan.

2. Pengetahuan

Dari artikel (*Pengertian Pengetahuan Dan Perbedaannya Dengan Ilmu Pengetahuan*, 2023) Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai hasil dari proses belajar dan pemahaman tentang fakta, informasi, konsep, ide, dan

pengalaman yang diperoleh melalui pengamatan, studi, pengalaman pribadi, dan interaksi dengan lingkungan sekitar. Mengutip dari modul Perbedaan Ilmu dan Pengetahuan karya Tania Nurmalita, pengetahuan melibatkan pemahaman tentang bagaimana sesuatu bekerja, mengapa hal itu terjadi, dan implikasinya terhadap dunia dan kehidupan manusia.

Setiap disiplin ilmu memiliki konsep-konsep, prinsip-prinsip, dan metode yang khas untuk memperoleh dan mengembangkan pengetahuan di bidang tersebut. Melalui pengetahuan, manusia dapat menjelajahi dunia yang kompleks ini, memahami hukum-hukum alam, memecahkan masalah, dan membuat kemajuan dalam berbagai bidang kehidupan.

3. Minat

Menurut (Ii & Pustaka, 2010) Minat akan menuntun seseorang untuk mencoba dan memulai hal baru sehingga pada akhirnya akan mendapatkan pengetahuan yang lebih dari sebelumnya. Minat akan membantu seseorang dalam bertindak atau sebagai pendorong guna mencapai sesuatu hal atau suatu keinginan yang ia miliki.

4. Keputusan menabung

Menurut Kotler dalam Putribasutami (2018) dalam (Nevi Adelyana, 2022) dalam melakukan proses pembelian konsumen akan melalui model lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Proses keputusan pembelian tersebut juga muncul saat nasabah akan memutuskan untuk menabung di suatu perbankan yang dikehendakinya, hal ini karena mereka juga tidak ingin mendapatkan kerugian dari keputusan yang telah diambilnya.

Dalam setiap penelitian memiliki instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini penulis memberikan pertanyaan atau pernyataan melalui kuisioner yang diberikan kepada responden melalui google form. Kisi-kisi instrumen penelitian antara lain sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Kisi-Kisi Intrumen Penelitian

Variabel	Indikator	instrumen	Sumber
Keputusan menabung (Y)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10 Skala Ukur Variabel: Likers	(Nevi Adelyana, 2022)
Religiusitas (X1)	1. Keyakinan 2. Praktek agama 3. Pengalaman 4. Pengetahuan agama 5. Penerapan	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10 Skala Ukur Variabel: Likers	(Rabani L.F 2020)
Pengetahuan (X2)	1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan pemakaian	1-2 3-4 5-6 Skala Ukur Variabel: Likers	(Saputra, 2022)

Variabel	Indikator	instrumen	Sumber
Minat (Z)	1. Faktor emosional 2. Pengaruh lingkungan 3. Keinginan yang muncul	1-2 3-4 5-6 Skala Ukur Variabel: Likers	(Hancock,A.D at.al 2022)

Menurut (Sugiyono, 2022), setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran salah satunya skala likert. Skala likert bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel yang dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun itemitem instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala likert menggunakan skor seperti pada tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3. 4
Skor Jawaban Setiap Pertanyaan

No	Pernyataan	Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2022)

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2022) analisis deskriptif yaitu alat statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menyampaikan data yang telah terkumpul dengan tujuan untuk mencapai pemahaman dan kesimpulan. Analisis deskriptif melibatkan pengumpulan, pengolahan, penyajian, dan interpretasi data dengan tujuan memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang sedang dihadapi.

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atribut-atribut dari setiap variabel penelitian. Prosesnya melibatkan pembuatan tabel distribusi frekuensi data, menghitung rata-rata, skor total, serta tingkat capaian responden (TCR), yang kemudian diinterpretasikan. Analisis ini tidak bertujuan untuk menghubungkan antarvariabel maupun membandingkan satu variabel dengan yang lain. Perhitungan tingkat capaian jawaban responden dilakukan dengan cara:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR : Tingkat Capaian Responden

Rs : Rata-rata skor jawaban responden (rerata)

N : Nilai skor maksimal

100% : Angka tetap skor

Kriteria jawaban responden menurut (Sugiyono, 2022) sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Tingkat Pencapaian Responden

No	Skala TCR	Keterangan
1.	81-100%	Sangat Baik
2.	61-80,99%	Baik
3.	41-60,99%	Cukup Baik
4.	21-40,99%	Cukup
5.	0-20,99%	Kurang Baik

Sumber : Sugiono (2022)

Berdasarkan tabel diatas, tingkat pencapaian jawaban responden diklasifikasikan 0-20,99% termasuk dalam kategori kurang baik, 21%-40,99% termasuk dalam kategori cukup, 41%-60,99% termasuk dalam ketegori cukup baik, 61%-80,99% termasuk dalam kategori baik, dan 81%-100% termasuk dalam kategori sangat baik.

3.8.2. Analisis Structural Equation Modeling

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan dengan metode *Structural Equation Model* (SEM), yang dianalisis menggunakan alat *Partial Least Square* (PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS untuk menguji hipotesis. SEM merupakan kumpulan teknik statistik yang dirancang untuk menganalisis hubungan kompleks yang tidak dapat dipecahkan hanya dengan menggunakan regresi linear.

Metode ini merupakan kombinasi antara analisis regresi dan analisis faktor. Selain itu, SEM sering kali mengacu pada *Path Analysis* atau *Confirmatory Factor Analysis*, karena keduanya merupakan jenis khusus dari SEM. Teknik memungkinkan pengujian hubungan antara satu atau lebih variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen.

Stuctrual Equation Model mencakup tiga aktivitas utama yang dilakukan secara bersamaan yaitu menguji validitas dan reabilitas instrumen melalui

Confirmatory Factor Analysis, menganalisis hubungan antarvariabel menggunakan *Path Analysis*, dan mengembangkan model prediksi, yang mencakup model struktural dan analisis regresi. Sebuah model SEM yang lengkap terdiri dari dua komponen utama yakni model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*) yang berfungsi untuk menganalisis hubungan sebabakibat.

Menurut (Sitio & Rasjid, 2018) Sebuah SEM dengan variabel laten terdiri dari tiga set persamaan simultan, yang diperkirakan secara bersamaan: (1) model pengukuran (atau submodel) untuk variabel endogen (dependen), (2) model pengukuran (sub) untuk eksogen (independen), dan (3) model struktural (sub), yang semuanya diperkirakan bersamaan. Model struktural SEM digunakan untuk menangkap pengaruh kausal (efek regresi) dari variabel eksogen pada variabel endogen dan pengaruh kausal dari variabel endogen satu sama lain.

3.8.3. Partial Least Square (PLS)

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode analisis *partial least square* (PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Partial Least Square mampu menghubungkan kumpulan variabel independen dengan beberapa variabel dependen (respon). Pada sisi prediktor, PLS dapat menangani banyaknya variabel independen bahkan ketika prediktor menampilkan multikolineritas (Widiarto Rachbini Tiolina Evi, n.d.).

Metode analisis *Partial Least Square* (PLS) merupakan teknik analisis struktural yang memungkinkan evaluasi model eksternal dan internal secara bersamaan. Dengan menggunakan proses literasi algoritma, model pengukuran

digunakan untuk menguji validitas dan reabilitas. Parameter model dan nilai R^2 digunakan untuk menilai sensitivitas model dalam membuat prediksi. Disisi lain, model struktural berfungsi untuk memprediksi hubungan antarvariabel laten melalui teknik *bootstrapping*, yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat berdasarkan parameter statistik yang dihasilkan.

PLS dipilih sebagai metode analisis dalam penelitian ini karna kemampuannya untuk menganalisis dan memprediksi variabel laten independen dan dependen, terutama ketika ukuran sampel relatif kecil. Proses analisis menggunakan PLS dilakukan dalam dua tahap yaitu:

3.8.3.1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model mengacu pada proses evaluasi instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur validitas dan reabilitas instrumen tersebut. Panduan untuk menilai validitas dan reabilitas dapat dipahami dibawah ini:

1) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen dalam proses pengujian melibatkan penilaian sejauh mana skor item atau komponen berkorelasi dengan skor konstruk terkait, untuk memastikan bahwa item atau komponen tersebut benar-benar mempresentasikan konstruk yang dimaksud. Validitas konvergen tersebut umumnya dievaliasi melalui pemeriksaan *loading factor*, yang menunjukkan seberapa kuat hubungan antara item atau komponen dengan konstruk yang diukur. Biasanya dalam penelitian digunakan batas *loading factor* sebesar 0,70. Suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi *convergent validity* dan memiliki tingkat validitas yang tinggi ketika

nilai *outer loadings* > 0,70, sedangkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50 (Chin & Todd, 1995) dalam (Widiarto Rachbini Tiolina Evi, n.d.)

Tabel 3.6
Kriteria Uji Validitas Konvergen

Uji validitas	parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	Faktor loading	Lebih dari 0,7
	<i>Average variance extracted</i> (AVE)	Lebih dari 0,5

2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas deskriminan adalah salah satu persyaratan yang harus dipenuhi dalam outer model. Pengujian validitas deskriminan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE). Menurut (Chin dalam Jogiyanto dan Willy, 2015) dalam (Aeniyatul, 2019) Nilai ini merupakan nilai cross loading factor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai cross loading factor pada konstruk yang dituju dengan nilai cross loading factor konstruk yang lainnya.

Tabel 3. 7
Parameter Uji Validitas Dalam Model Pengukuran PLS

Uji Validitas	Kriteria Pengujian	Sumber
Validitas Discriminant	>0,70 untuk setiap variabel Cross loading >0,7 Fornell lacker >0,70	Hair et al (2019)

Sumber: (Chin dalam Jogiyanto dan Willy, 2015) dalam (Aeniyatul, 2019).

3) *Composite Reliability (cronbach's alpha)*

Composite reliability digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Composite reliability dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. Rule of thumb untuk composite reliability yakni $> 0,6$. Cronbach's alpha digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk dan memastikan nilai dari composite reliability. *Rule of thumb* untuk cronbach's alpha yakni $> 0,7$ (Jogiyanto dan Abdillah, 2014) dalam (Aeniyatul, 2019).

3.8.3.2. Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi *inner model* atau evaluasi struktur model bertujuan untuk mengukur beberapa aspek penting, seperti R Square (R^2) yang menunjukkan sejauh mana variabilitas dalam konstruk dapat dijelaskan, koefisien jalur (*Path Coefficient*) yang menggambarkan hubungan antar variabel, dan validasi kesesuaian model (*Model Fit*). Menurut Duryadi (2021:62) dalam model structural ini, pedoman yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. R-Square (R^2)

Penilaian struktur dimulai dengan memeriksa nilai R-square untuk setiap variabel endogen sebagai indikator kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai R-square (R^2) dapat digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen, apakah pengaruh tersebut signifikan. Menurut Hair et al. dalam Ghazali & Latan (2015), nilai R-square sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat diinterpretasikan sebagai model yang kuat, moderat, dan lemah. Hasil Rsquare dari PLS mencerminkan seberapa besar variasi dalam konstruk yang dijelaskan oleh model tersebut (Ghozali & Latan,

2015). Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik kualitas prediksi dan penelitian yang diajukan.

2. *Effect Size (F-Square)*

Selain menilai nilai R^2 dari semua konstruk endogen, perubahan nilai R^2 ketika konstruk eksogen tertentu dihapus dari model dapat digunakan untuk menentukan apakah konstruk tersebut memiliki dampak yang signifikan pada konstruk endogen. Ukuran ini dikenal sebagai ukuran efek f^2 . Pedoman untuk menilai f^2 adalah sebagai berikut: nilai 0,02, 0,15, dan 0,35 masing-masing menunjukkan efek kecil, sedang, dan besar dari variabel laten eksogen. Jika nilai ukuran efek kurang dari 0,02, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada efek yang signifikan.

3.9. Uji Hipotesis

Setelah evaluasi model pengukuran dan model struktural selesai, langkah berikutnya adalah menguji hipotesis dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan dengan memeriksa nilai T-Statistics dan p-values. Hipotesis dianggap diterima jika nilai T-tabel > 1.96 dan p-values kurang dari 0,5, sesuai dengan kriteria yang diungkapkan oleh Yamin & Kurniawan (2011).