

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MOTIVASI
MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ASDITA

18 0402 0223

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2023

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MOTIVASI
MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH
(Studi kasus Masyarakat Kecamatan Masamba)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ASDITA

18 0402 0223

Pembimbing:

Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asdita

NIM : 18 0402 0223

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Palopo, 1 Desember 2022
Yang Membuat Pernyataan



Asdita
NIM 18 04020223

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul Faktor-Faktor yang Memengaruhi Motivasi Masyarakat Menabung di Bank Syariah yang ditulis oleh Asdita Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0223, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 06 September 2023 Miladiyah bertepatan dengan 1 Zulhijjah 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 09 Oktober 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Takdir, S.H., M.H | Penguji I | () |
| 4. Hendra Safri, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.Ek. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP 19891207 201903 1 005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَ

الرُّسُلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Motivasi Masyarakat Menabung di Bank Syariah” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. kepada keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat penyelesaian studi, guna untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus untuk orang tua tercinta Bapak M. Suardi dan Ibu Nurhanni yang sangat luar biasa dalam memberi cinta, kasih sayang dan dukungan serta doa-doanya dalam keadaan apapun selama ini. Selanjutnya, Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tak terhingga

kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, beserta Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Fasiha, S.El.,M.El., Muzayyanah Jabani, S.T., M.M selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan dan Muhammad Ilyas, S.Ag., MA. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, yang telah banyak memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
3. Edi Indra Setiawan. S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak Ibu dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu.
5. Pembimbing, Bapak Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.Ek yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan pada penulis serta isi dari skripsi ini dengan ikhlas.

6. Penguji pada seminar hasil, penguji I Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H dan penguji II Bapak Hendra Safri, S.E., M.M.
7. Penasehat akademik Perbankan Syariah F Angkatan 2018, Bapak Dr. Mahadin Saleh, M.Si.
8. Kepala perpustakaan IAIN Palopo, Bapak Madehang, S.Ag., M.Ag. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Masyarakat kecamatan Masamba yang telah turut andil dalam penyusunan skripsi ini.
10. Semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2018 khususnya kelas PBS F yang selama ini memberikan dukungan.
11. Teman-teman pejuang S.E, sahabat ku terkasih yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu namanya, yang telah banyak membantu serta memberikan dukungannya (*support system*).

Semoga setiap bantuan doa-doa, dukungan, motivasi, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang layak di sisi Allah SWT.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah SWT. menuntun ke arah yang lebih baik. Aamiin.

Palopo, 1 Desember 2022

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) jika terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak ditengah atau akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

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

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...يْ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
َ...وْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...أ...	Fathah dan alif atau ya	a	a dan garis di atas
إ...ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...و	Dammah dan wau	u	u dan garis di atas

Contoh:

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

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah (t). sedangkan *ta' marbutah* mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h).

Kalau pada kata terakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *a/* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan (h).

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- المَدِينَةُ المُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَة talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydidid* (ˀ) dalam transliterasi dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقّ : *al-ḥaqq*

الْحَجّ : *al-ḥajj*

نُعْم : *nuʿima*

عَدُوّ : *ʿaduwwun*

Jika huruf *kasrah* (ى) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata

sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah*(*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof ('). Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu

- شَيْءٌ syai'un

- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari

pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'ān* (dari *Al-Qur'ān*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī Zilāl Al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frase nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ *dīnullāh* بِاللهِ *billāh* دِينِ اللهِ

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fī raḥmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya: digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada

permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍī'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahrū Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-Qur'ān

Nāṣir al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz \ min al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan:

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

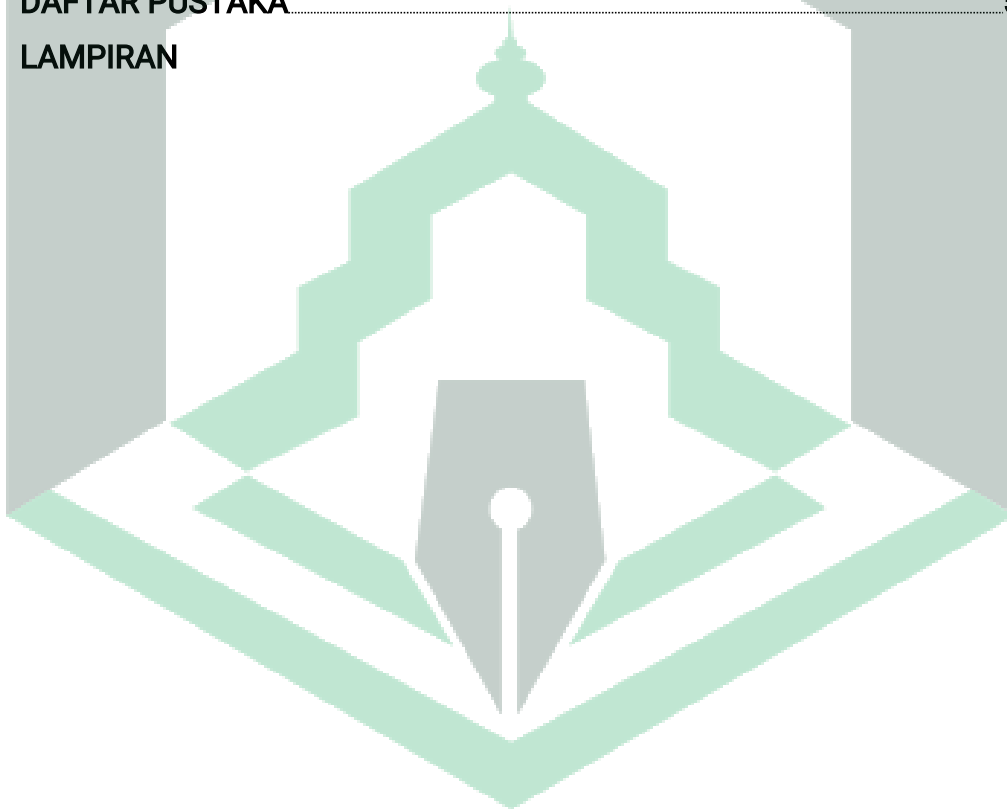


SWT	= Subhanahu Wata'ala
SAW	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
DSN	= Dewan Syariah Nasional
H	= Hijrah
HR	= Hadis Riwayat
L	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Alimran/3:4
W	= Wafat Tahun
ZIS	= Zakat, Infak, <i>Shadaqoh</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PODOMAN TRANLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
DAFTAR ISTILAH	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI	6
A. Kajian Terdahulu yang Relevan	6
B. Landasan Teori	8
C. Kerangka Pikir	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Jenis Penelitian	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	19
C. Populasi dan Sampel Penelitian	19
D. Teknik Pengumpulan Data	21
E. Jenis dan Sumber Data	22
F. Definisi Operasional Variabel	23

G. Instrumen Penelitian.....	24
H. Uji Validitas dan Reliabelitas Instrumen.....	25
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Hasil Penelitian.....	33
B. Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	

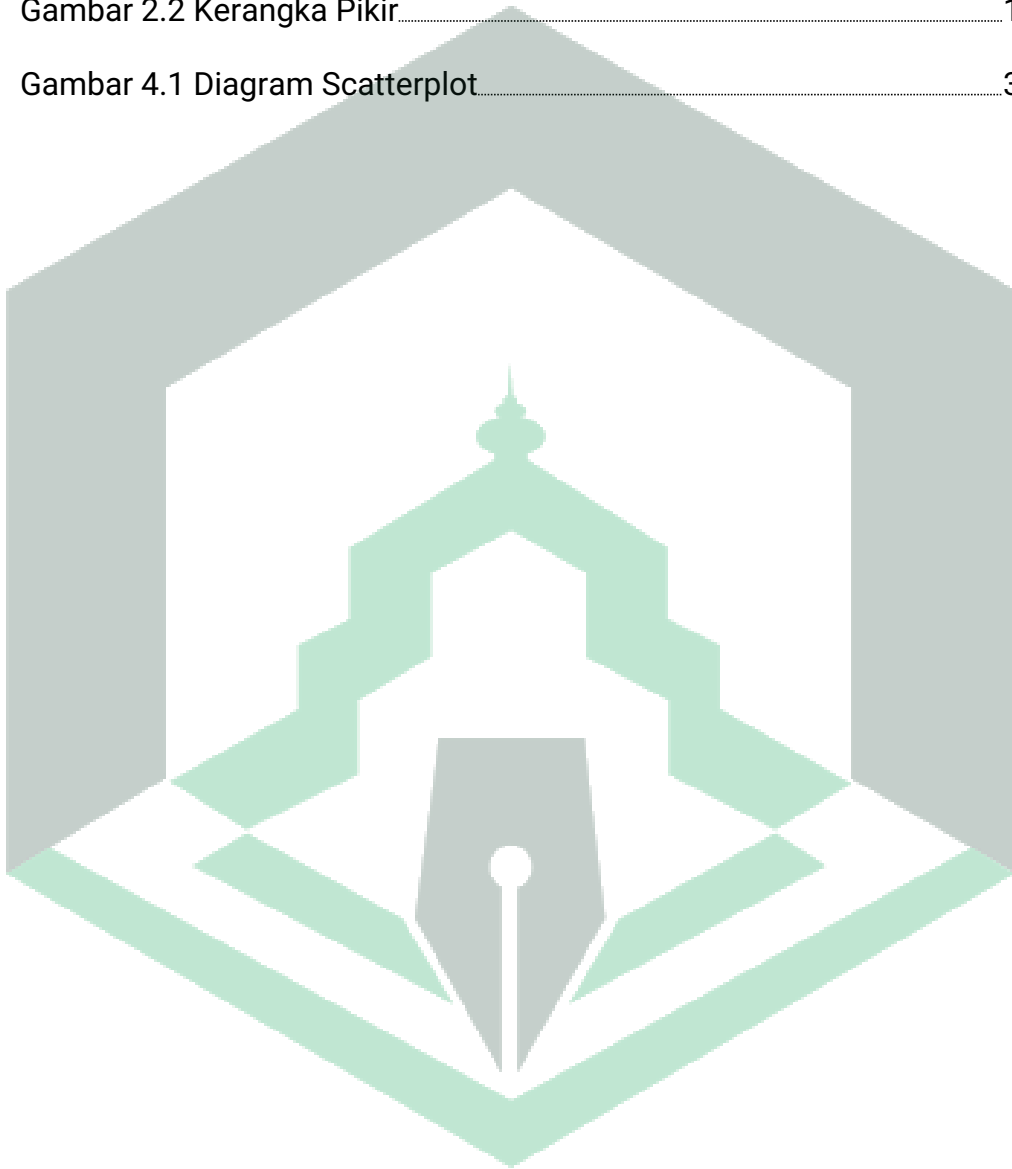


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2 Pedoman Penskoran.....	25
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	25
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	33
Tabel 4.2 Umur Responden.....	34
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	40
Tabel 4.7 Hasil Analisis Linear Berganda.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji t (Parsial).....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	45
Table 4.10 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Khierarki Kebutuhan Maslow.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	18
Gambar 4.1 Diagram Scatterplot.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responde

Lampiran 3 R tabel

Lampiran 4 Data Penduduk Kecamatan Masamba

Lampiran 5 Surat Izin Meneliti



DAFTAR ISTILAH



<i>Alternatif</i>	: Pilihan lain
<i>Drive</i>	: Dorongan
<i>Esteem Needs</i>	: Kebutuhan ego
<i>Hygiene Factor</i>	: Faktor pendorong ketidakpuasan
<i>Kompetitif</i>	: Sikap mengungguli orang lain dalam persaingan
Konstruk	: Konsep yang dapat diukur dan diamati
<i>Loading Factor</i>	: Besar korelasi antara indicator dengan konstruk latennya
<i>Motivating Factor</i>	: Faktor pendorong kepuasan
<i>Motivation</i>	: Motivasi
<i>Psychological Needs</i>	: Kebutuhan fisiologi
<i>Questionnaire</i>	: Daftar pertanyaan
<i>Reward</i>	: Bentuk penghargaan atau imbalan balas jasa yang diberikan.
<i>Riba</i> (bunga)	: Melebihi jumlah pinjaman saat pengembalian
<i>Sponsor</i>	: Bentuk dukungan berupa bantuan dana
<i>Skala Likert</i>	: Skala penelitian untuk mengukur sikap dan pendapat
<i>Questionnaire</i>	: Daftar pertanyaan
<i>Social Needs</i>	: Kebutuhan social

Safety Needs : Kebutuhan rasa aman

Self actualisation : Kebutuhan aktualisasi diri

ABSTRAK

Asdita, 2022. "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Motivasi Masyarakat Menabung di Bank Syariah". Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Adzan Noor Bakri.

Jumlah Bank Syariah yang ada di Indonesia sudah banyak tetapi masih sedikit masyarakat yang menggunakan jasa Perbankan Syariah. Berdasarkan data yang ada pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2020 mencatat bahwa jumlah Bank Syariah yang ada di Indonesia memiliki jumlah kantor yaitu 2958 kantor. Sedangkan Indonesia Sendiri Merupakan Negara yang mayoritas penduduknya muslim. Namun pada kenyataannya Masyarakat muslim Indonesia masih banyak yang menabung di bank konvensional daripada menabung di bank syariah.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif, dengan data yang didapatkan dari penyebaran kuisioner kepada responden. Hasil Penelitian untuk variabel Keinginan (X1) sebesar $0,567 > 0,05$ sedangkan t hitung - $0,584 < t$ tabel $2,10982$. Ini berarti bahwa H_0 diakui dan H_1 ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel keinginan mempengaruhi motivasi menabung. Untuk variabel kebutuhan (X2) sebesar $0,011 < 0,05$ sedangkan t hitung $2,849 > t$ tabel $2,10982$. Ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diakui. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keinginan mempengaruhi motivasi menabung.

Kata Kunci: Motivasi Menabung, Bank Syariah, Motivasi Masyarakat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah Bank Syariah yang ada di Indonesia sudah banyak tetapi masih sedikit masyarakat yang menggunakan jasa Perbankan Syariah. Berdasarkan data yang ada pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2020 mencatat bahwa jumlah Bank Syariah yang ada di Indonesia memiliki jumlah kantor yaitu 2958 kantor. Sedangkan Indonesia Sendiri Merupakan Negara yang mayoritas penduduknya muslim. Namun pada kenyataannya Masyarakat muslim Indonesia masih banyak yang menabung di bank konvensional dari pada menabung di bank syariah. Fenomena Motivasi masyarakat muslim menabung di bank konvensional lebih banyak dibandingkan dengan bank syariah, faktanya terjadi di Kota Palopo. Misalnya Bank Mega Cabang Palopo yang beroperasi dari Tahun 2009-2012 sudah memiliki nasabah ± 4000 nasabah¹, sementara Bank Muamalat Cabang Palopo yang beroperasi dari tahun 2004-2012 hanya memiliki ± 1000 nasabah, khususnya di Kecamatan Wara Timur jumlah masyarakat yang menabung berkisar 353 nasabah², dari 30.997 populasi masyarakat yang berdomisili di kecamatan tersebut. Dari perbandingan jumlah nasabah antara Bank Mega dan Bank Muamalat membuktikan

¹ Akbar Sabani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Palopo" (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2012).

² Sabani.

bahwa motivasi masyarakat di Kota Palopo menabung di Bank Syariah masih rendah, sementara masyarakat Kota Palopo adalah mayoritas muslim, tapi mengapa masih banyak yang menabung di bank konvensional padahal di Kota Palopo sudah ada bank yang beroperasi dengan prinsip syariah (non riba) yaitu Bank Muamalat Indonesia.

Sejauh ini ada beberapa studi yang melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi motivasi untuk menabung di bank syariah, yang pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rina³ yang berjudul: "Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Di Desa Pao Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara". Dari penelitiannya menyatakan bahwa: pemahaman dari masyarakat terhadap perbankan syariah di Desa Pao Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara yaitu masyarakat hanya sekedar tahu adanya bank syariah dan tidak paham tentang bank syariah secara detail, bahkan di Desa Pao tersebut ada yang sama sekali tidak tahu mengenai bank syariah. Penelitian yang kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fahd Noor dan Yulizar Djamaluddin Sanrego⁴ menunjukkan bahwa preferensi yang terdiri dari agama, status pekerjaan, tingkat pendidikan, dan pengetahuan tentang keberadaan bank syariah menjadi penentu masyarakat ingin menabung pada perbankan syariah. Penelitian yang ketiga yaitu penelitian di lakukan

³ Rina Rina, "Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah di Desa Pao Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Tara" (Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo), 2021).

⁴ Fahd Noor dan Yulizar Djamaluddin Sanrego, "Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)," *Tazkia Islamic Finance and Business Review* 6, no. 1 (2011).

oleh Jazim Hamidi⁵ yang berjudul “Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah” dari Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Jawa Timur belum mengoptimalkan keberadaan jasa dan layanan bank syariah yang telah ada. Padahal jika dilihat dari kesehariannya, mereka adalah penganut agama Islam yang kental. Idealnya masyarakat santri lebih banyak yang berminat menggunakan bank syariah daripada konvensional.

Berdasarkan penjelasan yang ada di atas, maka peneliti tertantang melakukan penelitian ini yang bertujuan dapat memberikan sebuah solusi yang ditawarkan dari permasalahan tersebut. Sehingga perkembangan Bank Syariah dapat berkembang secara pesat dan dapat membangun perekonomian di Indonesia menjadi lebih baik lagi dan dengan adanya penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang seberapa pentingnya menabung di Bank syariah dengan sistem islam. Sehingga dapat menambah motivasi bagi masyarakat untuk menabung dan menggunakan jasa Perbankan Syariah. Seperti yang kita ketahui jumlah masyarakat muslim yang ada di Indonesia sangatlah banyak tetapi sejauh ini masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang Bank Syariah. Dimana hal itu menyebabkan masyarakat lebih memilih Bank Konvensional dari pada Bank Syariah. Padahal al-Quran dan Hadist merupakan landasan hukum dalam menjalankan operasional Bank Syariah.

⁵ Jazim Hamidi dkk., “Persepsi dan sikap masyarakat santri jawa timur terhadap bank syariah,” *Penelitian dilakukan atas kerjasama BI dan Universitas Brawijaya Malang*, 2000.

Dari penjelasan yang ada diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya motivasi masyarakat untuk menabung di Bank Syariah yaitu (1) Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap sistem dan produk yang di tawarkan Bank Syariah itu sendiri. (2) Promosi, merupakan salah satu faktor yang menyebabkan kurangnya motivasi masyarakat untuk menabung hal ini dikarenakan kondisi yang mana pembukaan kantor cabang Bank Syariah itu masih kurang dan masih berfokus di pusat dahera. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: *"Faktor-Faktor yang Memengaruhi Motivasi Masyarakat Menabung di Bank Syariah"*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah faktor keinginan mempengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung di bank Syariah?
2. Apakah faktor kebutuhan mempengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung di bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengukur tingkat faktor kebutuhan mempengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung di bank Syariah

2. Untuk keinginan berpengaruh terhadap mempengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung di bank Syariah

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sumber bahan bacaan dan pengetahuan tentang Perbankan Syariah, dalam hal ini yaitu tentang faktor-faktor yang memengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung di bank Syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pengalaman penulis dalam bidang Perbankan Syariah tepatnya dalam faktor-faktor yang memengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung di bank Syariah yang berhubungan dengan teoritis yang diperoleh dalam perkuliahan.

b. Bagi akademik

Menambah wawasan akademisi khususnya mahasiswa/i program studi Perbankan Syariah tentang faktor-faktor yang memengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung di bank Syariah. Dan juga dapat dijadikan bahan referensi untuk melanjutkan penelitian yang akan datang.

c. Bagi masyarakat

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini, masyarakat dapat memperoleh pengetahuan yang lebih tentang Perbankan Syariah sehingga

dapat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.





BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan adalah untuk mendapatkan suatu bahan dalam melakukan perbandingan dan acuan serta untuk menghindari anggapan terhadap kesamaan dengan hasil penelitian yang dibuat peneliti, maka dari itu peneliti mencantumkan suatu hasil penelitian yang terdahulu.

Sejauh ini penelitian yang mengkaji perihal “Pengaruh yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menabung di bank syariah dan seberapa besar pengaruhnya”, sudah banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Rizqa Ramadhani Tyas,⁶ Putri Basutami,⁷ Nurul Hasanah,⁸ Anwar Solihin,⁹ dan Dzaky Fauzan.¹⁰ Beberapa penelitian tersebut sama-sama mengkaji pengaruh variabel lokasi terhadap seseorang untuk menabung di bank syariah, yang mana dari hasil penelitiannya mengidentifikasi bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap seseorang untuk menabung atau memilih bank

⁶ Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang,” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2012): 277–97.

⁷ Cindhy Audina Putribasutami dan R A Sista Paramita, “Pengaruh Pelayanan Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo,” *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, no. 3 (2018): 157–72.

⁸ Nurul Hasanah, “Pengaruh Motivasi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Magetan” (IAIN Ponorogo, 2019).

⁹ Anwar Sholihin Dan Bunga Rahma Aulia, “Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Di Bprs Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi),” *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 5, No. 2 (2022): 1193–1204.

¹⁰ Dzaky Fauzan Untoro, “Pengaruh Faktor Promosi, Kepercayaan, Pendapatan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Wilayah Tangerang Raya)” (Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta, 2020).

syariah.

Selanjutnya penelitian yang juga mengkaji tentang “Pengaruh yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menabung di bank syariah dan seberapa besar pengaruhnya” yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yusriani,¹¹ Kusnaningtyas,¹² Ayu Andira,¹³ Muara Hamdani,¹⁴ dan Riskiantono¹⁵. Beberapa penelitian tersebut meneliti dan mengkaji perihal pengaruh variabel produk terhadap seseorang untuk menabung di bank syariah, yang mana hasil penelitan dari beberapa peneliti diatas mengidentifikasi bahwa variabel produk mempunyai berpegaruh yang signifikan terhadap seseorang untuk menabung atau memilih bank syariah.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Variabel	Peneliti	Kesimpulan
1	Variabel Lokasi	1. Rizqa Ramadhaning Tyas 2. Putri Basutami 3. Nurul Hasanah 4. Anwar Solihin 5. Dzaky Fauzan	Variabel Lokasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap seseorang untuk menabung atau memilih bank syariah.
2	Variabel	1. Yusriani	Variabel Produk

¹¹ Yusriani Yusriani, “Pengaruh Produk Tabungan Simpel Bank BNI terhadap Motivasi Menabung Siswa pada MA YMPI Rappang” (IAIN Parepare, 2020).

¹² Arum Agustina Kusnaningtyas, “pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung di bri syariah kcp ponorogo” (IAIN Ponorogo, 2019).

¹³ Ayu Andira, “Pengaruh produk pelayanan dan promosi terhadap minat menabung pedagang di pasar Sagumpal Bonang Padangsidimpuan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kc Padangsidimpuan” (IAIN Padangsidimpuan, 2019).

¹⁴ Muara Hamdani Simamora, “Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun” (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019).

¹⁵ Isfan Riskiantono, “Pengaruh Promosi, Motivasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri,” 2019.

	Produk	2. Kusnaningtyas 3. Ayu Andira 4. Muara Hamdani 5. Riskiantono	memberikan pengaruh yang signifikan terhadap seseorang untuk menabung atau memilih bank syariah.
--	--------	---	--

Berdasarkan Tabel 2.1 penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, dari banyaknya variabel yang mempengaruhi seseorang untuk menabung atau memilih bank syariah. Maka peneliti menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, yang mana variabel tersebut jarang diteliti oleh peneliti lain. Adapun variabel yang digunakan yaitu variabel keinginan (X1) kebutuhan (X2) dan motivasi menabung (Y).

B. Kajian Teori

1. Motivasi

a. Konsep Motivasi

1) Pengertian dan Proses Motivasi

Motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Tenaga pendorong tersebut dihasilkan yang timbul sebagai akibat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi. Menurut Supranto (2007)¹⁶ motivasi menunjukkan alasan untuk suatu perilaku. Motivasi merupakan kekuatan yang enerjik yang menggerakkan perilaku dan memberikan tujuan dan arah perilaku.

Setiap individu baik secara sadar maupun tidak sadar selalu

¹⁶ Johannes Supranto dan Nandan Limakrisna, "Perilaku konsumen dan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis," *Jakarta: Mitra Wacana Media*, 2007.

berjuang untuk mengurangi ketegangan melalui perilaku yang mereka harapkan akan memenuhi kebutuhan mereka dan dengan demikian akan membebaskan mereka dari tekanan yang dirasakan. Tujuan tertentu yang dipilih dan pola tindakan yang mereka lakukan untuk mencapai tujuan tersebut merupakan hasil dari pemikiran dan proses belajar individu. Menurut Mowen dan Minor (2001)¹⁷, motivasi adalah keadaan yang diaktivasi atau digerakkan dimana seseorang mengarahkan perilaku berdasarkan tujuan. Hal tersebut termasuk dorongan, keinginan, harapan atau hasrat. Terdapat beberapa konsep pokok dalam motivasi, yaitu: pengenalan kebutuhan, dorongan, perilaku berdasarkan tujuan, objek insentif dan afeksi.

Perilaku yang termotivasi diprakarsai oleh pengaktifan kebutuhan atau pengenalan kebutuhan. Kebutuhan atau motif diaktifkan ketika ada ketidakcocokan yang memadai antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan. Karena ketidakcocokan itu meningkat, hasilnya adalah pengaktifan suatu kondisi kegairahan yang dipacu sebagai dorongan (drive). Semakin kuat dorongan akan semakin besar urgensi respon yang dirasakan. Kebutuhan yang diaktifkan akhirnya diaktipresikan dalam perilaku dan pembelian dalam bentuk dua jenis manfaat, yaitu manfaat utilitarian dan manfaat hedonik. Manfaat utilitarian merupakan atribut produk fungsional yang objektif sedangkan manfaat hedonik merupakan respon emosional, kesenangan panca indra dan pertimbangan estetis.

¹⁷ John C Mowen dan Michael Minor, "Perilaku konsumen," *Jakarta: Erlangga* 90 (2002).

2) Proses Motivasi

Pada dasarnya, proses motivasi dapat digambarkan jika seseorang tidak puas akan mengakibatkan ketegangan, yang ada pada akhirnya akan mencari jalan atau tindakan untuk memenuhi dan mencari kepuasan yang menurut ukurannya sendiri sudah sesuai dan terpenuhi.

3) Jenis-jenis Motivasi

Suatu motif merupakan konstruk yang mewakili kekuatan dalam (*inner force*) yang tak terlihat dan memaksa suatu respon perilaku dan memberikan pengaruh khusus terhadap respon. Perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk dapat disebabkan oleh berbagai dorongan (*motif*), namun kadang-kadang konsumen tidak mampu atau menyadari alasan mereka membeli sebuah produk. Menurut Hawkins¹⁸, kelompok motif yang dapat dipahami oleh konsumen sebagai faktor pendorong untuk membeli disebut "*manifest motives*", sedangkan kelompok motif yang tidak diketahui atau disadari atau segan untuk mengakuinya disebut "*laten motives*".

Supranto (2007)¹⁹ membagi motivasi ke dalam empat kategori, masing-masing: 1) Motif preservasi kognitif, 2) motif tumbuh kognitif, 3) motif preservasi efektif, 4) motif tumbuh efektif. Salah satu implementasi

¹⁸Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).

¹⁹Supranto dan Limakrisna, "Perilaku konsumen dan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis."

tentang pemahaman teori motivasi dan kebutuhan dalam strategi pemasaran adalah untuk penentuan segmentasi dan positioning.

Motivasi dibagi menjadi menjadi -motivasi positif dan motivasi negatif. Motivasi positif adalah motivasi yang mendorong seseorang pada suatu objek atau kesadaran tertentu, sedangkan motivasi negatif adalah sebaliknya sesuatu yang menyebabkan seseorang menjauhi atau menghindari suatu objek. Dorongan positif dapat berupa kebutuhan, keinginan atau hasrat, sedangkan dorongan negatif berupa rasa takut atau rasa enggan terhadap sesuatu. Walaupun kedua motivasi tersebut terlihat berbeda dari sudut kegiatan fisik, namun keduanya bermanfaat untuk menunjang dan memulai perilaku manusia.

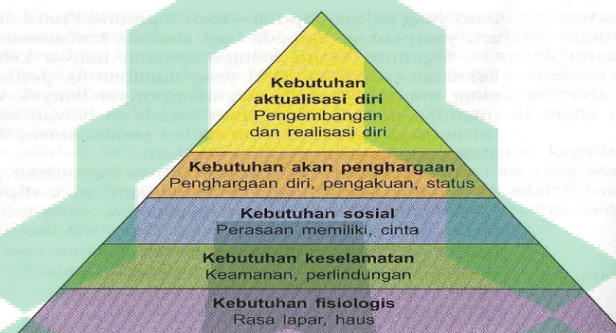
Selain itu motivasi juga dapat dikelompokkan menjadi *motif rasional* dan *motif emosional*. Seorang konsumen dikatakan berperilaku rasional apabila dalam memilih sebuah produk telah mempertimbangkan secara teliti semua alternatif dan memilih alternatif produk yang memberikan kegunaan terbesar kepada mereka. Dengan lain perkataan konsumen memilih sasaran didasarkan pada kriteria atau atribut yang benar-benar objektif, seperti ukuran, berat dan harga. Motif emosional adalah motivasi konsumen dalam mengkonsumsi sebuah produk mendasarkan keputusannya pada kriteria pribadi yang bersifat subjektif sebagai ekspresi dari rasa bangga, ketakutan, kasih sayang atau sebagai simbol status.

b. Teori-teori Motivasi

1) Teori Motivasi Maslow

Dalam Teori Hirarki kebutuhan Maslow, manusia memiliki kebutuhan yang tersusun dalam sebuah hirarki dari kebutuhan yang paling mendesak sampai yang kurang mendesak. Menurut Abraham Maslow hirarki kebutuhan manusia dimulai dari kebutuhan fisiologis (*psychological needs*), kebutuhan rasa aman (*safety needs*), kebutuhan sosial (*sosial needs* atau *belongingness*), kebutuhan ego (*esteem needs*) dan kebutuhan aktualisasi diri (*self-actualisation*)

Gambar 2.1 Khierarki Kebutuhan Maslow.



Sumber : Kotler & Amstrong, 2008

Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan dasar manusia untuk mempertahankan hidupnya. Kebutuhan tersebut meliputi : kebutuhan makanan, minum, rumah, pakaian dan seks. Kebutuhan rasa aman adalah kebutuhan perlindungan fisik bagi manusia sehingga dapat hidup aman dan nyaman, baik secara fisik maupun secara psikis. Kebutuhan sosial merupakan kebutuhan rasa cinta dari orang lain, rasa memiliki dan dimiliki serta dapat diterima orang lain disekelilingnya. Kebutuhan ego merupakan

kebutuhan untuk berprestasi sehingga manusia dapat mencapai prestise, reputasi dan status yang lebih tinggi dari yang lain. Kebutuhan aktualisasi diri adalah keinginan individu untuk menjadikan dirinya sebagai orang yang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya.

Menurut Ristiyanti dan John (2001)²⁰, Teori hirarki kebutuhan Maslow didasarkan pada beberapa premis, antara lain : 1) semua manusia memerlukan suatu set motif yang mirip melalui anugrah genetik dan interaksi sosial, 2) bebera motif lebih mendasar atau kritis dari pada lainnya, 3) motif yang lebih mendasar harus dipenuhi sampai pada tingkat minimum sebelum motif lain mulai dipenuhi dan 4) ketika motif dasar sudah dapat dipenuhi maka motif selanjutnya akan timbul.

2) Teori Kebutuhan Mc-Clelland

Menurut Teori Motivasi McClelland, dinyatakan bahwa terdapat 3 (tiga) kebutuhan dasar yang dapat memotivasi seorang individu untuk berperilaku, yaitu : 1) kebutuhan untuk sukses (needs for achievement), yaitu keinginan manusia untuk mencapai prestasi, reputasi dan karier yang terbaik, 2) kebutuhan afiliasi (needs for affiliations), yaitu kebutuhan manusia untuk membina hubungan dengan sesamanya, mencari teman yang dapat menerimanya, ingin dimiliki oleh orang-orang sekelilingnya dan ingin memiliki orang- orang yang dapat menerimanya, dan 3) kebutuhan kekuasaan (needs for power), yaitu keinginan seseorang untuk dapat mengontrol lingkungannya termasuk mempengaruhi orang-orang

²⁰ Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, Perilaku Konsumen, (Yogyakarta, Andi, 2005).

disekitarnya dengan tujuan agar dapat mempengaruhi, mengarahkan dan mengatur orang lain. Kebutuhan kekuasaan dapat menjadi positif bila diarahkan untuk menghasilkan kekuasaan persuasif dan inspiratif serta dapat menjadi negatif jika menghasilkan keinginan mendominasi dan memperoleh kebutuhan orang lain. Hasil riset menemukan bahwa orang-orang yang memiliki kebutuhan prestasi tinggi cenderung untuk mengkonsumsi lebih banyak hiburan di luar rumah sehingga membutuhkan produk-produk seperti peralatan sky, kapal boat, dsb.

3) Teori ERG Alderfer

Alderfer pada dasarnya sependapat dengan teori Maslow yang menyatakan bahwa setiap orang memiliki kebutuhan yang tersusun secara hierarki, namun Alderfer mengemukakan hirarki kebutuhan dalam tiga perangkat kebutuhan, yaitu sebagai berikut.

- a) *Existence needs* : Kebutuhan ini berhubungan dengan fisik dari eksistensi pegawai, seperti makan, minum, pakaian, bernafas, gaji, keamanan kondisi kerja, fringe bernefits.
- b) *Relatedness needs* : kebutuhan interpersonal, yaitu kebutuhan dalam berinteraksi dalam lingkungan kerja.
- c) *Growth needs* : Kebutuhan untuk mengembangkan dan meningkatkan pribadi atau kebutuhan dimana individu merasa puas dengan membuat suatu kontribusi yang kreatif dan produktif.

4) Teori dua faktor Herzberg

Manusia termotivasi atau tidak didorong oleh dua jenis faktor yang

terdapat dalam lingkungan pekerjaan, yaitu faktor yang mendorong kepuasan (Motivating Factor) dan faktor yang mendorong ketidakpuasan (Hygiene factor). Motivating factor adalah kesempatan untuk berprestasi, pengakuan dalam pekerjaan, tanggungjawab serta kesempatan berkembang, sedangkan Hygiene factor adalah kebijakan yang adil, supervisi yang memadai, kondisi pekerjaan yang kondusif, gaji yang layak, hubungan baik dengan pekerja, masa depan dan kejelasan status pekerjaan.

2. Motivasi Konsumen

a. Pengerian motivasi konsumen

Motivasi dalam Bahasa Inggris disebut *motivation* yang berasal dari Bahasa Latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Menurut Dirgahurnarso Singgih, motivasi atau upaya untuk memenuhi kebutuhan pada seseorang dapat dipakai sebagai alat untuk menggairahkan seseorang untuk giat melakukan kewajibannya tanpa harus diperintah atau diawasi. Edwin B. Flippo²¹ menyatakan bahwa motivasi adalah suatu keahlian, dalam mengarahkan pegawai dan organisasi agar mau bekerja secara berhasil, sehingga keinginan para pegawai dan tujuan organisasi sekaligus tercapai. Menurut *American Encyclopedia*, motivasi adalah kecenderungan (suatu sifat yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seseorang yang membangkitkan topangan dan tindakan.

Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologi dan emosional yang

²¹ Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta, Andi, 2005).

hanya dapat diduga dari pengamatan tingkah laku manusia. Menurut Merle J. Moskowitz, motivasi sebagai inisiasi dan pengarahan tingkah laku dan pelajaran motivasi sebenarnya merupakan pelajaran mengenai tingkah laku²². Jadi secara keseluruhan motivasi dapat diartikan sebagai pemberdaya, penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan. Perilaku yang termotivasi diprakarsai pengaktifan kebutuhan atau pengenalan kebutuhan. Kebutuhan atau motif diartikan ketika ada ketidakcocokan yang memadai antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan. Karena ketidakcocokan ini meningkat, hasilnya adalah pengaktifan suatu kondisi penggairahan yang diacu sebagai dorongan (*drive*). Semakin kuat dorongan tersebut, maka semakin besar pula urgensi respon yang dirasakan.

Menurut Setiadi²³, konsumen selalu dihadapkan pada persoalan biaya atau pengorbanan yang akan dikeluarkan dan seberapa penting produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Oleh karena itu, konsumen akan dihadapkan pada persoalan motivasi atau pendorong. Jadi motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen

Menurut Gunawan,²⁴ ada beberapa faktor-faktor yang

²² Nugroho J Setiadi, "Perilaku Konsumen edisi revisi," *Jakarta: Kencana Perdana Media Grup*, 2013.

²³ Setiadi.

²⁴ Fahmi Gunawan dan Heksa Biopsi Puji Hastuti, *Senarai Penelitian Pendidikan*,

mempengaruhi motivasi konsumen terhadap keputusan, salah satu faktornya yaitu Pengetahuan. Pengetahuan adalah keseluruhan pemikiran, gagasan, dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya, termasuk manusia dan kehidupannya.²⁵ Pengetahuan diperoleh melalui pengalaman hidup, pengalaman kerja, atau melalui pendidikan dan latihan. Pengetahuan ialah segala sesuatu yang diketahui seseorang dengan jalan apapun. Sering juga orang menyebut pengetahuan itu sebagai segala sesuatu yang diketahui orang dari pengalamannya, sehingga disebut sebagai pengetahuan pengalaman.

Pengetahuan pada hakikatnya meliputi semua yang diketahui seseorang tentang objek tertentu. Seseorang mengetahui apa yang dimaksud dengan dosa, mengetahui apa yang baik dan buruk dan sebagainya.

Sedangkan menurut Muhammad Nasution,²⁶ salah faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi konsumen terhadap keputusan, yaitu Keyakinan atau religiusitas.

Agama berasal dari kata *al-Din, religi (relegere, religare)* dan agama. *Al-Din* (semit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti

Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara (Deepublish, 2018).

²⁵ Lubis Y Akhyar, "Filsafat Ilmu: Klasik Hingga Kontemporer," *Cet. Ke 4* (2016).

²⁶ Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, "Manajemen Pembiayaan Bank Syariah," 2018.

mengikat.²⁷

Agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan harus dipatuhi oleh manusia. Ikatan yang dimaksud berasal dari suatu kekuatan yang lebih tinggi dari manusia sebagai kekuatan gaib yang tak dapat ditangkap dengan pancaindra, namun mempunyai pengaruh yang sangat besar sekali terhadap kehidupan manusia sehari-hari.

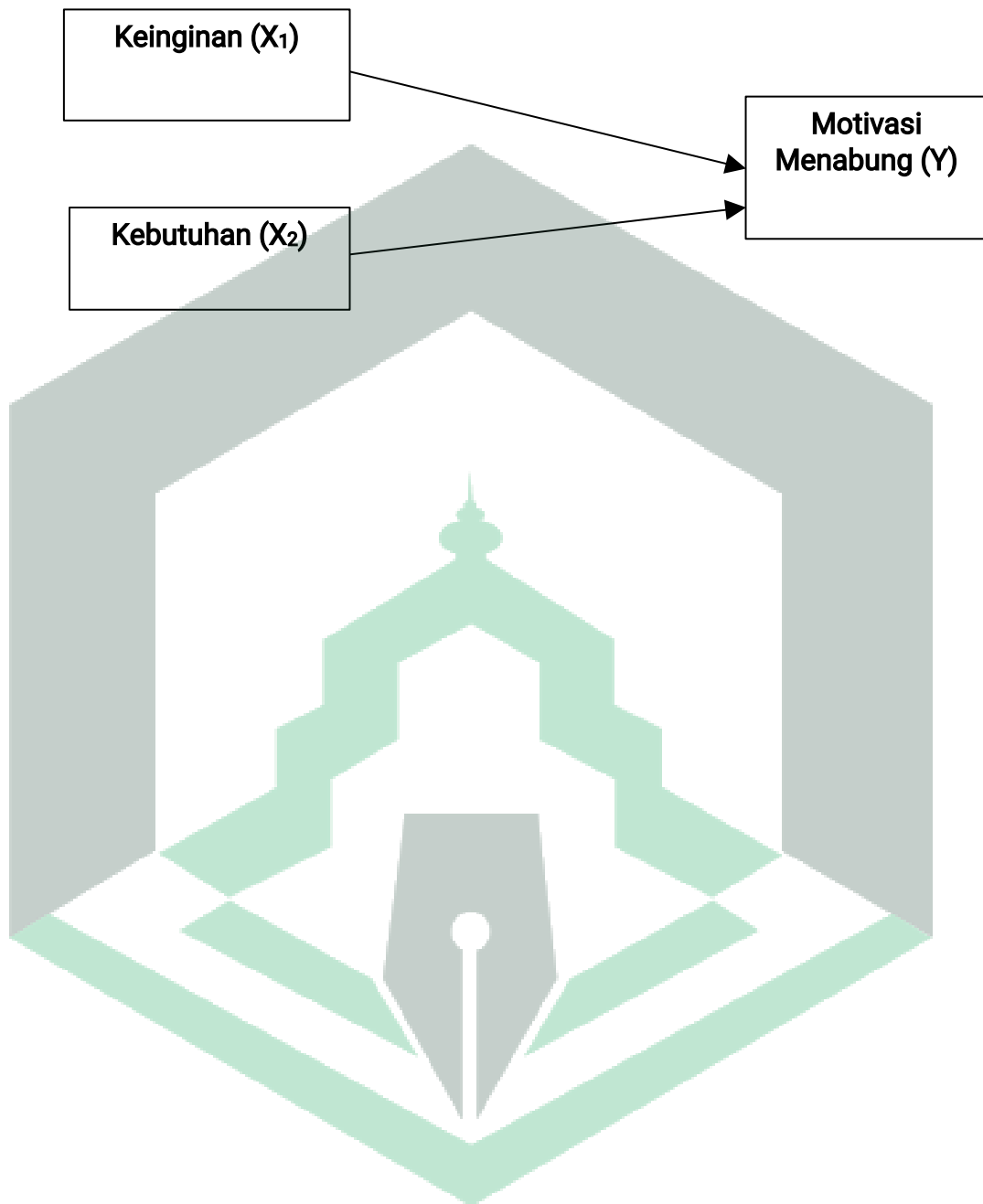
Keberagaman atau *religiusitas* diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas keberagaman bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan akhir. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktifitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktifitas tak tampak dan terjadi dalam hati seseorang. Karena itu, keberagaman seseorang akan meliputi berbagai macam sisi atau dimensi. Dengan demikian, agama adalah sebuah sistem yang berdimensi banyak. Agama, dalam pengertian Glock & Stark adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, semua itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi.

C. Kerangka Pikir

Untuk membantu peneliti dalam menggali data di lapangan, maka peneliti perlu menggunakan konsep dan teori yang digunakan sebagai pijakan dalam menggali data di lapangan. Dalam hal ini digambarkan

²⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi agama: sebuah pengantar* (Mizan Pustaka, 2013).

dalam bentuk skema berikut ini:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.²⁸

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian sebagai tempat pelaksanaan penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan kurang lebih 1 bulan lamanya atau disesuaikan dengan kebutuhan peneliti. Dimana peneliti akan memilih responden yang ada di Kota Masamba.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah Masyarakat Kabupaten Luwu Utara yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. yang

²⁸ S E Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Prenada Media, 2016).

jumlah populasinya tidak diketahui

2. Sampel

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga²⁹.

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal emulasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$= \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

$$= \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

²⁹ David W Hosmer dkk., "A comparison of goodness-of-fit tests for the logistic regression model," *Statistics in medicine* 16, no. 9 (1997): 965–80.

0,01

$$= 96,04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah $96,04 = 100$ orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Kuesioner atau Angket

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengadopsi model *Likert*. Model *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat

diberi skor pada setiap butirnya, sebagai berikut:

- a. Sangat setuju diberi skor (SS) 5
- b. Setuju diberi skor (S) 4
- c. Ragu-ragu diberi skor 3
- d. Tidak setuju diberi skor (TS) 2
- e. Sangat tidak setuju diberi skor (STS) 1

2. Metode Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung kepada responden penelitian untuk mencari perubahan atau hal - hal yang akan diteliti. Dari metode ini, peneliti akan membuat pengamatan untuk memperoleh data tentang kondisi atau situasi yang ada.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengambil data yang berasal dari dokumen asli. Dokumen asli tersebut dapat berupa gambar, tabel, atau daftar periksa, dan film dokumenter.

Dari metode ini, peneliti memperoleh data berupa jumlah penduduk atau masyarakat dan jumlah masyarakat yang menjadi nasabah dari Bank Syariah.

E. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua macam jenis data diantaranya.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu, data tersebut diperoleh secara langsung oleh penulis dari responden terpilih pada lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan (*questionnaire*), wawancara dan Dokumentasi.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang di peroleh dari data yang sudah diolah, yang diperoleh melalui pemerintahan setempat dan Bank Syariah yang berada di lokasi penelitian.

F. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel dengan masing-masing indikatornya, yaitu variabel keinginan, variabel kebutuhan dan variabel kepuasan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Keinginan	Keinginan merupakan dorongan atau hasrat dalam diri seseorang untuk memiliki atau melakukan suatu hal dalam memenuhi kebutuhannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan terhadap ptoduk 2. Kemudahan mengakses produk 3. Produk yang sesuai keinginan

2	Kebutuhan	Kebutuhan merupakan suatu hal yang diperlukan manusia dalam keberlangsungan hidup untuk mencapai kesejahteraan dalam hidupnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan yang diberikan 2. Kualitas produk 3. Cara mempromosikan produk
3.	Motivasi Menabung	Motivasi menabung merupakan keinginan atau dorongan dalam diri seseorang untuk menabung dalam rangka memenuhi kebutuhannya. ³⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat 2. Sikap positif 3. Motivator atau pengaruh orang lain 4. Stimulus

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat dijawab di bawah pengawasan peneliti (Sugiyono, 2007). Angket digunakan untuk mendapatkan keterangan dari sampel atau

³⁰ Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).

sumber yang beraneka ragam yang lokasinya sering tersebar di daerah yang luas, nasional ada kalanya internasional (Sugiyono, 2007).

Penelitian ini menggunakan penskoran dengan skala likert. Dalam skala likert terdapat empat alternatif pilihan jawaban yang diberikan kepada responden, hal ini untuk menghindari jawaban yang cenderung pada nilai tengah (netral). Keempat alternatif pilihan jawaban, yaitu; Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pernyataan yang disusun sebagai instrumen berupa pernyataan positif dan pernyataan negatif yang disusun secara acak dengan pedoman penskoran sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pedoman Penskoran

Alternatif Jawaban	Skor Jawaban
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

H. Validitas Dan Reliabelitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang

akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian ini menggunakan taraf signifikansi 5%. Adapun kriteria penilaian uji validitas, adalah:

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Keinginan X1	1.1	0,362	0,1966	Valid
	1.2	0,454		Valid
	1.3	0,611		Valid
	1.4	0,855		Valid
	1.5	0,516		Valid
	1.6	0,474		Valid
	1.7	0,369		Valid
	1.8	0,249		Valid
	1.9	0,467		Valid
	1.10	0,466		Valid
	1.11	0,547		Valid

	1.12	0,502		Valid
Kebutuhan X2	2.1	0,403	0,1966	Valid
	2.2	0,302		Valid
	2.3	0,325		Valid
	2.4	0,455		Valid
	2.5	0,528		Valid
	2.6	0,476		Valid
	2.7	0,423		Valid
	2.8	0,422		Valid
	2.9	0,393		Valid
	2.10	0,506		Valid
	2.11	0,572		Valid
	2.12	0,436		Valid

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS versi 22 ditemukan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1966, sehingga setiap butir pernyataan dinyatakan valid.

Variabel	Item	R Tabel	R Hitung	Keterangan
----------	------	---------	----------	------------

Motivasi (Y)	1	0,403	0.1999	Valid
	2	0,302		Valid
	3	0,325		Valid
	4	0,455		Valid
	5	0,528		Valid
	6	0,476		Valid
	7	0,423		Valid
	8	0,422		Valid
	9	0,393		Valid
	10	0,506		Valid
	11	0,572		Valid
	12	0,436		Valid

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS versi 22 ditemukan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1999, sehingga setiap butir pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Wiratna Sujarweni uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel

atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka reliabel.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpa</i>	Keterangan
Keinginan X1	0,685	Reliabel
Kebutuhan X2	0,613	Reliabel
Motivasi Y	0,617	Reliabel

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 22

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 22, ditemukan nilai *Cronbach's Alpa* > 0,60. Sehingga instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau tingkat kepercayaan diterima, karena tingkat kepercayaan yang kurang dari 0,60 dianggap buruk.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pemeriksaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbagai pemeriksaan langsung dengan bantuan program pengukuran SPSS. Metode investigasi yang digunakan dalam tinjauan ini menggunakan gaya lama anggapan kualitas tak tergoyahkan dan uji legitimasi dan uji spekulasi.

1. Uji Asusmi Klasik

Uji praduga gaya lama harus dilakukan untuk menguji kecurigaan yang ada pada penelitian dengan model relaps. Model kekambuhan harus dibebaskan dari kecurigaan tradisional yang terdiri dari keteraturan, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

a. Uji normalitas

Uji keteraturan dilakukan untuk menguji apakah dalam model relaps variabel dependen, variabel otonom atau keduanya memiliki apropriasi yang khas atau tidak. Model relaps yang layak mengasumsikan bahwa sirkulasi informasi biasa atau mendekati tipikal. Pengujian biasa dilakukan dengan melihat pada Plot PP biasa dan grafik Kolmogorov Smirnov. histogram kontras informasi persepsi dan penyebaran yang dekat biasa. Alat angkut biasa akan membentuk garis sudut lurus ke sudut dan plot informasi yang tersisa akan dikontraskan dan garis miring. Jika penyebaran informasi yang tersisa adalah tipikal, garis yang menggambarkan informasi sebenarnya akan mengikuti garis miring.

Pada tingkat dasar, keteraturan dapat dibedakan dengan melihat penyebaran item yang relevan pada poros kemiringan diagram atau

dengan memeriksa histogram residu.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada tidaknya hubungan antara faktor bebas pada model relaps. Model kekambuhan yang layak seharusnya tidak memiliki hubungan antara faktor bebas. Jika faktor otonom terkait, faktor-faktor ini tidak simetris. Faktor simetris adalah faktor bebas (otonom) yang hubungan harga antara faktor bebas sama dengan tidak ada. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas pada model relaps, salah satunya dengan melihat nilai resiliensi dan inversnya, serta Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan yang mana dari setiap faktor bebas yang dipahami oleh faktor yang berbeda. Penilaian multikolinearitas diselesaikan dengan menggunakan VIF (Variance Inflation Factor) terkait dengan X1

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model relaps terdapat disparitas fluktuasi dari residual persepsi satu ke persepsi lainnya. Dengan asumsi selisih sisa yang dimulai dari satu persepsi kemudian ke persepsi berikutnya tetap disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model relaps yang layak adalah unified dengan homoskedastisitas atau tanpa heteroskedastisitas.

2. Analisis Linier Berganda

Pemeriksaan kekambuhan langsung yang berbeda merupakan

instrumen yang bijaksana untuk memecah dan mengetahui tingkat kepentingan dan faktor mana yang paling kuat pada variabel dependen, dalam hal ini berkonsentrasi pada variabel dedikasi bagian.

3. Pengujian hipotesis

Teori tersebut merupakan tanggapan singkat terhadap perincian masalah eksplorasi. Hal ini dianggap sementara, dengan alasan bahwa tanggapan yang diberikan bergantung pada hipotesis yang berlaku, sebagai lawan dalam pandangan realitas eksperimental. Pengujian teori dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang besar antara variabel otonom (bebas) dan variabel terikat (terikat).

a. Uji F (Serentak)

Uji F-faktual digunakan untuk memutuskan apakah faktor bebas secara terus menerus mempengaruhi variabel terikat. Uji F-faktual harus dilakukan dengan melihat kemungkinan harga (p -esteem test). Dengan asumsi bahwa harga kemungkinan tidak persis tingkat kepentingan (1%, 5% atau 10) masih di udara (di ruang H_1 diakui atau H_0 diabaikan), maka, pada saat itu, variasi model kekambuhan dapat memahami keragaman variabel terikat (besar).

b. Uji T (Uji Parsial)

Pengukuran uji-t atau uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel informatif individual dalam memaknai keragaman variabel terkait. Membandingkan nilai faktual dan poin dasar

seperti yang ditunjukkan oleh tabel. Dengan asumsi nilai faktual hasil perhitungan t lebih tinggi dari t tabel, kita mengakui spekulasi elektif, yang menyatakan bahwa variabel otonom secara eksklusif mempengaruhi variabel terikat, (uji t) hasil estimasi atau t hitung kemudian dikontraskan dan t tabel menggunakan kesalahan kecepatan 0,05 (5%) . Model yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 diakui apakah nilai tabel t hitung peak sig esteem >
- 2) H_a ditolak dengan asumsi bahwa nilai t tabel hitung puncak nilai sig <

4. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien uji jaminan pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kapasitas model untuk memahami keragaman dalam variabel terikat. Nilai koefisien jaminan adalah dari nol hingga satu. Sedikit harga R^2 menyiratkan bahwa kapasitas faktor bebas untuk memahami varietas dalam variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang dekat dengan variabel Variabel otonom memberikan hampir semua data yang diharapkan untuk mengantisipasi keragaman variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat Kecamatan Masamba

Luas wilayah Kecamatan Masamba yakni 1.068,85 KM², dengan jumlah penduduk sebanyak 37.153 jiwa. Batas – batas wilayah Kecamatan Masamba yaitu sebagai berikut.

- 1) Sebelah utara bertasan dengan Kecamatan Rampi
- 2) Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Mappedeceng
- 3) Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Malangke
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Baebunta.

b. Deskripsi Karakteristik Responden

1) Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

NO.	JENIS KELAMIN	TANGGAPAN	
		RESPONDEN (ORANG)	PRESENTASE
1.	Pria	41	41%
2.	Wanita	59	59%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data priimer diolah, 2022

Sesuai diengan uraian di atas, masyarakat Kecamatan Masamba yang digunakan sebiagai sampel berdasarkan jenis kelamin. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 59% tanggapan responden didominasi oleh wanita, selebihnya dijawab oleh pria dengan partisipan 41%. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi mienabung masyarakat didominasi dari kalangan wanita.

2) Umur

Tabel 4.2 Umur Responden

NO.	UMUR	TANGGAPAN RESPONDEN (ORANG)	PERSENTASE
1.	17 – 20	19	19%
2.	21 – 24	48	48%
3.	25 – 28	18	18%
4.	29 – 32	7	7%
5.	33 – 36	4	4%
6.	37 – 40	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumberi : Data primer diolah, 2022

Sesuai dengan uraian di atas, masyarakat Kecamatan Masamba

yang digunakan sebagai sampel berdasarkan umur. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 48% tanggapan responden didominasi oleh usia 21 – 24 tahun, selebihnya dijawab oleh responden dari usia 17 – 20 tahun dengan partisipan 19%, 25 – 28 tahun sebanyak 18%, 29 – 32 tahun sebanyak 7%, 33 – 36 tahun sebanyak 4% dan 37 – 40 tahun sebanyak 4% jawaban responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas tingkat motivasi menabung di Kecamatan Masamba adalah dari usia 21 – 24 tahun.

3) Pekerjaan

Tabel 4.3 Pekerjaan Responden

NO.	PEKERJAAN	TANGGAPAN RESPONDEN (ORANG)	PERSENTASE
1.	Arsitektur	1	1%
2.	Karyawan Honorer	4	4%
3.	Petani	5	5%
4.	PNS	5	5%
5.	TNI/Polri	1	1%
6.	Wiraswasta	8	8%
7.	Lainnya	76	76%

Jumlah	100	100%
--------	-----	------

Sumber : Data primer diolah, 2022

Sesuai dengan uraian di atas, masyarakat Kecamatan Masamba yang digunakan sebagai sampel berdasarkan pekerjaan. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat 76 tanggapan responden didominasi oleh kategori pekerjaan lainnya dengan persentase 76%. Sisanya dijawab oleh 4 responden dari karyawan honorer dengan persentase 4%, 5 responden yang bekerja sebagai petani dan PNS dengan persentase masing-masing 5%, 1 responden dari TNI/Polri, dan 8 responden dari wiraswasta dengan persentase 8%.

2. Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memutuskan penyimpangan yang terjadi pada informasi yang digunakan untuk penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linieritas.

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode ini menggunakan uji *one sampel*

kolmogorov smirnov. Uji *One Sampel Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *unifron*, atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan pengujian residual berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$.

Tabel 4.4 Uji Normalitas

Ties Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel

		Residual Tidak Standar
N		20
Parameter Normal ^{a,b}	Berarti	.0000000
	Std. Deviasi	1.95940591
	Mutlak	.155
Perbedaan Paling Ekstrim	Positif	.155
	Negatif	-.144
Kolmogorov-Smirnov Z		.695

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	.719
-----------------------------	------

Distribusi tes Normal.

B. Dihitung dari data.

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistic Kolmogorov-Smirnov , nilai signifikan sebesar 0,719 atau lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal..

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dalam pengujian model regresi. Multikolinearitas adalah hubungan langsung antara variabel-variabel bebas dalam regresi berganda. Model regresi yang layak mengasumsikan tidak ada hubungan antara variabel-variabel bebas. Faktor Inflasi Fluktuasi (VIF). Dengan nilai toleransi $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Koefisien tidak standar	Koefisien Standar	T	Tanda tangan	Statistik Collinearity

	B	Std. Kesalahan	Beta			Toleransi	VIF
(Konstan)	9.410	4.095		2.298	.035		
KEINGINAN X1	-.090	.153	-.166	-.584	.567	.382	2,617
KEBUTUHAN X2	.487	.171	.811	2,849	.011	.382	2,617

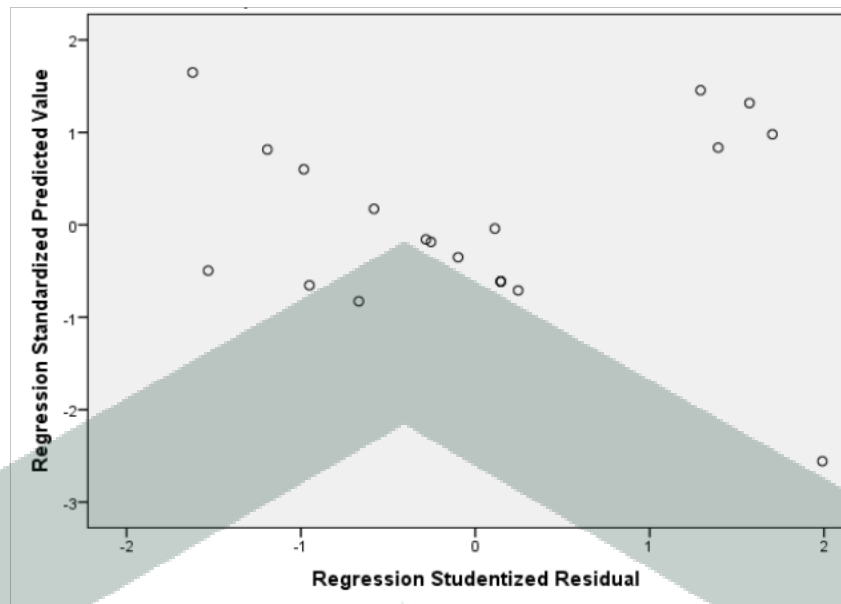
Variabel Dependen: MOTIVASI MENABUNG

Sumberi: Data diolah oleh SPSS (2022)

Dari tabel tersebut, hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel Keinginan (X1) dan Kebutuhan (X2) masing-masing sebesar 0,382 dan VIF untuk variabel Keinginan (X1) dan Kebutuhan (X2) adalah 2,617 dinyatakan bahwa nilai resiliensi dari faktor-faktor tersebut diperoleh lebih dari 0,1. Selanjutnya, gejala dari VIF pada faktor-faktor tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala dari multikolinieritas.

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam hal ini dilakukan dengan melihat pada diagram scatterplot, jika pada diagram scatterplot penyampaian informasi bersifat sporadis dan tidak membentuk contoh yang spesifik maka pada akhirnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.



Sumber: Data ditangani oleh SPSS (2022)

Gambar 4.1 Diagram Scatterplot

Dari hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan diagram scatterplot menunjukkan hasil bahwa titik-titik dari data tersebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0 pada sumbu Y dan tidak ada gambaran pola yang jelas dalam penyebaran data diatas. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak untuk digunakan.

Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Koefisien -

Model	Koefisien tidak standar	Koefisien Standar	T	Sig.

	B	Std. Kesalahan	Beta		
(Konstan)	-1,650	2.126		-,776	,448
KEINGINAN X1	,101	,080	-,443	-1.262	,224
KEBUTUHAN X2	,178	,089	,704	2.007	,061

Variabel Dependen: Abs_RES

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser, khususnya variabel Keinginan X1 dan variabel Kebutuhan X2 memiliki nilai besar sebesar $0,224 > 0,05$ dan $0,061 > 0,05$. Dimana nilai faktor bebas dengan sisa langsung lebih penting dari $0,05$, tidak ada masalah heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Berganda

Mengenai akibat dari berbagai pemeriksaan kekambuhan dengan bantuan SPSS, berbagai pemeriksaan kekambuhan langsung digunakan untuk menentukan dampak Parameter Perencanaan dan Pelaksanaan terhadap Evaluasi dan Transparansi. Terlebih lagi, untuk menentukan dampak dari faktor bebas (bergantung pada) terhadap variabel terikat

(otonom). seperti yang ditampilkan pada Tabel 4.8

Tabel 4.7 Hasil Analisis Linier Berganda

Koefisien -

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,410	4,095		2,298	,035
KEINGINAN X1	,090	,153	-,166	-,584	,567
KEBUTUHAN X2	,487	,171	,811	2,849	,011

Dependent Variable: MOTIVASI MENABUNG

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Persamaan linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2$$

$$Y = 9,410 - 0,090X_1 + 0,487X_2$$

Persamaan regresi linear berganda diatas merupakan hasil regresi linear antara variabel dependen dan independen secara parsial dari persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai:

- a. Nilai konstanta sebesar 9,410 berarti bahwa jika variabel otonom normal (Keinginan X1 dan Kebutuhan X2) stabil, Motivasi menabung yang normal akan meningkat sebesar 9,410 .
- b. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel keinginan (X1) adalah - 0,090, dan itu berarti bahwa apabila variabel keinginan mengalami peningkatan sebesar 1 maka motivasi menabung akan meningkat sebesar -0,090 dengan asumsi bahwa nilai coefisient tersebut positif berarti terjadi kolerasi antara variabel keinginan dengan motivasi menabung.
- c. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel kebutuhan (X2) sebesar 0,487, dan itu berarti bahwa apabila variabel kebutuhan mengalami peningkatan sebesar 1 maka motivasi menabung akan meningkat sebesar 0,487 dengan asumsi bahwa nilai coefisient tersebut positif berarti terjadi kolerasi antara variabel kebutuhan dengan motivasi menabung.

4. Pengujian hipotesis

Pengujian spekulasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang besar antara faktor bebas dan variabel terikat.

Untuk melihat terlepas dari apakah teori yang diajukan diakui, penting untuk melakukan uji-t untuk melihat pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

a. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Melihat uji parsial atau t hitung dengan titik dasar seperti yang ditunjukkan oleh tabel atau t tabel. Konsekuensi dari estimasi (t-test) atau t-hitung ini kemudian dikontraskan dan t-tabel menggunakan blunder pace 0,05 (5%). Uji setengah jalan dilakukan dengan asumsi t hitung > t tabel untuk tingkat peluang (df) = nk-1 adalah 20-2-1 = 17.

Dengan persamaan

$$t \text{ tabel} = (a/2 ; nk-1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,05/2 ; 17)$$

$$t \text{ tabel} = (0,025 ; 17)$$

Dilihat dari tabel distribusi "t" diperoleh $0.025.17 = 2.10982$.

Demikian juga, dapat menggunakan signifikansi penelitian $<0,05$

Tabel 4.8 Uji t (Parsial)

Koefisien -

Model	Koefisien tidak standar		Koefisien Standar	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Konstan)	9.410	4.095		2.298	,035
1 KEINGINAN X1	-,090	,153	-,166	-,584	,567
2 KEBUTUHANX	,487	,171	,811	2,849	,011

Variabel Dependen: MOTIVASI MENABUNG

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.8 diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1) Berdasarkan dari hasil uji tersebut terlihat bahwa variabel keinginan (X1) memperoleh nilai sig. sebesar $0,567 > 0,05$ sedangkan t hitung $-0,584 < t$ tabel $2,10982$. Ini berarti bahwa H_0 diakui dan H_1 ditolak. Dari hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keinginan mempengaruhi motivasi menabung.

2) Berdasarkan dari hasil uji tersebut terlihat bahwa variabel kebutuhan (X2) memperoleh nilai sig. sebesar $0,011 < 0,05$ sedangkan t hitung $2,849 > t$ tabel $2,10982$. Ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diakui. Dari hasil tersebut sangat baik dapat diduga bahwa variabel kebutuhan

mempengaruhi motivasi menabung.

B. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini ditujukan untuk mengetahui apakah faktor X1, X2 dan Y secara bersamaan membuat perbedaan.

Tabel 4.9 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^{danq}

Model	Jumlah Kuadrat	Df	Rata-rata Persegi	F	Sig.
1 Regresi	65.604	2	32,802	7.644	,004 ^b
Sisa	72.946	17	4.291		
Total	138.550	19			

Variabel Dependen: MOTIVASI MENABUNG

Prediktor: (Konstan), KEINGINAN X1, KEBUTUHAN X2

Sumber : Output SPSS yang diolah

Pada tabel tersebut cenderung terlihat bahwa nilai F hitung adalah 7,644. Dengan nilai sig. 0,004 < 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diakui. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa variabel faktor keinginan dan kebutuhan berpengaruh terhadap motivasi menabung.

5. Uji Determinasi (R²)

Uji determinasi atau uji R² digunakan untuk menunjukkan seberapa

besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dalam model regresi, jumlah kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dilihat berdasarkan ukuran koefisien determinasi keseluruhan (R^2). *R Square* (R^2) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini diubah kebentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Ringkasan Model^b

Model	R	Kotak R	Disesuaikan R Square	Std. Kesalahan Perkiraan
1	,688	,474	,412	2.071

Prediktor: (Konstan), KEINGINAN X2, KEINGINAN X1

Variabel Dependen: MOTIVASI MENABUNG

Sumber : Data diolah SPSS 2022

Dilihat dari tabel 4.10 hasil uji R^2 dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,474, yang berarti bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel faktor keinginan dan kebutuhan terhadap motivasi menabung sebesar 47,4% sedangkan sisanya 52,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Adapun deskripsi setiap variabel yang peneliti lakukan sebagai berikut:

a. Variabel Keinginan: Dalam penelitian yang melibatkan individu atau

kelompok dengan tujuan menabung, variabel Keinginan dapat memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi motivasi menabung. Penelitian menunjukkan bahwa semakin besar Keinginan individu untuk mencapai tujuan finansial tertentu, semakin besar pula motivasi mereka untuk menabung. Selain itu, dalam konteks investasi, Keinginan individu untuk mendapatkan keuntungan finansial yang besar dapat memotivasi mereka untuk menabung.

b. Variabel Kebutuhan: Kebutuhan individu dapat memengaruhi motivasi mereka untuk menabung, terutama jika kebutuhan tersebut berkaitan dengan keamanan finansial dan persiapan untuk situasi darurat. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang lebih sadar akan kebutuhan mereka untuk memiliki cadangan keuangan dan mempersiapkan diri untuk situasi darurat cenderung lebih termotivasi untuk menabung.

c. Variabel Motivasi: Dalam penelitian tentang motivasi menabung, beberapa faktor yang umumnya mempengaruhi motivasi individu termasuk persepsi mereka terhadap manfaat menabung, kondisi keuangan saat ini, dan nilai-nilai budaya. Penelitian juga menunjukkan bahwa kebutuhan mendesak atau tujuan jangka pendek yang spesifik dapat memotivasi individu untuk menabung lebih konsisten.

B. Pembahasan

Pada bagian ini dijelaskan tentang pembahasan hasil yang diujikan melalui beberapa tahapan faktor-faktor yang memengaruhi motivasi

menabung masyarakat Kecamatan Masamba pada Bank Syariah Indonesia.

1. Faktor yang Memengaruhi Motivasi Masyarakat Menabung di Bank Syariah

a. Keinginan (X1) terhadap Motivasi Menabung

Berdasarkan dari hasil penelitian terlihat bahwa variabel keinginan (X1) memperoleh nilai sig. sebesar $0,567 > 0,05$ sedangkan t hitung $- 0,584 < t$ tabel $2,10982$. Ini berarti bahwa H_0 diakui dan H_1 ditolak. Dari hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keinginan mempengaruhi motivasi menabung. Hal tersebut sejalan dengan hasil jawaban dari kuisisioner yang disebarluaskan dimana, sebanyak 73 orang menjawab setuju, 24 yang menjawab sangat setuju dan hanya 3 orang yang menjawab ragu-ragu dari total 100 responden yang digunakan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut berarti bahwa keinginan dapat menjadi faktor motivasi menabung masyarakat Kecamatan Masamba pada Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut bisa saja terjadi karena banyak masyarakat telah mengenal Bank Syariah Indonesia meskipun belum mengetahui secara pasti. Selain itu, masyarakat yang diteliti merupakan umat muslim maka bank syariah yang memiliki label syariah terkait dengan atribut islam selalu diartikan dengan sesuatu yang bersifat positif.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Andira dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa produk memiliki pengaruh terhadap minat menabung pedagang di Pasar

Sangkumpul Bonang Padangsidimampuan pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC. Padangsidimampuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (9,873 > 1,989). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas produk yang baik akan meningkatkan keinginan pada masyarakat sehingga dapat menjadi faktor dari motivasi menabung. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keinginan dapat menjadi faktor motivasi bagi masyarakat untuk menabung pada Bank Syariah Indonesia dapat dijelaskan melalui beberapa faktor yang relevan. Pertama, atribut syariah yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia dapat memberikan dampak positif pada niat masyarakat untuk menabung di bank tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa label syariah pada produk keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen dan niat beli. Kedua, kepercayaan masyarakat terhadap prinsip-prinsip syariah yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia juga dapat mempengaruhi niat masyarakat untuk menabung. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor kepercayaan konsumen pada bank syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap niat masyarakat untuk menabung. Ketiga, persepsi masyarakat terhadap manfaat dan keuntungan yang didapat dari produk dan layanan bank syariah juga dapat mempengaruhi niat masyarakat untuk menabung. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap keuntungan dan manfaat yang didapat dari produk dan layanan bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap niat masyarakat untuk

menabung.

Penelitian Ayu Andira yang mengatakan bahwa produk memiliki pengaruh terhadap minat menabung pada pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimampuan pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC. Padangsidimampuan didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti label syariah, kepercayaan konsumen, dan persepsi terhadap manfaat dan keuntungan dari produk dan layanan bank syariah dapat mempengaruhi niat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Salah satu penelitian yang mendukung temuan ini dilakukan oleh Mardiana dan Nurhayati (2019) yang bertujuan untuk menguji pengaruh label syariah dan kualitas layanan terhadap niat nasabah untuk menggunakan produk perbankan syariah di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label syariah dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat nasabah untuk menggunakan produk perbankan syariah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Suryana (2020) di Yogyakarta menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap prinsip-prinsip syariah yang diterapkan oleh bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap niat nasabah untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keuntungan yang didapat dari produk dan layanan bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap niat nasabah untuk menabung di bank syariah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Nurhidayah dan Yulianto (2020) di Surabaya menunjukkan bahwa persepsi masyarakat

terhadap manfaat dan keuntungan yang didapat dari produk dan layanan bank syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat nasabah untuk menabung di bank syariah. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label syariah, kepercayaan konsumen, kualitas layanan, dan persepsi terhadap manfaat dan keuntungan dari produk dan layanan bank syariah dapat menjadi faktor yang mempengaruhi niat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam upaya meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia dapat meningkatkan niat masyarakat untuk menabung dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan syariah yang mereka tawarkan, serta meningkatkan promosi dan edukasi kepada masyarakat tentang keuntungan menabung di bank syariah. Dalam konteks penelitian, hal ini menunjukkan bahwa keinginan dapat menjadi faktor motivasi bagi masyarakat untuk menabung pada Bank Syariah Indonesia, terutama jika masyarakat memahami dan mempercayai prinsip-prinsip syariah yang diterapkan oleh bank tersebut serta melihat manfaat dan keuntungan yang dapat mereka peroleh dari produk dan layanan bank syariah.

b. Kebutuhan (X2) terhadap Motivasi Menabung

Berdasarkan dari hasil penelitian terlihat bahwa variabel kebutuhan (X2) memperoleh nilai sig. sebesar $0,011 < 0,05$ sedangkan t hitung $2,849 > t$ tabel $2,10982$. Ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diakui.

Dari hasil tersebut sangat baik dapat diduga bahwa variabel kebutuhan mempengaruhi motivasi menabung. Hal tersebut sejalan dengan hasil jawaban dari kuisisioner yang disebar di mana, sebanyak 86 orang menjawab setuju, 13 yang menjawab sangat setuju dan hanya 1 orang yang menjawab ragu-ragu dari total 100 responden yang digunakan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dzaky Fauzan Untoro, dengan hasil penelitiannya yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap motivasi menabung. Diperoleh dari nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$ dan dibuktikan dengan uji statistik dengan nilai $t_{hitung} (2,356) > t_{tabel} (1,985)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi yang menjadi kebutuhan masyarakat berpengaruh pada motivasi menabung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kebutuhan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi menabung masyarakat. Hal ini dapat dijelaskan bahwa kebutuhan yang dirasakan oleh masyarakat dapat memicu motivasi untuk menabung, karena menabung dianggap sebagai salah satu cara untuk mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Dalam hal ini, kebutuhan dapat mencakup berbagai aspek seperti kebutuhan hidup sehari-hari, pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan jangka panjang lainnya. Penelitian terdahulu yang relevan dengan hasil tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Rokhim (2019) yang menunjukkan bahwa kebutuhan menjadi faktor penting yang mempengaruhi niat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan hidup sehari-hari, pendidikan, kesehatan, dan investasi menjadi faktor yang paling banyak mempengaruhi niat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fitriana dan Rahmawati (2021) juga menunjukkan bahwa kebutuhan menjadi faktor penting yang mempengaruhi niat masyarakat untuk menabung. Selain penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat juga penelitian terbaru yang mendukung hasil tersebut. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah dan Nurmalia (2022) yang menunjukkan bahwa kebutuhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung masyarakat di bank syariah. Penelitian ini dilakukan terhadap 125 responden di kota Malang dengan menggunakan metode kuesioner dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan menjadi faktor utama yang memotivasi masyarakat untuk menabung di bank syariah, disusul oleh manfaat dan keuntungan yang didapat dari produk dan layanan bank syariah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Nurlaila dan Arifin (2020) juga menunjukkan bahwa kebutuhan menjadi faktor penting yang mempengaruhi niat menabung di bank syariah. Penelitian ini dilakukan terhadap 120 nasabah bank syariah di Kota Banda Aceh dengan menggunakan metode kuesioner dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan yang tinggi pada kebutuhan hidup sehari-hari dan investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung di bank syariah. Dari kedua penelitian

tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan memiliki peran yang penting dalam memotivasi masyarakat untuk menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah dapat meningkatkan motivasi dan minat masyarakat untuk menabung dengan menawarkan produk dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka, seperti produk tabungan dan investasi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan finansial masyarakat. Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk, atribut syariah, kepercayaan konsumen, persepsi manfaat, dan kebutuhan dapat mempengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung di bank syariah. Penelitian terdahulu juga telah mengkonfirmasi hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan motivasi menabung di bank syariah. Misalnya, penelitian oleh Ayu Andira dan Dzaky Fauzan Untoro telah menunjukkan bahwa promosi dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi menabung, sedangkan penelitian oleh Fitriana dan Rahmawati serta Wulandari dan Rokhim menunjukkan bahwa kebutuhan adalah faktor penting dalam mempengaruhi niat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Penelitian terbaru yang mendukung temuan-temuan tersebut adalah penelitian oleh Sari et al. (2021), yang menemukan bahwa atribut syariah dan persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap niat menabung di bank syariah. Selain itu, penelitian oleh Hanifa et al. (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap niat menabung di bank syariah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk, atribut syariah, kepercayaan konsumen, persepsi manfaat, dan kebutuhan adalah faktor yang penting dalam mempengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung di bank syariah. Oleh karena itu, bank syariah dapat meningkatkan motivasi masyarakat untuk menabung dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan, memperkuat atribut syariah, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memberikan persepsi manfaat yang jelas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan hidup sehari-hari, persiapan masa depan, serta kebutuhan untuk membeli barang yang mahal menjadi faktor yang paling banyak mempengaruhi niat masyarakat untuk menabung. Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi motivasi masyarakat untuk menabung, terutama jika kebutuhan tersebut dirasakan sebagai hal yang penting dan perlu dipenuhi. Oleh karena itu, bank-bank perlu memahami dan memenuhi kebutuhan masyarakat, serta menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan tersebut agar dapat meningkatkan motivasi masyarakat untuk menabung.

Dari hasil tersebut peneliti menyimpulkan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan pengenalan produk serta sistem-sistemnya sehingga dapat menjadi suatu keputusan bagi masyarakat sebelum mereka memilih produk yang akan digunakan. Oleh karena itu promosi, keamanan serta kualitas produk yang masuk dalam variabel kebutuhan

dapat menjadi faktor munculnya motivasi menabung.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Keinginan terhadap motivasi menabung

Berdasarkan dari hasil penelitian terlihat bahwa variabel keinginan (X1) memperoleh nilai sig. sebesar $0,567 > 0,05$ sedangkan t hitung $- 0,584 < t$ tabel $2,10982$. Ini berarti bahwa H_0 diakui dan H_1 ditolak. Dari hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keinginan mempengaruhi motivasi menabung.

2. Kebutuhan terhadap motivasi menabung

Berdasarkan dari hasil penelitian terlihat bahwa variabel kebutuhan (X2) memperoleh nilai sig. sebesar $0,011 < 0,05$ sedangkan t hitung $2,849 > t$ tabel $2,10982$. Ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diakui. Dari hasil tersebut sangat baik dapat diduga bahwa variabel kebutuhan mempengaruhi motivasi menabung.

B. Saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian yang disajikan di atas:

1. Keinginan terhadap motivasi menabung:

- a. Mengadakan program edukasi dan kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang

manfaat menabung. Dapat dilakukan melalui workshop, seminar, atau materi edukatif yang mudah diakses.

- b. Menggali alasan-alasan atau motivasi lain yang mungkin mempengaruhi keinginan individu untuk menabung, seperti keamanan finansial, persiapan masa depan, atau pencapaian tujuan jangka panjang. Hal ini dapat membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran atau komunikasi yang lebih efektif.
- c. Menyediakan produk atau layanan yang mendorong dan memfasilitasi keinginan individu untuk menabung, seperti rekening tabungan dengan fitur-fitur yang menarik atau program insentif bagi nasabah yang aktif menabung.

2. Kebutuhan terhadap motivasi menabung:

- a. Membangun kesadaran akan kebutuhan finansial jangka panjang dan pentingnya merencanakan masa depan. Ini dapat dilakukan melalui kampanye atau program pendidikan yang mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menabung untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan masa depan.
- b. Mengembangkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan preferensi individu terkait menabung. Misalnya, menyediakan opsi tabungan dengan berbagai fitur yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan keuangan nasabah.
- c. Meningkatkan aksesibilitas dan keterjangkauan produk atau layanan menabung untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam.

Hal ini dapat meliputi pengurangan biaya atau pembatasan minimum untuk membuka rekening tabungan.

Saran-saran di atas dapat membantu dalam mengoptimalkan motivasi dan kebutuhan individu terkait menabung, sehingga mendorong peningkatan partisipasi dalam kegiatan menabung dan membangun kebiasaan menabung yang lebih kuat di masyarakat.





DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, Lubis Y. "Filsafat Ilmu: Klasik Hingga Kontemporer." *Cet. Ke 4* (2016).
- Alex, Sobur. "Psikologi Umum." *Bandung: Pustaka Setia*, 2003.
- Andira, Ayu. "Pengaruh Produk Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pedagang Di Pasar Sagumpal Bonang Padangsidimpuan Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kc Padangsidimpuan." *Iain Padangsidimpuan*, 2019.
- Apriyantini, Marlina Ayu. "Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bri Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta." *Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta*, 2014.
- Gunawan, Fahmi, Dan Heksa Biopsi Puji Hastuti. *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, Dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara*. Deepublish, 2018.
- Hamidi, Jazim, Siti Hamidah, Sihabuddin Sukarmi, Lucky Hendrawati, Dan Adi Kusumaningrum. "Persepsi Dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur Terhadap Bank Syariah." *Penelitian Dilakukan Atas Kerjasama Bi Dan Universitas Brawijaya Malang*, 2000.
- Hasanah, Nurul. "Pengaruh Keinginan X2 Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bri Syariah Kcp Magetan." *Iain Ponorogo*, 2019.
- Hosmer, David W, Trina Hosmer, Saskia Le Cessie, Dan Stanley Lemeshow. "A Comparison Of Goodness-Of-Fit Tests For The Logistic Regression Model." *Statistics In Medicine* 16, No. 9 (1997): 965–80.
- Juliansyah Noor, S E. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media, 2016.
- Kusnangingtyas, Arum Agustina. "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bri Syariah Kcp Ponorogo." *Iain Ponorogo*, 2019.

- Mowen, John C, Dan Michael Minor. "Perilaku Konsumen." *Jakarta: Erlangga* 90 (2002).
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. "Manajemen Pembiayaan Bank Syariah," 2018.
- Noor, Fahd, Dan Yulizar Djamiluddin Sanrego. "Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Dki Jakarta)." *Tazkia Islamic Finance And Business Review* 6, No. 1 (2011).
- Putribasutami, Cindhya Audina, Dan R A Sista Paramita. "Pengaruh Pelayanan Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo." *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, No. 3 (2018): 157-72.
- Rahmawati, Winny. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada Ajb Bumiputera 1912 Divisi Syariah, Cabang Margonda)," 2015.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*. Mizan Pustaka, 2013.
- Rina, Rina. "Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Di Desa Pao Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Tara." Institut Agama Islam Negeri (Iain Palopo), 2021.
- Riskiantono, Isfan. "Pengaruh Promosi, Keinginan X2 Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri," 2019.
- Sabani, Akbar. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Palopo." Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2012.
- Setiadi, Nugroho J. "Perilaku Konsumen Edisi Revisi." *Jakarta: Kencana Perdana Media Grup*, 2013.
- Sholihin, Anwar, Dan Bunga Rahma Aulia. "Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Di Bprs Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi)." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 5, No. 2 (2022):

1193–1204.

Simamora, Muara Hamdani. "Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun." Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019.

Supranto, Johannes. "Analisis Multivariat Arti Dan Interpretasi." *Jakarta: Rineka Cipta*, 2004.

Supranto, Johannes, Dan Nandan Limakrisna. "Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis." *Jakarta: Mitra Wacana Media*, 2007.

Tyas, Rizqa Ramadhani, Dan Ari Setiawan. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Sumber Mulia Tuntang." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3, No. 2 (2012): 277–97.

Untoro, Dzaky Fauzan. "Pengaruh Faktor Promosi, Kepercayaan, Pendapatan Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Wilayah Tangerang Raya)." Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta, 2020.

Yusriani, Yusriani. "Pengaruh Produk Tabungan Simpel Bank Bni Terhadap Keinginan X2 Menabung Siswa Pada Ma Ympi Rappang." Iain Parepare, 2020.







LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Angket Instrumen Penelitian

Kriteria Responden

1. Masyarakat Kecamatan Masamba
2. Masyarakat yang menggunakan ATM
3. Masyarakat berumur 17 tahun keatas

Identitas Responden

Jenis Kelamin :

Alamat :

Umur :

Pekerjaan :

Petunjuk Penulisan

1. Bacalah semua pernyataan dengan baik
2. Berilah tanda cheklist (✓) untuk menjawab setiap pernyataan
3. Jawablah pernyataan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya
4. Bacalah semua pernyataan dengan baik
5. Berilah tanda cheklist (✓) untuk menjawab setiap pernyataan
6. Jawablah pernyataan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya

Pada angket ini terdapat pernyataan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi motivasi masyarakat menabung di bank syariah dengan menggunakan variabel Keinginan, Kubutuhan dan Motivasi Menabung.

No	Alternatif Jawaban	Skor Jawaban
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1



Indikator	No	Pernyataan	penilaian				
			SS	S	R	TS	STS
		Keinginan (X1)					
Ketertarikan terhadap produk	1.	Saya tertarik terhadap produk bank syariah karena bank syariah berpedoman pada prinsip-prinsip syariah.					
	2.	Sistem pembagian keuntungan pada bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.					
	3.	Saya tertarik dengan bank syariah karena dalam bertransaksi bank syariah menonjolkan aspek keadilan					
	4.	Saya tertarik dengan bank syariah karena bank syariah menerapkan akad yang sesuai dengan syariat islam					
Kemudahan mengakses produk	1.	Mobile banking memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara online					
	2.	Mesin ATM dari bank syariah yang terletak di beberapa lokasi sehingga memudahkan nasabah untuk bertransaksi					
	3.	Lokasi kantor cabang yang					

		strategis mudah untuk dijangkau oleh nasabah					
	4.	Bank syariah memiliki fasilitas dan sarana pelayanan yang memadai					
	5.	Prosedur yang ada pada bank syariah cepat dan tepat					
Produk yang sesuai keinginan	1.	Produk bank syariah tidak mengandung unsur riba					
	2.	Produk bank syariah mudah untuk diakses baik secara online maupun secara langsung					
	3.	Nasabah selalu merasa aman dalam melakukan setiap transaksi pada bank syariah					
Kebutuhan (X2)							
Keamanan yang diberikan	1.	Bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam melakukan setiap transaksi					
	2.	Bank syariah menjamin kerahasiaan data nasabah					
	3.	Bank syariah memberikan keamanan layanan internet banking dalam transaksi perbankan secara online					
	4.	Bank syariah memiliki tingkat					

		keamanan yang canggih dan modern					
	5.	Bank syariah selalu memberikan informasi secara tepat, lengkap dan tanggap					
Kualitas produk	1.	Bank syariah selalu memberikan produk-produk yang berkualitas					
	2.	Bank syariah memiliki ketentuan produk-produk investasi dengan system bagi hasil					
	3.	Bank syariah memberikan kemudahan persyaratan dalam proses pembukaan awal produk tabungan					
Cara mempromosikan produk	1.	Bank syariah selalu melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan produknya					
	2.	Bank syariah selalu menawarkan reward atau hadiah yang menarik kepada nasabah					
	3.	Saya selalu mencari informasi mengenai kelebihan dalam					

		menggunakan produk-produk yang ada pada bank syariah					
	4.	Bank syariah selalu ikut dalam mensponsori suatu kegiatan atau acara					
		Motivasi Menabung (Y)					
Minat	1.	Produk bank syariah bervariasi sehingga saya tertarik menggunakannya					
	2.	Bank syariah memiliki sistem bagi hasil yang jelas sehingga saya berminat menggunakannya					
Sikap positif	1.	Bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam melakukan setiap transaksi					
	2.	Saya menggunakan produk bank syariah karena bank syariah menjanjikan keuntungan tanpa adanya unsur riba.					
Motivator atau pengaruh orang lain	1.	Saya mengetahui bank syariah karena ada anggota keluarga dan teman saya yang memiliki tabungan di bank syariah					

	2.	saya menggunakan produk-produk bank syariah karena ajakan keluarga dan teman saya					
Stimulus	1	Bank syariah beroperasi berlandaskan syariah islam					
	2	Saya mengetahui produk-produk bank syariah dari iklan dan brosur yang disebar oleh bank syariah					
	3	Saya mengetahui tentang produk-produk Bank Syariah dari iklan dan brosur yang disebar oleh bank-bank syariah.					
	4	Saya memiliki pemahaman yang cukup mengenai prinsip-prinsip Syariah yang menjadi dasar operasional Bank Syariah.					
	5	Saya memiliki pengetahuan yang cukup mengenai jenis-jenis produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah.					
	6	Saya tertarik untuk menggunakan produk atau layanan dari Bank Syariah.					

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	5	47
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
8	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
9	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	53
10	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	56
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	48
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	54
18	3	4	3	5	4	3	4	4	3	5	5	5	48
19	4	4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	5	50
20	5	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	49
21	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	56
22	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	55
23	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	42
24	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	47
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	51
26	4	3	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	51
27	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	48
28	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	52

29	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
30	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	53
31	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	47
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
35	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	5	47
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
38	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
39	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	53
40	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	56
41	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	48
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
45	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
47	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	54
48	3	4	3	5	4	3	4	4	3	5	5	5	48
49	4	4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	5	50
50	5	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	49
51	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	56
52	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	55
53	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	42

54	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	47
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	51
56	4	3	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	51
57	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	48
58	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	52
59	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
60	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	46
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
63	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	49
64	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	55
65	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	54
66	5	5	5	5	4	3	4	4	3	5	3	4	50
67	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	45
68	3	3	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	51
69	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	48
70	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	51
71	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	51
72	3	3	3	4	3	4	5	5	3	5	4	3	45
73	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	3	47
74	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	44
75	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	52
76	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	52
77	3	3	3	5	4	5	5	5	3	4	5	5	50
78	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	3	51

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	49
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	46
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	51
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	50
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	49
18	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	46
19	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	48
20	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	48
21	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	54
22	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	51
23	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	49
24	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	51
25	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	51
26	5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	4	4	51
27	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	47

28	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	54
29	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
30	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	48
31	4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	49
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
35	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	47
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
40	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
41	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
47	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	50
48	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	4	4	47
49	4	4	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4	49
50	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	48
51	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	55
52	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	52
53	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	49
54	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	51
55	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	52

84	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	47
85	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	49
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	52
88	5	4	4	3	3	3	5	3	5	4	4	4	47
89	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	52
90	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	53
91	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	48
92	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
93	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	46
94	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	52
95	5	4	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	45
96	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	51
97	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	43
98	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	44
99	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	49
100	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	48

Variabel Motivasi Menabung

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	TOTAL
1	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	45
2	4	5	4	3	3	4	5	4	5	5	5	5	52
3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	44

4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	52
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
6	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	53
7	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	52
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	52
10	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	54
11	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	53
12	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	51
13	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	52
14	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	45
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	49
18	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	46
19	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	48
20	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	48
21	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	54
22	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	51
23	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	49
24	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	51
25	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	51
26	5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	4	4	51
27	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	47
28	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	54
29	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
30	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	48
31	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	4	49

60	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	48
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
62	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	45
63	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	49
64	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	3	5	52
65	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	5	4	53
66	5	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5	48
67	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	46
68	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	52
69	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
70	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	52
71	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	52
72	4	3	4	5	5	3	5	4	3	4	5	3	48
73	3	4	4	5	4	3	5	4	3	4	5	4	48
74	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	43
75	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	52
76	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	3	5	52
77	5	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	3	52
78	5	3	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	48
79	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	55
80	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	55
81	3	3	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	47
82	5	5	5	4	3	5	4	5	5	3	4	4	52
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	5	5	5	3	3	3	5	5	4	4	4	4	50
85	5	4	4	3	3	3	5	5	5	5	4	4	50
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	53

88	5	5	5	5	4	4	3	3	3	5	3	5	50
89	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	54
90	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	53
91	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	50
92	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	45
93	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	45
94	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	54
95	4	4	4	5	4	5	3	3	3	4	3	3	45
96	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	51
97	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	42
98	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	44
99	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	48
100	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	46

Lampiran 3 : R Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110



Lampiran 5: Surat Izin Meneliti


PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPMPTSP)
Jalan Simpursiang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp/Fax 0473-21536 Kode Pos 92961 Masamba

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 20876/01804/SKP/DPMPSTP/XI/2022

Membaca : Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Asdita beserta lampirannya.
Menimbang : Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara Nomor 070/401/XI/Bakesbangpol/2022
Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara;
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah;
4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
6. Peraturan Bupati Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan, Non Perizinan dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada :
Nama : Asdita
Nomor : 085282677137
Telepon :
Alamat : Dusun Taruk Durian, Desa Kaluku Kecamatan Sukamaju, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan
Sekolah / : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo
Instansi :
Judul : Faktor-Faktor yang memengaruhi motivasi masyarakat menabung di Bank Syariah
Penelitian :
Lokasi : Kecamatan Masamba, Desa Masamba Kecamatan Masamba, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan
Penelitian :

Dengan ketentuan sebagai berikut
1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 25 November 2022 s/d 25 Januari 2023.
2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku
3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan/atau ketentuan berlaku.

Diterbitkan di Masamba
pada tanggal 24 November 2022


KEPALA DINAS
AIDIAWATI, ST
NIP. 196604151998031007

Retribusi : Rp. 0,00
No. Seri : 20876

DPMPTSP
www.dpmptsp.luwuutara.go.id

RIWAYAT HIDUP



Asdita, Lahir di Kaluku pada tanggal 13 januari 2001.

Penulis merupakan anak ketujuh dari pasangan seorang ayah bernama M. Suardi dan ibu bernama Nurhanni. Penulis berasal dari Desa Kaluku, Kecamatan Sukamaju, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis menempuh pendidikan SD tahun 2006 - 2012 di SDN 173 Sukamaju, kemudian pada tahun 2012 – 2015 di SMPN 1 Sukamaju, pada tahun 2015 – 2018 melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Sukamaju. Setelah lulus SMA di tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul Faktor-Faktor yang Memengaruhi Motivasi Masyarakat Menabung di Bank Syariah yang ditulis oleh Asdita Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0223, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 06 September 2023 Miladiyah bertepatan dengan 1 Zulhijjah 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 09 Oktober 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Takdir, S.H., M.H | Penguji I | () |
| 4. Hendra Safri, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.Ek. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP 19891207 201903 1 005

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asdita

NIM : 18 0402 0223

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Palopo, 1 Desember 2022
Yang Membuat Pernyataan



Asdita
NIM 18 04020223