

**PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN DAN LOKASI
TERHADAP MINAT PEDAGANG KABUPATEN LUWU
UTARA MENABUNG DI BANK SYARIAH YANG
DIMODERASI RELIGIUSITAS**

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*



IAIN PALOPO

Oleh

REPI

19 0402 0111

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

**PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN DAN LOKASI
TERHADAP MINAT PEDAGANG KABUPATEN LUWU
UTARA MENABUNG DI BANK SYARIAH YANG
DIMODERASI RELIGIUSITAS**

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*



IAIN PALOPO

Oleh

REPI

19 0402 0111

Pembimbing:

Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : REPI
Nim : 19 0402 0111
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi ataupun duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya dan segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 28 Juli 2023

buat pernyataan



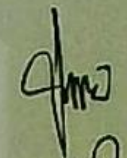

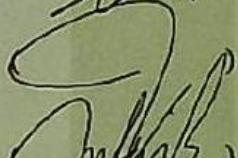
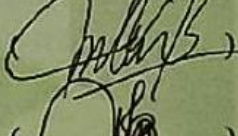
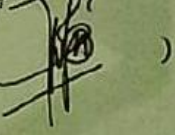
REPI
Nim. 19 0402 0111

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Pedagang Kabupaten Luwu Utara Menabung di Bank Syariah yang Dimoderasi Religiusitas yang ditulis oleh Repi Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0402 0111, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, 13 September 2023 Miladiyah bertepatan dengan 27 Safar 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 25 Agustus 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. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek. | Penguji I | () |
| 4. Megasari S.Pd., M.Sc | Penguji II | () |
| 5. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy | 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



Edy 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 وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ
وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ (اما بعد)

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 “Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Pedagang Kabupaten Luwu Utara Menabung di Bank Syariah yang Dimoderasi Religiusitas” setelah melalui proses yang panjang.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri 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 kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Ratman dan ibunda Bakke, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya serta saudariku yang selama ini membantu mendoakanku. Semoga Allah SWT., mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. H. Muammar Arafat Yusmad selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr. Muhaemin, M.A 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.EI.,M.EI., 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. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Madehang, S.Ag., M.Pd. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

Semoga setiap bantuan Do'a, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah swt. Menuntun kearah yang benar dan lurus. Aamiin.

Palopo, 28 Juli 2023

REPI

Nim. 19 0402 0111

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

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

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
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	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah

ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
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) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fatḥah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوّ	<i>fatḥah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هُوْلَ : *hauला*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِي	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ... اِي	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُ... اُو	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*
رَمَى : *rāmā*
قِيلَ : *qīla*
يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةَ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
الْمَدِينَةَ الْفَاضِلَةَ : *al-madīnah al-fādilah*
الْحِكْمَةَ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

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

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ِ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah

terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: ta'murūna
النَّوْعُ	: al-nau'
شَيْءٌ	: syai'un
أُمِرْتُ	: umirtu

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 perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī
Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ بِاللَّهِ
ūnūlāh *ūlāh*

adapuntā'marbūtah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

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. Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

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 Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad
Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid
(bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PRAKATA	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
DAFTAR SIMBOL	xvii
DAFTAR ISTILAH	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
B. Landasan Teori	12
C. Kerangka Pikir.....	39
D. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
C. Definisi Operasional Variabel	45
D. Populasi dan Sampel.....	46
E. Data dan Sumber Data.....	47
F. Instrumen Penelitian.....	48
G. Teknik Pengumpulan Data	49
H. Uji Instrumen Penelitian.....	50
I. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Hasil Penelitian	57
B. Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	75
A. Simpulan.....	75
B. Saran	75

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Umur.....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas	60
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.6 Uji Multikolenaritas	63
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas.....	65
Tabel 4.8 Uji Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4.9 Uji T	68
Tabel 4.10 Uji F	68
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 4.12 Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	70



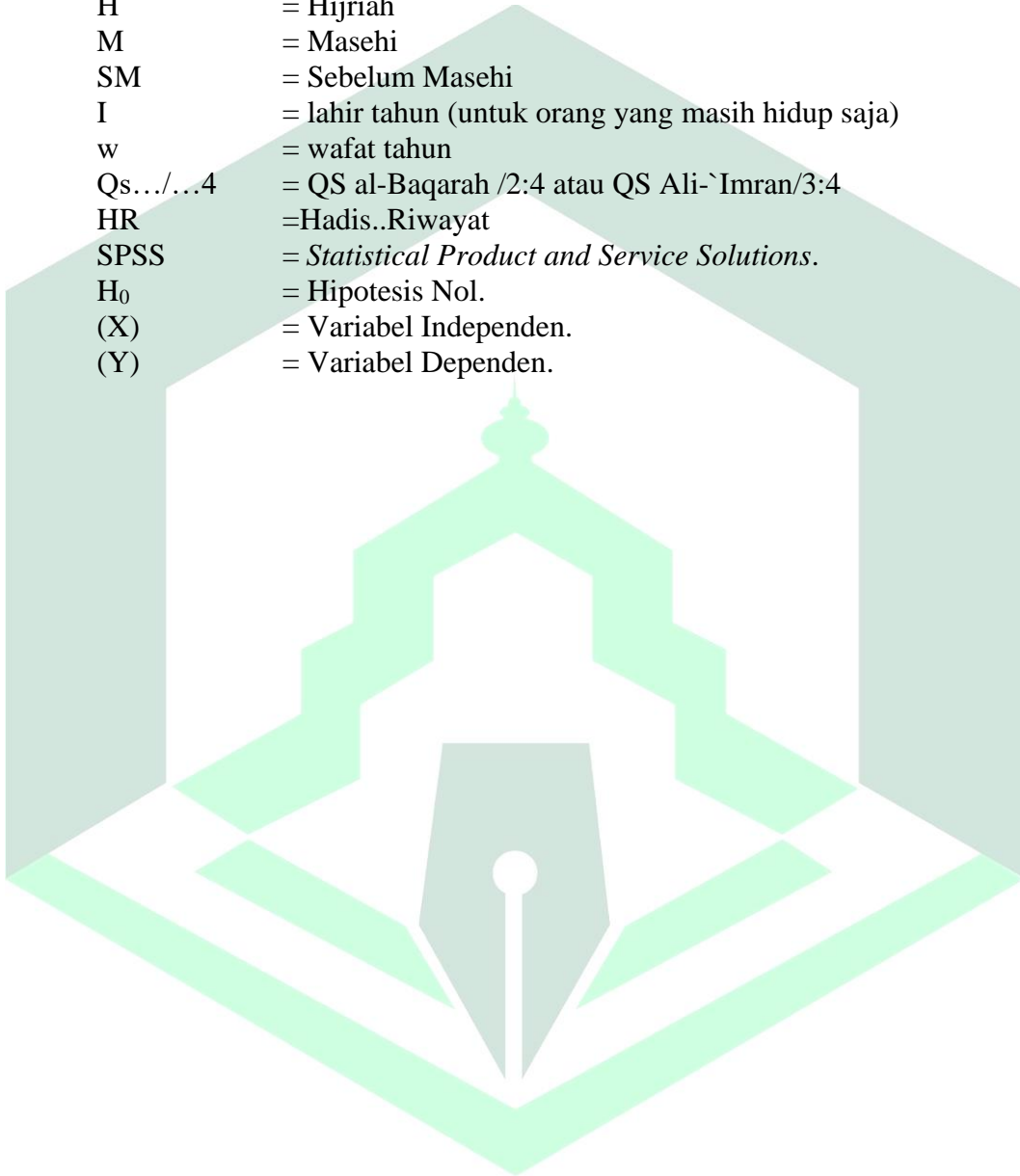
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 40



DAFTAR SINGKATAN

Swt.	= <i>subhanahu wa ta`ala</i>
Saw.	= <i>shallallahu `alaihi wa sallam</i>
as	= <i>`alaihi as-salam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= wafat tahun
Qs.../...4	= QS al-Baqarah /2:4 atau QS Ali-`Imran/3:4
HR	=Hadis..Riwayat
SPSS	= <i>Statistical Product and Service Solutions.</i>
H ₀	= Hipotesis Nol.
(X)	= Variabel Independen.
(Y)	= Variabel Dependen.



DAFTAR SIMBOL

x	= Kali.
=	= Sama Dengan.
>	= Lebih Besar Dari
<	= Lebih Kecil Dari
%	= Persen



DAFTAR ISTILAH

Variabel Independen	: Variabel Bebas
Variabel Dependen	: Variabel Terikat
Variabel Moderasi	: Variabel yang dapat memengaruhi variabel bebas dan terikat
Pendapatan	: Penghasilan
Lokasi	: Tempat
Religiusitas	: Tingkat Ketaatan Terhadap Syariat Agama
Pedagang	: Pihak yang menjual barang atau jasa.



ABSTRAK

REPI, 2023. “*Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Pedagang Kabupaten Luwu Utara Menabung di Bank Syariah yang Dimoderasi Religiusitas*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Hamida.

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Pedagang Kabupaten Luwu Utara Menabung di Bank Syariah yang Dimoderasi Religiusitas. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang menggunakan angket/kuesioner. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *random sampling*, besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *slovin* sehingga jumlah sampel penelitian ini sebesar 100 responden. Teknik Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1). Secara parsial pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang manabung di bank syariah. (2). Secara parsial lokasi tidak berpengaruh terhadap minat pedagang manabung di bank syariah. (3). Secara simultan pendapatan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang manabung di bank syariah. (4). Hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan variabel religiusitas tidak mampu memoderisasi variabel pendapatan dan lokasi terhadap variabel minat pedagang manabung di bank syariah.

Kata kunci: Pendapatan, Lokasi, Minat, Pedagang, Perbankan Syariah

ABSTRACT

REPI, 2023. *"The Influence of Income Level and Location on the Interest of North Luwu Regency Traders to Save in Islamic Banks Moderated by Religiosity". Thesis for the Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Institute. guide by Hamida.*

This research discusses the influence of income level and location on North Luwu Regency traders' interest in saving at Islamic banks moderated by religiosity. This type of research is quantitative research with data collection methods using questionnaires. Determining the research sample using the random sampling. The analysis techniques used in this research are multiple regression analysis techniques and Moderated Regression Analysis (MRA). The results of this study indicate that (1). Partially, income has a positive and significant effect on traders' interest in investing in sharia banks. (2). Partially, location has no effect on traders' interest in saving at sharia banks. (3). Simultaneously, income and location have a significant effect on traders' interest in saving at Islamic banks. (4). The results of the Moderated Regression Analysis (MRA) test show that the religiosity variable is unable to moderate the income and location variables on the trader's interest in saving at sharia banks.

Keywords: *Income, Location, Interests, Merchants, Sharia Banking.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan berbagai bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) lainnya. Namun, eksistensi bank syariah semakin meningkat setelah pengesahan Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang ini memberikan dorongan bagi pendirian bank syariah dengan memperbolehkan bank konvensional untuk membuka unit usaha syariah.¹

Meskipun mayoritas bank yang lebih dulu berkembang adalah bank dengan prinsip konvensional dan menerapkan sistem bunga untuk meraih keuntungan, Bank Syariah juga mulai berkembang dan tersebar di berbagai provinsi di Indonesia, meskipun jumlahnya masih lebih sedikit daripada Bank Konvensional. Kehadiran Bank Syariah di tengah-tengah Bank Konvensional memberikan alternatif sistem perbankan bagi umat muslim yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa melanggar larangan riba.² Perbedaan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah sangat jelas, karena Bank Syariah mengacu pada prinsip hukum Islam yang melarang riba atau bunga, sedangkan

¹ Trisadini P Usanti., and Abd Shomad. *Transaksi bank syariah*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2022). 13

² Indri Malita Sari, and Sri Wigati. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Permasalahan Ekonomi Syariah Di Indonesia." *JURNAL EKONOMI PERJUANGAN* 3, no. 2 (2021): 113-127. <https://doi.org/10.36423/jumper.v3i2.905>

Bank Konvensional tidak mengikutsertakan hukum Islam dan menerapkan sistem bunga.³ Dalam era bisnis yang penuh persaingan ini, Bank Syariah harus mengadopsi strategi yang efektif guna menarik nasabah untuk menabung di lembaga mereka. Bank-bank, baik konvensional maupun Syariah, menggunakan berbagai cara dan strategi pemasaran untuk mempromosikan produk-produk yang mereka tawarkan.⁴

Persaingan yang sengit di sektor perbankan ini bertujuan untuk mendapatkan perhatian pedagang dan memfasilitasi pertumbuhan perusahaan mereka. Berdasarkan data Dinas DP2KUKM Kabupaten Luwu Utara perkembangan pedagang atau UMKM semakin meningkat tiap tahunnya, hal tersebut berdasarkan data sebagai berikut:

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM Kabupaten Luwu Utara

Tahun	Jumlah UMKM
2018	12.865
2019	12.980
2020	12.980
2021	13.200

Sumber: DP2KUKM Kabupaten Luwu Utara

Berdasarkan data tersebut menunjukkan perkembangan UMKM di Kabupaten Luwu Utara semakin meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut menjadi potensi bagi Bank Syariah untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Sebagai bank yang mengedepankan prinsip-prinsip syariah, Bank Syariah dapat menawarkan berbagai produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, seperti

³ Faturrahman Djamil. *Penyelesaian pembiayaan bermasalah di bank syariah*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2022). 23

⁴ Nur Dinah Fauziah, ME Mohamad Toha, and ME Rahma Sandhi Prahara. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. (Jakarta: CV Literasi Nusantara Abadi, 2021). 43

pembiayaan syariah, tabungan syariah, investasi syariah, dan layanan perbankan lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan meningkatnya jumlah UMKM yang sedang berkembang di Kabupaten Luwu Utara, Bank Syariah dapat memanfaatkan peluang ini untuk menarik lebih banyak nasabah dari kalangan pengusaha UMKM.

Meningkatkan minat beli Pedagang bukanlah tugas yang sederhana. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pedagang dalam memilih Bank Syariah, seperti informasi dan penilaian yang diberikan, humanisme dan dinamisnya pelayanan, fleksibilitas dalam ukuran layanan, kebutuhan, lokasi, keyakinan dan sikap, materialisme, keluarga, peran dan status, kemudahan dalam menyimpan kekayaan, perilaku pasca pembelian, promosi langsung, dan aspek agama.⁵

Pendapatan pedagang merupakan faktor yang diduga memengaruhi minat pedagang menabung di bank syariah. Keynes berpendapat bahwa tabungan adalah bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Dalam ilmu ekonomi, tabungan dapat dituliskan dengan rumus $S = Y - C$, yang berarti tabungan dapat dicari dengan cara mengurangi pendapatan dengan konsumsi. Dari teori ekonomi tersebut, dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi pendapatan maka hasrat atau keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pendapatan menurun maka keinginan atau peluang untuk bisa menabung akan semakin rendah. Sehingga pendapatan berpengaruh positif dengan intensi menabung. Sejalan

⁵ Rahmat Ilyas. "Manajemen Permodalan Bank Syariah." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5.2 (2018): 323-338.

dengan penjelasan teori tersebut, permintaan untuk menabung di bank syariah juga dipengaruhi oleh besar kecilnya pendapatan. Semakin besar pendapatan, maka permintaan untuk menabung di bank syariah akan semakin tinggi.⁶

Selain pendapatan peneliti menduga bahwa lokasi bank merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat pedagang di Luwu Utara dalam memilih menggunakan jasa bank syariah. Menurut Morger dan Feinberg dalam Garry Rondonuwu, lokasi merupakan faktor yang signifikan yang mempengaruhi keputusan konsumen. lokasi merupakan variabel utama yang mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap tempat yang akan dituju. Lokasi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran paling fleksibel, dapat diubah dengan cepat, tidak seperti unsur-unsur lainnya, namun akan lebih efektif apabila didukung oleh variabel lainnya.⁷ Lokasi bank syariah yang strategis dapat memengaruhi minat pedagang dalam menggunakan jasa perbankan tersebut karena aksesibilitas yang mudah dan dekat dengan tempat usaha mereka. Dengan adanya kemudahan ini, pedagang dapat memanfaatkan layanan perbankan syariah secara efisien dan efektif, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepuasan mereka dalam mengelola transaksi keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.⁸

Bank Syariah di Kabupaten Luwu Utara berlokasi strategis, berada dipinggir jalan raya dan dekat dengan pusat perbelanjaan, serta mudah dijangkau

⁶Jefri Putri Nugraha, et al, *Teori perilaku konsumen*. (Pekalongan: Penerbit NEM, 2021), 13

⁷ Garry Rondonuwu, Dantje Kelles, and Lucky F. Tamengkel. "Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado)." *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* 4.4 (2018); 132

⁸ Siti Raihana, and Riza Aulia. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Pedagang Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)." *Jihbiz: Global Journal Of Islamic Banking* 2.2 (2020): 110-123.

dengan kendaraan umum maupun pribadi. Meskipun demikian, minat Pedagang untuk menabung di Bank Syariah masih kurang, dengan umumnya mereka lebih memilih Bank Konvensional. Penentuan lokasi yang strategis sangat penting dalam menjalankan usaha terutama dalam bidang perbankan. Keberadaan kantor cabang bank yang mudah diakses dan letak mesin ATM yang strategis akan memudahkan Pedagang atau calon nasabah untuk berhubungan dengan bank tersebut. Semakin strategis lokasi bank, baik kantor cabang maupun ATM-nya, maka semakin mudah bagi nasabah untuk bertransaksi dengan bank tersebut.⁹

Sayyidatul Maghfiroh menjelaskan dalam penelitiannya bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.¹⁰ Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Feni Putriana Dewi menjelaskan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.¹¹ Kemudian penelitian dilakukan Anwar Sholihin dan Bunga Rahma Aulia menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat menabung pedagang pasar di Aur Kuning Bukittinggi.¹² Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfitriah Ruslan dan Rika Rahma menunjukkan bahwa lokasi

⁹ Ika Adeyani, and Tuti Anggraini. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat." *Journal Economy And Currency Study (JECS)* 3.2 (2021): 47-66.

¹⁰ Sayyidatul Maghfiroh. "Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswa darush shalihah." *Jurnal pendidikan dan ekonomi* 7.3 (2018): 213-222.

¹¹ Feni Putriana Dewi, *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Kota Salatiga Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*. Diss. IAIN SALATIGA, 2019.

¹² Anwar Sholihin, and 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)* 5.2 (2022): 1193-1204.

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.¹³ Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Titin Agustin Nengsih *et.al* menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat.¹⁴ Sehingga berdasarkan hasil penelitian dari beberapa peneliti tersebut terdapat gap atau perbedaan hasil penelitian.

Kemudian berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan masalah yang dihadapi adalah kurangnya kesadaran Pedagang tentang pentingnya membumikan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan. Meskipun beberapa Pedagang sudah mengetahui perbedaan antara bank syariah dan konvensional, serta paham tentang haramnya riba, namun masih terdapat beberapa pedagang yang tetap menabung di bank konvensional karena sudah terbiasa atau familiar dengan bank tersebut. Hal ini menjadi permasalahan bagi pihak BSI KCP Masamba, karena pedagang mengatakan belum pernah mendapatkan atau mengikuti sosialisasi yang dilaksanakan di pasar tersebut. Meskipun pihak Bank Syariah Indonesia mengatakan bahwa selama pandemi Covid-19 mereka tidak melakukan sosialisasi, namun sebelum merger menjadi BSI, pihak bank syariah yang ada di daerah tersebut sudah pernah melakukan sosialisasi, seperti yang dikatakan oleh beberapa pedagang yang telah mendapatkan sosialisasi dari pihak bank syariah tersebut.¹⁵

¹³ Nurfitriah Ruslan, And Rika Rahma. "Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Parepare Pada Pedagang Kelurahan Labukkang." *DECISION: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3.2 (2022): 252-259.

¹⁴ Titin Agustin Nengsih, Arsa Arsa, and Pradita Sari Putri. "Determinan minat menabung Pedagang di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi." *Perbanas Journal of Business and Banking* 11.1 (2021): 93-111.

¹⁵ Nurul Muthmainah. *Pemahaman Pedagang Muslim Di Pasar Sentral Kota Masamba Terhadap Bank Syariah Indonesia Kcp Masamba*. Diss. IAIN Palopo, 2022: 78

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut serta terdapat *research gap* dalam penelitian, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menguji mengapa masih banyak Pedagang yang masih menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah walaupun mereka mungkin sudah paham mengenai sistem di bank konvensional yang tidak sesuai dengan prinsip Syariah.

Untuk memberikan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya maka peneliti mencoba menggunakan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi yang dapat digunakan untuk mengisi perbedaan hasil atau menjembatani ketidak konsistenan hasil dari penelitian sebelumnya. Dalam teori kepercayaan (*trust theory*) menjelaskan bahwa hubungan religiusitas dengan minat menabung di bank syariah dapat dijelaskan oleh tingginya kepercayaan individu yang religius terhadap prinsip-prinsip syariah, kejujuran, keadilan, kehalalan, dan nilai-nilai komunitas keagamaan yang terkait dengan bank syariah. Individu yang sangat religius mungkin cenderung melihat bank syariah sebagai lembaga keuangan yang lebih sesuai dengan keyakinan dan praktik keagamaan mereka, mendorong mereka untuk memilih opsi ini untuk menabung sebagai bentuk konsistensi nilai-nilai agama dalam keputusan keuangan mereka.¹⁶ Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni yang menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat seseorang untuk menabung di lembaga keuangan syariah.¹⁷ Oleh karena itu, peneliti akan melakukan

¹⁶ Dwi Putri Robiatul Adawiyah. "Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di kabupaten sampang." *Jurnal komunikasi* 14.2 (2020): 135-148.

¹⁷ Abdul Haris Romdhoni. "Pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4.02 (2018): 136-147.

penelitian dengan judul “Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Pedagang Menabung di Bank Syariah yang Dimoderasi Religiusitas di Kabupaten Luwu Utara”.

B. Rumusan Masalah

Agar mempermudah dalam melakukan penelitian, maka perlu dirumuskan permasalahan tersebut yaitu

1. Apakah Tingkat Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Pedagang Menabung di Kabupaten Luwu Utara?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Minat Pedagang Menabung di Kabupaten Luwu Utara?
3. Apakah Tingkat Pendapatan dan Lokasi berpengaruh terhadap Minat Pedagang Menabung di Kabupaten Luwu Utara?
4. Apakah Tingkat Pendapatan dan Lokasi berpengaruh terhadap Minat Pedagang Menabung di Kabupaten Luwu Utara yang Dimoderasi Religiusitas?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Minat Pedagang Menabung di Kabupaten Luwu Utara.
2. Untuk Menganalisis Pengaruh Lokasi terhadap Minat Pedagang Menabung di Kabupaten Luwu Utara.
3. Untuk Menganalisis Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Pedagang Menabung di Kabupaten Luwu Utara

4. Untuk Menganalisis Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Pedagang Menabung di Kabupaten Luwu Utara yang Dimoderasi Religiusitas

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai pengaruh tingkat pendapatan dan lokasi secara simultan terhadap minat Pedagang menabung di bank syariah yang dimoderasi religiusitas.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan bagi bank syariah untuk menentukan langkah selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh tingkat pendapatan dan lokasi secara simultan terhadap minat Pedagang menabung di bank syariah yang dimoderasi religiusitas.

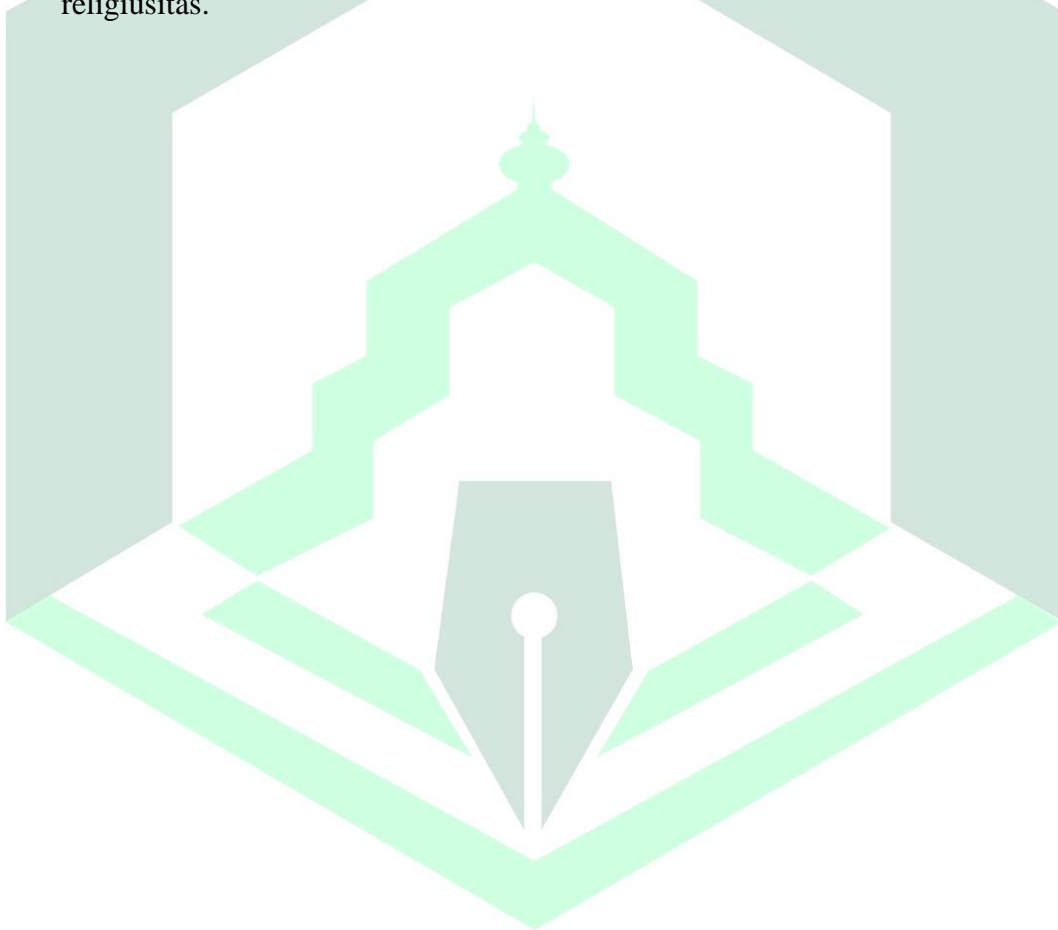
- b. Bagi Akademik

Secara akademik penulis mengarpakan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait pengaruh tingkat pendapatan dan lokasi

secara simultan terhadap minat Pedagang menabung di bank syariah yang dimoderasi religiusitas.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang pengaruh tingkat pendapatan dan lokasi secara simultan terhadap minat Pedagang menabung di bank syariah yang dimoderasi religiusitas.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini bergantung pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan sebagai perbandingan dan studi. Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu berikut ini:

1. Sayyidatul Maghfiroh dengan judul penelitian Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswi darush shalihat pada tahun 2018. Hasil penelitian ini adalah (1) Religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (2) Pendapatan memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (3) Lingkungan Sosial terdapat pengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (4) Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.¹⁸ Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu memiliki kemiripann variabel yang digunakan yaitu religiusitas, pendapatan, dan minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi.

¹⁸ Sayyidatul Maghfiroh. "Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswi darush shalihat." *Jurnal pendidikan dan ekonomi* 7.3 (2018): 213-222.

2. Anwar Sholihin, dan Bunga Rahma Aulia dengan judul penelitian analisis pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat menabung di bprs ampek angkek canduang (studi kasus pedagang pasar Aur Kuning Bukittinggi) pada tahun 2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu lokasi dan pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung (Y) pedagang pasar di Aur Kuning Bukittinggi, dan merupakan pengaruh positif yang menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh yang baik.¹⁹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu memiliki kemiripann variabel yang digunakan yaitu pendapatan dan minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi.
3. Nurfitriah Ruslan dan Rika Rahma dengan judul penelitian Pengaruh Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Parepare Pada Pedagang Kelurahan Labukkang pada tahun 2022. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap

¹⁹ Anwar Sholihin, and 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)* 5.2 (2022): 1193-1204.

minat menabung.²⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu memiliki kemiripann variabel yang digunakan yaitu lokasi dan minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Maisarah Amanda dan M. Shabri Abd Majid, dengan judul penelitian Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi kasus dosen universitas syiah kuala) pada tahun 2022. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, pendapatan, lokasi, produk, dan pelayanan mempengaruhi minat menabung di bank syariah.²¹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu memiliki kemiripann variabel yang digunakan yaitu lokasi dan minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi
5. Raihana Siti dan Riza Aulia dengan judul penelitian Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya) pada tahun 2020. Hasil penelitian mengenai pengujian variabel menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat kecamatan Seunagan untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Jeuram.

²⁰ Nurfitriah Ruslan, And Rika Rahma. "Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Parepare Pada Pedagang Kelurahan Labukkang." *DECISION: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3.2 (2022): 252-259.

²¹ Siti Maisarah Amanda, and M. Shabri Abd Majid. "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi kasus dosen universitas syiah kuala)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 1.2 (2019).

Namun, religiusitas, lokasi, dan lingkungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat tersebut dalam berinvestasi pada bank syariah, khususnya pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Jeuram. Secara keseluruhan, pengetahuan, religiusitas, lokasi, dan lingkungan sosial berperan penting dalam membentuk minat masyarakat untuk melakukan tabungan di bank syariah tersebut.²² Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu memiliki kemiripann variabel yang digunakan yaitu lokasi dan minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi

B. Landasan Teori

1. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan dapat didefinisikan sebagai jumlah uang atau nilai ekonomi yang diperoleh oleh individu, keluarga, atau suatu entitas dalam periode tertentu melalui berbagai sumber, seperti pekerjaan, investasi, atau kegiatan bisnis. Pendapatan seringkali digunakan sebagai indikator keberhasilan ekonomi dan kemampuan seseorang atau entitas untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan finansial mereka.²³ Dalam kamus besar bahasa Indonesia

²² Raihana Siti, and Riza Aulia. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)." *Jihbiz: Global Journal Of Islamic Banking* 2.2 (2020): 110-123.

²³Phaureula Artha Wulandari, and Emy Iryanie. *Pajak daerah dalam pendapatan asli daerah*. (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 2

pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).²⁴ Pendapatan merujuk pada segala hal yang diterima oleh individu, kelompok, perusahaan, instansi, atau institusi sebagai hasil dari kerja yang telah dilakukan. Pendapatan ini dapat berupa uang, gaji, upah, atau laba.²⁵

Pendapatan adalah hasil dari transaksi antara seorang pedagang dan pembeli di mana barang jualan diserahkan dan pembayaran dilakukan secara tunai atau melalui hutang atau kredit. Dalam konteks ini, hasil penjualan tersebut dianggap sebagai pendapatan.²⁶

Menurut Ramlan, pendapatan merujuk pada imbalan yang diperoleh dari usaha yang telah dilakukan dalam periode waktu tertentu.²⁷ Pendapatan adalah peningkatan atau penurunan jumlah aset yang dimiliki, serta penurunan kewajiban suatu organisasi sebagai hasil dari penjualan barang dan jasa kepada pihak lain dalam periode tertentu. Hal ini mengakibatkan peningkatan nilai modal.²⁸

Pendapatan juga dapat diartikan sebagai kekayaan yang dimiliki oleh sebuah bangsa sebagai aset untuk mengembangkan potensi yang dimiliki dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup. Hasil tersebut digunakan untuk meningkatkan tingkat perekonomian suatu bangsa atau negara. Berdasarkan definisi ini, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pendapatan merupakan

²⁴Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2019), 185

²⁵BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2018), 230

²⁶ Muhammad Bakhir. *Buku Induk Ekonomi Islam* (Jakarta: Zahra, 2018), 102

²⁷ Phaureula Artha Wulandari, and Emy Iryanie. *Pajak daerah dalam pendapatan asli daerah* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 2

²⁸ Christian H, M.Fuad, *Pengantar Bisnis* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2020),

segala bentuk penghasilan yang diterima oleh seorang pedagang, baik dalam bentuk materi maupun non-materi, yang diperoleh dalam periode tertentu untuk meningkatkan standar kehidupan pedagang tersebut.²⁹

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merujuk pada segala hasil yang diperoleh seseorang, baik dalam bentuk uang, materi, maupun non-materi, dalam periode waktu tertentu untuk mendukung kehidupan manusia. Dengan adanya pendapatan tersebut, seseorang dapat mengelola dan mengatur kehidupan untuk memenuhi segala kebutuhan hidup dan menciptakan kesejahteraan yang memadai.

b. Jenis-jenis Pendapatan

Berikut ini beberapa jenis pendapatan yang diperoleh seseorang sebagai berikut.³⁰

1) Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor merujuk pada total pendapatan atau penerimaan sebelum dikurangi dengan pengeluaran atau potongan-potongan lainnya. Ini adalah jumlah pendapatan yang diterima sebelum ada pemotongan pajak, biaya produksi, atau pengeluaran lainnya. Pendapatan kotor dapat berasal dari berbagai sumber, seperti penjualan produk atau jasa, investasi, atau penerimaan lainnya. Misalnya, pendapatan kotor seorang pekerja dapat mencakup gaji atau upah yang diterima sebelum dikurangi dengan pajak atau potongan lainnya.

²⁹ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi* (Jakarta: Bina Grafika, 2018), 79

³⁰ Kuswadi. *Pencatatan Keuangan Usaha Dagang untuk Orang-orang Awam* (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2018), 15

2) Pendapatan Bersih

Pendapatan Bersih, merupakan pendapatan setelah dikurangi dengan semua pengeluaran, potongan, dan pajak yang berlaku. Ini adalah jumlah yang tersisa setelah semua deduksi dilakukan. Pendapatan bersih menggambarkan pendapatan yang sebenarnya tersedia untuk digunakan atau disimpan setelah semua kewajiban dan pengeluaran dipenuhi. Dalam konteks bisnis, pendapatan bersih sering juga disebut sebagai laba bersih atau keuntungan bersih. Untuk individu, pendapatan bersih dapat mencakup gaji bersih setelah dipotong pajak penghasilan, biaya hidup, atau pengeluaran lainnya.³¹

c. Sumber-sumber Pendapatan

Menurut Samuelson dan Nordhaus, ada beberapa sumber pendapatan utama yang dapat menjadi basis penghasilan seseorang atau sebuah entitas. Berikut adalah penjelasan tentang tiga sumber pendapatan utama:³²

1) Gaji dan Upah

Gaji dan upah adalah sumber pendapatan yang paling umum dan diterima oleh sebagian besar individu. Gaji merujuk pada pendapatan yang diterima sebagai imbalan atas pekerjaan atau jasa yang dilakukan dalam konteks pekerjaan yang terikat oleh kontrak atau kesepakatan. Upah, di sisi lain, mengacu pada pendapatan yang diterima sebagai imbalan atas pekerjaan fisik yang bersifat kasual atau sementara. Gaji dan upah dapat berasal dari

³¹ Kuswadi. *Pencatatan Keuangan Usaha Dagang untuk Orang-orang Awam* (Jakarta:PT Alex Media Komputindo, 2018), 16

³² Phaureula Artha Wulandari, and Emy Iryanie. *Pajak daerah dalam pendapatan asli daerah* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 4

pekerjaan penuh waktu, paruh waktu, atau lepas, tergantung pada sifat dan kebutuhan pekerjaan.

2) Pendapatan dari Kekayaan

Pendapatan dari kekayaan mencakup pendapatan yang diperoleh melalui kepemilikan aset atau investasi tertentu. Ini termasuk pendapatan dari bunga bank, dividen saham, atau imbal hasil dari obligasi atau surat berharga lainnya. Pendapatan dari kekayaan juga dapat berasal dari penyewaan properti, seperti pendapatan dari sewa rumah atau tanah yang dimiliki. Pemilik usaha juga dapat menghasilkan pendapatan dari bisnis yang dimilikinya, yang sering kali dikaitkan dengan kepemilikan aset dan modal yang diinvestasikan.

3) Pendapatan dari Sumber Lain

Pendapatan dari sumber lain mencakup berbagai jenis pendapatan yang tidak secara khusus terkait dengan gaji dan upah, atau pendapatan dari kekayaan. Ini mungkin termasuk pendapatan dari pekerjaan lepas, seperti penghasilan dari pekerjaan paruh waktu, proyek sampingan, atau pekerjaan freelance. Pendapatan dari sumber lain juga dapat meliputi komisi, hadiah, atau pendapatan dari kegiatan bisnis yang tidak terkait dengan kepemilikan aset tetap. Contohnya adalah pendapatan dari penjualan barang atau jasa secara langsung, seperti hasil penjualan di pasar atau pendapatan dari jual beli online.³³

³³ Phaureula Artha Wulandari, and Emy Iryanie. *Pajak daerah dalam pendapatan asli daerah*. (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 5

d. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan seseorang atau sebuah entitas. Berikut adalah penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan:³⁴

1) Modal

Modal merujuk pada jumlah atau nilai aset atau sumber daya yang dimiliki atau diinvestasikan oleh individu atau entitas. Modal dapat berupa modal finansial, seperti uang tunai atau investasi, atau modal fisik, seperti peralatan atau properti. Tingkat modal yang dimiliki dapat mempengaruhi potensi pendapatan, karena modal dapat digunakan untuk menghasilkan pendapatan melalui investasi atau bisnis.

2) Lama Jam Kerja

Lama jam kerja atau durasi waktu yang dihabiskan untuk bekerja dapat mempengaruhi pendapatan. Biasanya, semakin banyak jam kerja yang dilakukan, semakin tinggi pendapatan yang diperoleh. Namun, penting juga untuk mempertimbangkan faktor kompensasi yang adil sesuai dengan hukum ketenagakerjaan yang berlaku.

3) Pengalaman

Pengalaman dalam bidang kerja atau industri tertentu dapat mempengaruhi tingkat pendapatan seseorang. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki, semakin tinggi kemungkinan seseorang mendapatkan

³⁴Phaureula Artha Wulandari, and Emy Iryanie. *Pajak daerah dalam pendapatan asli daerah*. (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 6

pendapatan yang lebih tinggi. Pengalaman dapat memberikan pengetahuan, keterampilan, dan keahlian yang lebih mendalam, yang dapat dihargai lebih tinggi dalam pasar kerja.

Menurut Moekijat, faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan juga meliputi:³⁵

1) Gaji atau Pendapatan

Tingkat gaji atau pendapatan yang ditawarkan atau diterima dalam pekerjaan atau bisnis dapat mempengaruhi pendapatan secara langsung. Gaji yang lebih tinggi atau pendapatan yang lebih besar cenderung memberikan pendapatan yang lebih tinggi.

2) Kondisi Keuangan Negara

Kondisi keuangan negara atau ekonomi dapat mempengaruhi tingkat pendapatan. Jika negara memiliki pertumbuhan ekonomi yang kuat dan kondisi keuangan yang stabil, biasanya akan ada peluang yang lebih baik untuk pendapatan yang lebih tinggi.

3) Biaya Hidup dalam Suatu Negara

Biaya hidup yang tinggi dalam suatu negara dapat mempengaruhi tingkat pendapatan. Biaya hidup yang tinggi dapat mengharuskan individu untuk menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup yang layak.

³⁵Moekijat, *Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja* (Bandung: CV. Pioner Jaya, Bandung, 2018), 18

4) Peraturan Pemerintah

Peraturan pemerintah, seperti kebijakan pajak, kebijakan ketenagakerjaan, atau regulasi industri, dapat mempengaruhi pendapatan. Peraturan yang lebih menguntungkan atau fleksibel dapat memberikan peluang yang lebih besar untuk pendapatan yang lebih tinggi.

5) Jam Kerja

Jam kerja yang ditetapkan oleh pemerintah atau kebijakan perusahaan juga dapat mempengaruhi pendapatan. Jika jam kerja lebih lama atau fleksibel, individu mungkin memiliki kesempatan untuk menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi.³⁶

Jumlah pendapatan yang diperoleh dalam kurun waktu tertentu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:³⁷

- 1) Faktor produksi yang dihasilkan oleh seseorang pada periode tertentu akan mempengaruhi jumlah pendapatan.
- 2) Pendapatan dipengaruhi oleh jumlah unit produksi akibat adanya mekanisme permintaan dan penawaran yang berlaku dalam pasar.
- 3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan yang diterima adalah dalam bentuk uang, dimana uang adalah

³⁶ Moekijat, *Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja* (Bandung: CV. Pioner Jaya, Bandung, 2018), 20

³⁷Boediono, *Pengantar Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2020), 150

merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran. Pendapatan merupakan hasil yang didapatkan dari kegiatan usaha seseorang sebagai imbalan atas kegiatan yang dilakukan. Pengusaha sebagai pemimpin usaha memproduksi barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan.³⁸

Pendapatan sama halnya dengan keuntungan, keuntungan ditentukan dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Suatu perusahaan ataupun pedagang dapat dikatakan memiliki keuntungan apabila hasil penjualan yang diperoleh dikurangi dengan biaya-biaya tersebut nilainya positif maka perusahaan atau pedagang tersebut memperoleh keuntungan.³⁹

e. Indikator Pendapatan

Indikator pendapatan adalah alat atau variabel yang digunakan untuk mengukur atau menilai tingkat pendapatan individu, keluarga, atau suatu entitas. Dalam konteks yang disebutkan oleh Surono, berikut adalah penjelasan tentang indikator pendapatan yang dikembangkannya:⁴⁰

1) Jumlah Orang yang Bekerja di Keluarga:

Indikator ini mengacu pada jumlah anggota keluarga yang berusia kerja dan berpartisipasi dalam kegiatan pekerjaan atau pekerjaan yang menghasilkan pendapatan. Semakin banyak orang yang bekerja dalam

³⁸ Moekijat, *Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja*, (Bandung: CV. Pioner Jaya, Bandung, 2018), 21

³⁹ Sukirno, Sadono, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar edisi 3* (Jakarta : Pt. Rajagrafindo Persada, 2018), 383-384

⁴⁰ Surono, *Anggaran Pendapatan Dan Keluarga* (Yogyakarta: Graha Ilmu: 2018), 45

keluarga, cenderung pendapatan keluarga secara keseluruhan akan lebih tinggi.

2) Besarnya Upah atau Gaji yang Diterima

Indikator ini menunjukkan besarnya pendapatan yang diterima oleh individu dari pekerjaan yang dilakukan. Upah atau gaji dapat berasal dari pekerjaan yang bergaji tetap, pekerjaan lepas, atau pekerjaan paruh waktu. Besar upah atau gaji yang diterima akan memberikan gambaran tentang tingkat pendapatan individu.

3) Besarnya Penghasilan Usaha atau Keuntungan dari Bisnis yang Dijalankan:

Indikator ini berkaitan dengan besarnya pendapatan yang dihasilkan dari usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu atau keluarga. Ini mencakup pendapatan dari penjualan produk atau jasa yang ditawarkan serta keuntungan yang diperoleh setelah mempertimbangkan biaya produksi atau operasional.

4) Besarnya Penerimaan dari Program Pemerintah seperti Bantuan Sosial atau Tunjangan

Indikator ini mencakup penerimaan atau pendapatan yang diterima dari program pemerintah seperti bantuan sosial atau tunjangan tertentu. Ini dapat mencakup penerimaan dari program kesejahteraan sosial, tunjangan anak, tunjangan lanjut usia, atau program lain yang memberikan dukungan finansial kepada individu atau keluarga.

5) Kepemilikan Harta atau Aset, seperti Tanah atau Kendaraan

Indikator ini mengacu pada kepemilikan harta atau aset oleh individu atau keluarga. Kepemilikan harta atau aset seperti tanah, properti, kendaraan, atau investasi lainnya dapat mempengaruhi pendapatan secara tidak langsung melalui nilai aset atau potensi penghasilan yang terkait.⁴¹

2. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi, yakni: “sistem transportasi perusahaan, system penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi”.⁴²

Lokasi adalah letak atau toko.pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Menurut kasmir yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya. Pertimbangan dalam memilih letak lokasi yaitu berdasarkan jenis usaha yang akan dilakukan, keterdekatan dengan pasar konsumen, kemudahan sarana dan prasarana, kemudahan untuk melakukan ekspansi, dekat dengan pusat pemerintahan, dan tersedianya sumber daya yang lain.

Berdasarkan uraian tersebut maka lokasi adalah tempat.menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.dalam

⁴¹ Surono, *Anggaran Pendapatan Dan Keluarga* (Yogyakarta: Graha Ilmu: 2018), 47

⁴² Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Moderen*, (Jakarta: Kencana, 2018), 176

memaksimalkan laba. Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk mewujudkan pelanggan agar datang ke tempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah mencari lokasi yang strategis, yang mudah di lihat dan dijangkau oleh konsumen.

Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha dalam pengertian lain lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi . Oleh karena itu jejaring pemasaran bank tidak hanya berupa kantor bank sendiri dimana disediakan produk dan jasa bank sendiri tetapi termasuk juga kantor bank lain dan mesin ATM bank lain dimana produk dan jasa bank dapat dimanfaatkan. Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekati diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah kredit, namun selain itu terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank, yaitu:

- 1) Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (aksesibilitas). Termasuk dalam pengertian aksesibilitas ini adalah bukan hanya dekatnya jarak, tetapi juga kemudahan menjangkaunya dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah di jangkau dari arah mana saja, terletak di tengah kota, dan banyak dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor bank. Termasuk kemudahan dalam hal parkir kendaraan.

- 2) Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring.
- 3) Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak in/out door dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir ruang layanan, ruang tunggu dan sarana layanan lainnya sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank
- 4) Tata letak di dalam kantor memungkinkan sistem antrian yang efektif tapi sekaligus efisien. Dukungan penataan udara ruangan, kelapangan lokasi antrian, dukungan hiburan ditempat antrian (audio-vidio) adalah hal yang perlu di perhatikan.
- 5) Memudahkan tenaga kerja penggerak kantor bank dalam mencapainya. Hal ini diharapkan dapat mempermudah karyawan dalam melayani nasabah dengan baik tanpa di ganggu dengan keterlambatan masuk kantor dengan alasan jalanan ramai dan padat⁴³

b. Indikator Lokasi

Adapun Indikator Lokasi yang digunakan yaitu:

1) Akses

Indikator akses mengacu pada ketersediaan dan kemudahan aksesibilitas suatu lokasi. Hal ini mencakup akses ke jalan raya, transportasi umum, bandara, pelabuhan, atau stasiun kereta api. Tingkat akses yang baik dapat meningkatkan kemudahan penduduk atau pelanggan dalam mencapai dan meninggalkan lokasi, serta mempengaruhi arus lalu lintas barang dan jasa.

⁴³ Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta : PT Indeks, 2018), 12

2) Visibiliti

Indikator visibiliti berhubungan dengan tingkat keterlihatan atau eksposur suatu lokasi terhadap lalu lintas atau pengunjung potensial. Lokasi yang mudah terlihat dari jalan raya utama, pusat perbelanjaan, atau area komersial lainnya cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian dan kunjungan. Visibilitas yang baik dapat menjadi faktor penting dalam kesuksesan bisnis atau promosi suatu destinasi pariwisata.

3) Lingkungan

Indikator lingkungan mencakup faktor-faktor seperti kebersihan, keamanan, kualitas udara, dan kondisi alam sekitar suatu lokasi. Faktor-faktor lingkungan yang positif dapat menciptakan persepsi positif dan meningkatkan daya tarik lokasi bagi pelanggan atau pengunjung. Sebagai contoh, lokasi dengan taman hijau, kebersihan yang terjaga, dan tingkat keamanan yang tinggi dapat meningkatkan kualitas lingkungan dan daya tarik suatu lokasi.⁴⁴

3. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas merujuk pada dimensi spiritual dan keagamaan dalam kehidupan seseorang. Pengertian religiusitas mencakup kepercayaan, keyakinan, dan praktik keagamaan yang dijalankan oleh individu atau kelompok dalam menjalin hubungan dengan yang dianggap sebagai kekuatan

⁴⁴ Tjiptono Fandy. *Strategi pemasaran, Edisi Salemba Empat*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2018), 15

atau entitas ilahi. Religiusitas melibatkan sikap, nilai, dan tindakan yang diarahkan pada kehidupan spiritual dan praktik agama.⁴⁵

Religiusitas melibatkan pengalaman dan ekspresi keagamaan yang berbeda-beda, tergantung pada kepercayaan dan tradisi agama yang dianut. Hal ini mencakup keyakinan terhadap adanya Tuhan atau kekuatan ilahi, ketaatan terhadap ajaran agama, partisipasi dalam ritual atau ibadah, pemahaman dan refleksi tentang nilai-nilai keagamaan, dan upaya untuk hidup sesuai dengan prinsip-prinsip agama.⁴⁶

Religiusitas yaitu sistem, simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang berlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (ultimate meaning). Keberagamaan atau religiusitas tidak hanya diwujudkan ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), melainkan pada semua aspek atau sisi kehidupan manusia baik itu perilaku ritual ataupun aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas ada empat, yaitu:

1) Faktor Pendidikan atau Pengajaran dan Berbagai Tekanan Sosial:

Pendidikan dan pengajaran agama yang diterima individu dapat mempengaruhi religiusitas mereka. Pendidikan formal atau pengajaran agama di rumah atau lembaga keagamaan dapat membentuk keyakinan, pemahaman,

⁴⁵ Khairunas Rajab, *Psikologi Agama* (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2018), 25

⁴⁶ Jumal Ahmad. *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 13

dan praktik keagamaan individu. Selain itu, tekanan sosial dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman sebaya, dan komunitas, juga dapat memainkan peran dalam mempengaruhi tingkat religiusitas individu.

2) Faktor Pengalaman

Pengalaman hidup individu dapat mempengaruhi religiusitas mereka. Pengalaman seperti kehilangan, konflik, atau pencarian makna dapat memicu pertanyaan dan refleksi spiritual yang lebih dalam. Pengalaman positif seperti momen keajaiban, kesembuhan, atau pencerahan juga dapat memperkuat keyakinan dan meningkatkan religiusitas seseorang.

3) Faktor Kehidupan

Kehidupan sehari-hari dan situasi hidup individu dapat mempengaruhi tingkat religiusitas mereka. Faktor-faktor seperti tekanan, ketidakpastian, kecemasan, atau perubahan hidup dapat mendorong individu untuk mencari dukungan dan hiburan dalam praktik agama mereka. Selain itu, lingkungan sosial dan budaya tempat individu tinggal juga dapat mempengaruhi cara individu menjalankan agama dan tingkat keterlibatan mereka dalam praktik keagamaan.

4) Faktor Intelektual

Faktor intelektual, seperti pemahaman dan pengetahuan tentang agama, filsafat, atau ilmu pengetahuan, dapat mempengaruhi tingkat religiusitas individu. Beberapa orang mungkin cenderung mengikuti agama mereka dengan keyakinan yang kuat berdasarkan pengetahuan dan pemahaman yang mendalam. Sementara itu, orang lain mungkin memiliki pemahaman yang

lebih skeptis atau kritis terhadap agama, yang dapat mempengaruhi tingkat keterlibatan mereka dalam praktik keagamaan.⁴⁷

c. Indikator Religiusitas

Indikator religiusitas adalah variabel atau faktor yang digunakan untuk mengukur atau mengevaluasi tingkat religiusitas individu. Dalam konteks yang disebutkan, berikut adalah penjelasan tentang indikator-indikator religiusitas yang umum digunakan:⁴⁸

1) Keyakinan atau *Ideologis*

Indikator ini mencakup keberadaan keyakinan dan nilai-nilai keagamaan yang diyakini oleh individu. Ini mencakup keyakinan terhadap adanya Tuhan atau kekuatan ilahi, keyakinan tentang ajaran-ajaran agama tertentu, dan pengakuan terhadap prinsip-prinsip agama dalam kehidupan sehari-hari. Tingkat keyakinan dan konsistensi dalam keyakinan ini dapat menjadi indikator tingkat religiusitas individu.

2) Pengalaman atau eksperiensial

Indikator pengalaman atau eksperiensial dalam religiusitas merujuk pada dimensi pribadi dan spiritual seseorang, yang mencerminkan cara mereka mengalami dan merasakan aspek-aspek spiritual dalam kehidupan mereka. Beberapa contoh pengalaman eksperiensial termasuk pengalaman mendalam melalui komunikasi dengan Tuhan atau kekuatan rohaniah melalui doa dan meditasi, momen kuat selama ritual, ibadah, atau upacara keagamaan yang

⁴⁷ Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020). 32

⁴⁸ Glock, C. & Stark, R. *Religion and Society In Tension* (Chicago: University of California, 2018), 68

menghadirkan perasaan kedekatan dengan yang Ilahi, pengalaman transformasional yang mengubah pandangan hidup melalui konversi agama atau pengalaman spiritual mendalam, serta pengalaman mistik di luar batas realitas fisik yang memberikan wawasan mendalam tentang makna eksistensi dan hubungan dengan yang Ilahi.

3) Konsekuensi atau Pengamalan.

Indikator konsekuensi atau pengamalan dalam religiusitas merujuk pada bagaimana seseorang mengartikan keyakinan dan nilai-nilai spiritual ke dalam tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa contoh konsekuensi atau pengamalan dalam konteks religiusitas mencakup menerapkan prinsip-prinsip moral dan etika yang diajarkan oleh agama dalam pengambilan keputusan dan perilaku sehari-hari, melakukan amal kebajikan dan memberikan bantuan kepada sesama sebagai ekspresi dari nilai-nilai agama, melaksanakan praktik ibadah secara teratur seperti menjalankan ritual, berpuasa, atau berpartisipasi dalam upacara keagamaan, serta menunjukkan komitmen yang kuat terhadap agama atau kepercayaan tertentu melalui partisipasi aktif dalam komunitas keagamaan dan berbagai aktivitas keagamaan lainnya.⁴⁹

4) Pengetahuan Agama atau *Intelektual*

Indikator ini mencakup pemahaman, pengetahuan, dan kecakapan individu tentang agama. Ini mencakup pemahaman tentang doktrin, teologi, praktik keagamaan, dan nilai-nilai agama yang diyakini. Tingkat pengetahuan

⁴⁹ Glock, C. & Stark, R. *Religion and Society In Tension*. (Chicago: University of California, 2018). 68

dan pemahaman ini dapat mencerminkan keterlibatan intelektual individu dalam agama dan dapat dijadikan indikator religiusitas⁵⁰

4. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi antara pihak surplus dana kepada pihak minus dana. Ada tiga fungsi kegiatan operasional bank yaitu menghimpun dana dari Pedagang dan menyalurkannya kembali ke Pedagang serta memberikan jasa bank lainnya. Sedangkan Menurut ensiklopedia Islam, bank syariah adalah lembaga yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Berdasarkan rumusan tersebut, bank syariah berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-qur'an dan Al-hadis.⁵¹

b. Fungsi dan peran bank syariah

- 1) Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah
- 2) Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- 3) Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.

⁵⁰ Glock, C. & Stark, R. *Religion and Society In Tension* (Chicago: University of California, 2018), 68

⁵¹ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam & Lembaga Terkait* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2018), 4

- 4) Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

c. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut:⁵²

- 1) Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara Islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis- jenis usaha perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (tipuan) dimana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi umat.
- 2) Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan.
- 3) Untuk meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kepada kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian berusaha (berwira usaha)

⁵² Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam & Lembaga Terkait* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2018), 17-18

- 4) Untuk membatu menanggulangi (mengentaskan) masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang. Upaya bank Islam didalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol sifat kebersamaan dari siklus usaha yang lengkap seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja dan program pengembangan usaha bersama.
- 5) Untuk menjaga kestabilan ekonomi dan moneter pemerintah.
- 6) Dengan aktivitas-aktivitas bank Islam yang diharapkan mampu menghindarkan inflasi akibat penerapan sistem bunga, menghindarkan persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan, khususnya bank dan menanggulangi kemandirian lembaga keuangan, khususnya bank dari pengaruh gejolak moneter baik dari dalam maupun luar negeri.
- 7) Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non-Islam atau konvensional.⁵³

d. Produk-Produk Bank Syariah

Secara garis besar produk pada perbankan syariah dibagi menjadi tiga yaitu pendanaan (*funding*), pembiayaan (*financing*), dan jasa. Pendanaan disebut juga sisi liability atau beban kewajiban yang harus dibayarkan oleh pihak bank kepada pihak lainnya (nasabah) penabung atau investor pada produk deposito. Pembiayaan disebut juga dengan asset dikarenakan dana yang dipergunakan

⁵³ Warkum Sumitro. *Asas-Asas Perbankan Islam & Lembaga Terkait*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2018), 14

merupakan asset atau kekayaan bagi bank tersebut. alaupun dana yang digunakan bisa jadi menggunakan dana pihak ketiga (DPK).⁵⁴

1) Penghimpunan Dana

Sebagaimana pada lembaga bank secara umum, dalam penghimpunan dana bank syariah mempraktikan produk tabungan dan giro (*saving and current accounts*) dan deposito (*investment accounts*). Dalam produk tersebut akad dasar yang dikembangkan yaitu wadi`ah dan mudharabah.⁵⁵

a) Prinsip Wadi`ah

Secara bahasa wadi`ah berarti meninggalkan titipan atau kepercayaan. Secara istilah wadi`ah adalah harta yang dititipkan kepada pihak yang mau mengamalkannya tanpa dibebani biaya. Prinsip wadi`ah yang dipraktikan Bank Syariah adalah wadi`ah yad al-dhamanah yaitu wadi`ah dimana pihak yang dititipi (bank) boleh memanfaatkan harta titipan tersebut, berbeda dengan wadi`ah yad al-amanah harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang dititipi.

b) Prinsip Mudharabah

As Sayyid Sabiq mendefinisikan Mudharabah yaitu akad kerjasama antara dua pihak, satu pihak memberikan modal kepada lainnya untuk berniaga. Kemudian keuntungan dibagi antara mereka sesuai dengan yang telah disepakati. Fazrur Rahman mendefinisikan mudharabah sebagai bentuk kerja

⁵⁴ Ahmad Dahlan. *Bank Syariah: Teoritik, Praktik, Kritik*.(Yogyakarta: Teras, 2018), 123

⁵⁵ Ahmad Dahlan. *Bank Syariah: Teoritik, Praktik, Kritik*.(Yogyakarta: Teras, 2018), 124

sama yang didasarkan pada prinsip profit sharing, yang satu sebagai pemilik modal dan yang kedua menjalankan usaha.⁵⁶

2) Pembiayaan

Pembiayaan (*financing*) merupakan istilah yang dipergunakan dalam bank syariah, sebagaimana dalam bank konvensional disebut dengan kredit (*leading*). Keuntungan dalam kredit berbasis pada bunga (*interest based*), sedangkan dalam pembiayaan keuntungan berbasis pada keuntungan riil yang dikehendaki (*margin*) ataupun bagi hasil (*profit sharing*).⁵⁷ Menurut undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pasal 1 angka 25 pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa :

- a) Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah
- b) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah mutahiya bittamlik
- c) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam dan istishna
- d) Transaksi dalam bentuk piutang qardh dan
- e) Transaksi dalam bentuk sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah dan / atau unit usaha syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak lain yang dibiayai dan / atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana

⁵⁶ Ahmad Dahlan. *Bank Syariah: Teoritik, Praktik, Kritik*. (Yogyakarta: Teras, 2018), 129

⁵⁷ Ahmad Dahlan. *Bank Syariah: Teoritik, Praktik, Kritik*. (Yogyakarta: Teras, 2018), 162

tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan atau bagi hasil

Dari segi aspek alur keuangan pembiayaan dibagi dalam dua aktiva yaitu earning assets dan non earning assets. Secara bahasa earning assets yaitu pendapatan sama dengan pendapatan neto atau keuntungan bersih setelah pajak, pendapatan yang diterima oleh individu seperti kompensasi dan pendapatan pasif. Earning assets yaitu aktiva yang menghasilkan profit biasanya berupa investasi dalam bentuk pembiayaan:⁵⁸

a) Bagi Hasil

Dalam prinsip ini terdapat dua macam produk yaitu Pertama mudharabah, yaitu bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana pemilik dana (sahibukl maal) memberikan kepercayaan kepada pengelola dana (mudharib) dengan perjanjian pembagian keuntungan, kedua, musyarakah yaitu bentuk kerjasama antar dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

b) Sewa Menyewa (Ijarah)

Ijarah yaitu pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti pemindahan kepemilikan (ownership, milkiyyah) atas barang tersebut. Dalam praktiknya di perbankan syariah pembiayaan ijarah dijelaskan dalam pasal 19 huruf 9 UU No.21 Tahun

⁵⁸ Warkum Sumitro..*Asas-Asas Perbankan Islam & Lembaga Terkait*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2018), 16

2008 yaitu, menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah dan / atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiyah bittamlik atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

c) Sewa Beli (Ijarah Mutahiya Bittamlik)

Dalam UU No.21 Tahun 2008 ijarah mutahiya bittamlik yaitu ijarah al mal yang disertai pemindahan kepemilikan.

d) Jual Beli Piutang

Pembiayaan dalam bentuk jual beli dan piutang terdiri dari : pertama murabahah, yaitu prinsip jual barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Kedua salam yaitu prinsip jual beli suatu barang tertentu antara pihak penjual dan pembeli sebesar harga pokok ditambah nilai keuntungan yang disepakati, dimana waktu penyerahan barang dilakukan kemudian hari sementara penyerahan uang dilakukan dimuka (secara tunai), dan ketiga istishna, secara terminologi berarti suatu kontrak jual beli antara pembeli (mustashni) dan penjual/pembuat (shani') dan barang yang dipesan disebut mashnu. Pembayaran dimuka dengan kontan atau cicilan, sedangkan barang diserahkan kemudian. Dalam praktiknya akad jual beli istishna dilakukan untuk pembiayaan konstruksi dan barang-barang manufaktur jangka pendek.⁵⁹

⁵⁹ Warkum Sumitro. *Asas-Asas Perbankan Islam & Lembaga Terkait*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2018), 17

3) Produk jasa perbankan Syariah

Selain produk produk penghimpunan dana dan menyalurkan dana menurut Muhamad bank syariah juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain :

- a) Sharf (Jual beli valuta asing), merupakan jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama. Dari aktivitas tersebut bank mengambil keuntungan untuk jual beli tersebut
- b) Ijarah (sewa), dalam hal ini memberi penyewa kesempatan untuk mengambil pemanfaatan dari barang sewaan untuk jangka waktu tertentu.⁶⁰

5. Minat

a. Pengertian Minat

Minat adalah suatu perasaan tertarik atau ketertarikan yang kuat terhadap sesuatu. Setiap individu memiliki minat yang berbeda-beda, dan minat ini bisa berkaitan dengan berbagai hal, seperti hobi, pekerjaan, bidang studi, atau aktivitas lainnya. Minat memiliki peran penting dalam kehidupan seseorang karena dapat memotivasi dan memengaruhi pilihan-pilihan yang diambil. Dalam artikel ini, akan dijelaskan lima paragraf tentang minat dan mengapa minat ini penting.⁶¹ Menurut Andi Mappiare, minat adalah pendorong utama dalam memilih karir dan pekerjaan. Ketika seseorang memiliki minat yang kuat dalam suatu bidang, mereka akan lebih termotivasi untuk belajar dan mengembangkan

⁶⁰ Ahmad Dahlan. *Bank Syariah: Teoritik, Praktik, Kritik*.(Yogyakarta: Teras, 2018), 165

⁶¹ W.J.S.Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga* (Jakarta: Balai Pustaka, 2019),78.

keterampilan yang diperlukan. Misalnya, jika seseorang memiliki minat dalam dunia seni dan kreativitas, mereka mungkin akan memilih karir sebagai seniman, desainer, atau arsitek. Minat yang kuat dalam bidang pekerjaan tertentu juga dapat meningkatkan produktivitas dan kepuasan kerja seseorang, karena mereka akan menikmati apa yang mereka lakukan.⁶²

Menurut Slameto, minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat.⁶³

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Menurut Rambat Lupiyoadi yaitu sebagai berikut:⁶⁴

- 1) Bauran pemasaran merupakan sesuatu yang sangat berpengaruh pada perusahaan dalam memasarkan produk serta jasa. Kegiatan promosi tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat guna mempengaruhi konsumen pada kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.
- 2) Kebutuhan yaitu sama dengan keinginan. Kebutuhan merupakan sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh kenyamanan, kesejahteraan dan kelangsungan hidup.

⁶² Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, (Surabaya: Usana Offset Printing, 2019), 62.

⁶³ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Pustaka Indonesia, 2018), 180.

⁶⁴ Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Asa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 183.

c. Indikator Minat

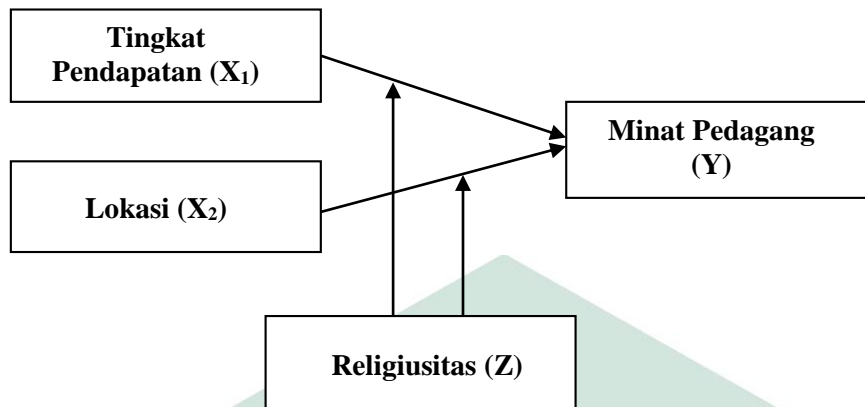
Menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui aspek -aspek sebagai berikut:⁶⁵

- 1) Minat *transaksional*, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat *refrensial*, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat *preferensial*, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk tersebut.
- 4) Minat *eksploratif*, yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilangananinya.

C. Kerangka Pikir

Pada penelitian ini kerangka pikir digunakan sebagai pedoman peneliti mencakup uraian langkah yang ditempuh dalam proses penelitian. Berikut adalah gambar kerangka konseptual dari penelitian ini

⁶⁵Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 129.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Berdasarkan kerangka pikir tersebut menunjukkan bahwa Keynes berpendapat bahwa tabungan adalah bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Dalam ilmu ekonomi, tabungan dapat dituliskan dengan rumus: $S = Y - C$, yang berarti tabungan dapat dicari dengan cara mengurangi pendapatan dengan konsumsi. Dari teori ekonomi di atas, dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi pendapatan maka hasrat atau keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pendapatan menurun maka keinginan atau peluang untuk bisa menabung akan semakin rendah. Sehingga pendapatan berpengaruh positif dengan intensi menabung.

Sejalan dengan penjelasan teori tersebut, permintaan untuk menabung di bank syariah juga dipengaruhi oleh besar kecilnya pendapatan. Semakin besar pendapatan, maka permintaan untuk menabung di bank syariah akan semakin tinggi. Hal ini berarti bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Serta apabila lokasi bank syariah mudah diakses akan meningkatkan minat Pedagang untuk menabung di bank syariah.

Kemudian apabila Pedagang memiliki religiusitas tinggi maka ia cenderung memilih menabung di bank syariah. Jika Pedagang yang memiliki tingkat religiusitas rendah maka akan cenderung memilih menabung di bank konvensional. Sehingga dapat dinyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dengan minat menabung di bank syariah.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut serta mengacu pada penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Diduga Pendapatan Tidak Berpengaruh terhadap Minat Pedagang

H₁ : Diduga Pendapatan Berpengaruh terhadap Minat Pedagang

H₀ : Diduga Lokasi Tidak Berpengaruh terhadap Minat Pedagang

H₂ : Diduga Lokasi Berpengaruh terhadap Minat Pedagang

H₀ : Diduga Pendapatan dan Lokasi Tidak Berpengaruh terhadap Minat Pedagang

H₃ : Diduga Pendapatan dan Lokasi Berpengaruh terhadap Minat Pedagang

H₀ : Diduga Pendapatan dan Lokasi Tidak Berpengaruh terhadap Minat Pedagang dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating

H₄ : Diduga Pendapatan dan Lokasi Berpengaruh terhadap Minat Pedagang dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data numerik dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Metode ini berfokus pada pengumpulan data yang dapat diukur secara kuantitatif, seperti angka, statistik, atau variabel numerik lainnya.⁶⁶ Dalam hal ini yang ingin diketahui adalah bagaimana pengaruh tingkat pendapatan dan lokasi terhadap minat Pedagang menabung di bank syariah yang dimoderasi religiusitas.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini di Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan. Peneliti memilih lokasi tersebut selain karena keterbatasan peneliti. Untuk menjawab permasalahan maka peneliti memerlukan waktu dalam melakukan penelitian. Maka dari itu peneliti menetapkan waktu untuk melakukan penelitian di bulan April-Juni 2023.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah proses mengubah konsep abstrak atau variabel yang tidak terukur secara langsung menjadi sesuatu yang dapat diamati dan diukur secara objektif. Dalam penelitian, definisi operasional variabel diperlukan untuk memberikan kejelasan tentang cara mengukur variabel yang diteliti.

⁶⁶Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi, *Metode penelitian kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 13

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator
1	Pendapatan Pedagang (X ₁)	Pendapatan Pedagang adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas jual yang dilakukan oleh pedagang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah orang yang bekerja di keluarga 2. Besarnya penghasilan usaha atau keuntungan dari bisnis yang dijalankan 3. Kepemilikan harta atau aset, seperti tanah atau kendaraan⁶⁷
2	Lokasi (X ₂)	Lokasi merupakan tempat bank syariah beroperasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibiliti 3. Lingkungan⁶⁸
3	Relgiusitas (Z)	Religiusitas adalah sebuah pemahaman bagaimana melihat atau mempersepsikan keberagamaannya yang diwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan atau ideologis 2. Pengalaman atau eksperinsial 3. Pengetahuan Agama atau Intelektual 4. Konsekuensi atau Pengamalan.⁶⁹
4	Minat Pedagang (Y)	Minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri semakin kuat atau dekat hubungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Refrensial 3. Minat Prefensial 4. Minat eksploratif⁷⁰

⁶⁷ Surono, *Anggaran Pendapatan Dan Keluarga*, (Yogyakarta: Graha Ilmu: 2018), 45

⁶⁸ Tjiptono Fandy. *Strategi pemasaran, Edisi Salemba Empat*, (Yogyakarta : Penerbit Andi., 2018), 15

⁶⁹ Glock, C. & Stark, R. *Religion and Society In Tension*. (Chicago: University of California, 2018). 68

⁷⁰ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 129.

tersebut maka
semakin besar minat.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam konteks penelitian merujuk pada kumpulan individu, objek, atau entitas yang ingin dipelajari atau dijelaskan dalam penelitian. Populasi dapat berupa kelompok manusia, hewan, objek fisik, wilayah geografis, atau bahkan konsep teoritis.⁷¹ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang berada di Kabupaten Luwu Utara. Hal ini dapat diartikan bahwa semua individu atau kelompok pedagang yang berada di wilayah Kabupaten Luwu Utara menjadi populasi yang akan diteliti yang berjumlah 13.200 pedagang.⁷²

2. Sampel

Sampel dalam konteks penelitian merujuk pada sebagian kecil dari populasi yang dipilih untuk dijadikan subjek penelitian. Sampel digunakan karena seringkali tidak memungkinkan atau tidak praktis untuk mengumpulkan data dari seluruh populasi yang ingin diteliti.⁷³

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *random sampling*, *random sampling* adalah jenis pengambilan sampel probabilitas di mana setiap orang di seluruh populasi target memiliki

⁷¹ Muslich Ansori, *Metode penelitian kuantitatif Edisi 2*. (Surabaya: Airlangga University Press, 2020), 45

⁷² DP2KUKM Kabupaten Luwu Utara, Tahun 2023

⁷³ Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017), 56.

kesempatan yang sama untuk dipilih.⁷⁴ Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E² = Error level (tingkat kesalahan)⁷⁵

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{13.200}{1 + 13.200 \cdot 0.1^2}$$

$$n = 99,24$$

Karena jumlah sampel sebesar 99,24 maka dibulatkan menjadi 100 responden.

E. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya untuk tujuan penelitian tertentu. Peneliti mengumpulkan data

⁷⁴ Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017), 57.

⁷⁵ Muslich Ansori, *Metode penelitian kuantitatif Edisi 2* (Surabaya: Airlangga University Press, 2020), 47

primer dengan merancang dan melakukan proses pengumpulan data sendiri. Beberapa metode pengumpulan data primer meliputi survei, wawancara, observasi langsung, eksperimen, atau pengukuran langsung. Data primer seringkali disesuaikan dengan pertanyaan penelitian yang spesifik dan penelitian yang dilakukan.⁷⁶ Dalam penelitian ini merupakan hasil dari menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memperoleh tanggapan dari Pedagang terhadap atribut atau indikator penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh orang lain atau organisasi untuk tujuan yang tidak langsung terkait dengan penelitian saat ini. Data sekunder dapat berasal dari berbagai sumber seperti lembaga pemerintah, lembaga penelitian, publikasi ilmiah, basis data, atau sumber-sumber lainnya. Peneliti menggunakan data sekunder untuk menganalisis ulang atau menggali informasi yang telah dikumpulkan oleh orang lain.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian mengacu pada alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen ini dirancang untuk memperoleh informasi yang relevan dan diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Tujuan dari penyebaran kuesioner adalah

⁷⁶ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 90

untuk mengumpulkan data tentang pendapat, sikap, pengetahuan, perilaku, atau karakteristik lainnya dari responden. Pernyataan dalam angket disajikan dalam bentuk skala likert yang disesuaikan dengan kriteria alternatif jawaban berikut :

Tabel 3.1 Kriteria Alternatif Jawaban Responden

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan pada suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini antara lain:⁷⁷

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan pengamatan langsung terhadap perilaku, kejadian, atau fenomena yang ingin diteliti. Dalam observasi, peneliti secara aktif mengamati dan mencatat informasi yang relevan tentang apa yang terjadi di lingkungan penelitian.⁷⁸ Teknik pengumpulan data menggunakan observasi ini bertujuan untuk mengetahui lebih dekat tentang objek yang diteliti.

⁷⁷ Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017), 401

⁷⁸ Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi, *Metode penelitian kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 34

2. Angket

Angket, juga dikenal sebagai kuesioner, adalah instrumen penelitian yang menggunakan serangkaian pertanyaan yang ditujukan kepada responden. Angket berfungsi untuk mengumpulkan data tentang sikap, pendapat, pengetahuan, atau perilaku responden terkait dengan topik penelitian.⁷⁹ Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pernyataan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah di sediakan. Pernyataan dalam angket disajikan dalam bentuk skala likert.

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Uji validitas adalah suatu proses untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran atau metode yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur variabel yang dimaksud secara akurat dan tepat. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.⁸⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu proses untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran atau metode yang digunakan dalam penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Uji reliabilitas

⁷⁹ Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial* (Jakarta: Persada Pers, 2018), 77

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, CV, 2017), 121

bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten ketika diaplikasikan berulang kali.⁸¹

I. Teknik Analisis Data

Analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda dan Analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) uji dengan bantuan *software SPSS statistics*.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian uji statistik yang digunakan untuk memverifikasi asumsi yang mendasari analisis regresi klasik. Asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi agar hasil analisis regresi dapat dianggap valid dan dapat diinterpretasikan secara benar. Beberapa asumsi klasik yang digunakan dalam analisis regresi ini:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah suatu proses untuk menguji apakah data yang diamati memiliki distribusi normal atau mendekati distribusi normal. Distribusi normal memiliki bentuk lonceng atau kurva normal yang simetris, di mana sebagian besar data berpusat di sekitar nilai tengah

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu proses untuk menguji apakah ada ketidaksamaan dalam variabilitas residual (sisa) dalam model regresi.

⁸¹ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2018), 120.

Heteroskedastisitas terjadi ketika variabilitas residual tidak konstan di sepanjang rentang nilai prediktor.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah langkah yang dilakukan dalam analisis regresi untuk menguji adanya korelasi yang tinggi antara variabel independen. Multikolinieritas terjadi ketika terdapat korelasi yang kuat antara dua atau lebih variabel independen, yang dapat menyebabkan masalah dalam interpretasi koefisien regresi dan pengambilan keputusan. Deteksi ada tidaknya gejala polikolonial pada model regresi ini dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Variance Inflation Factor (VIF)* adalah sebuah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi multicollinearity (hubungan yang kuat antara dua atau lebih variabel independen) dalam model regresi linear.

VIF mengukur seberapa besar varians dari koefisien regresi dari sebuah variabel independen dipengaruhi oleh varian dari variabel independen lainnya dalam model. Nilai VIF yang tinggi menunjukkan adanya multicollinearity yang signifikan dalam model regresi, yang dapat menyebabkan estimasi koefisien regresi menjadi tidak stabil dan sulit untuk diinterpretasikan. Nilai VIF yang biasanya digunakan sebagai threshold untuk mengindikasikan adanya multicollinearity adalah 5 atau 10, tetapi dapat berbeda tergantung pada konteks dan tujuan analisis.⁸²

⁸²Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan Spss 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2019), 79

2. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Tujuan dari analisis regresi sederhana adalah untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen, serta untuk memodelkan dan memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen.

Berikut adalah rumus uji Analisis Regresi Berganda:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Pedagang

X1 = Tingkat Pendapatan

X2 = Lokasi

b0 = konstanta (intercept)

b1, b2 = koefisien regresi

e = kesalahan acak (error)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t)

Uji signifikansi parameter individual, yang juga dikenal sebagai uji t, digunakan dalam analisis regresi untuk menguji apakah koefisien regresi untuk variabel independen tertentu secara signifikan berbeda dari nol. Uji ini

membantu dalam menentukan apakah variabel independen tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabel dependen⁸³

b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F (F-test) adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi keseluruhan dari model regresi, dengan membandingkan variabilitas yang dijelaskan oleh model dengan variabilitas yang tidak dapat dijelaskan oleh model. Uji F sangat penting dalam analisis regresi karena membantu kita menentukan apakah model regresi secara keseluruhan memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara nilai signifikansi dengan nilai $\alpha = 5\%$ dengan ketentuan sebagai berikut: ⁸⁴

- 1) Jika nilai Sig > α maka H_0 diterima
- 2) Jika nilai Sig < α maka H_a diterima

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R-squared) adalah langkah dalam analisis regresi untuk mengukur seberapa baik model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen berdasarkan variasi variabel independen yang ada dalam model. Koefisien determinasi (R-squared) dapat bernilai antara 0 dan 1, dan memberikan informasi tentang seberapa besar persentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam

⁸³Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. *Metode penelitian kuantitatif*. (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 61

⁸⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan Spss 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2019), 89

model regresi. Nilai R-squared yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model regresi lebih baik dalam menjelaskan variasi variabel dependen.⁸⁵

6. Analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA)

MRA digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (tingkat pendapatan dan lokasi) terhadap variabel dependen (minat pedagang untuk menabung di bank syariah), dengan mempertimbangkan pengaruh variabel moderator (religiusitas) pada hubungan tersebut. Dalam hal ini, variabel moderator yaitu religiusitas memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam MRA, variabel moderator dapat mempengaruhi kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Jenis moderasi yang digunakan penelitian ini yaitu moderasi predictor, yaitu jenis variabel moderasi yang memodifikasi hubungan antara variabel prediktor (X) dan variabel kriteria (Y) dalam analisis regresi. Dalam analisis regresi, predictor moderasi ditandai dengan adanya interaksi antara variabel prediktor (X) dan variabel moderator (Z) yang mempengaruhi variabel kriteria (Y). Dalam kasus ini, religiusitas dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh tingkat pendapatan dan lokasi terhadap minat pedagang untuk menabung di bank syariah. Rumus MRA yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:⁸⁶

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1Z + b_4X_2Z + e$$

⁸⁵ Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. *Metode penelitian kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 64

⁸⁶ Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. *Metode penelitian kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 68

Keterangan:

Y = Minat Pedagang

X1 = Tingkat Pendapatan

X2 = Lokasi

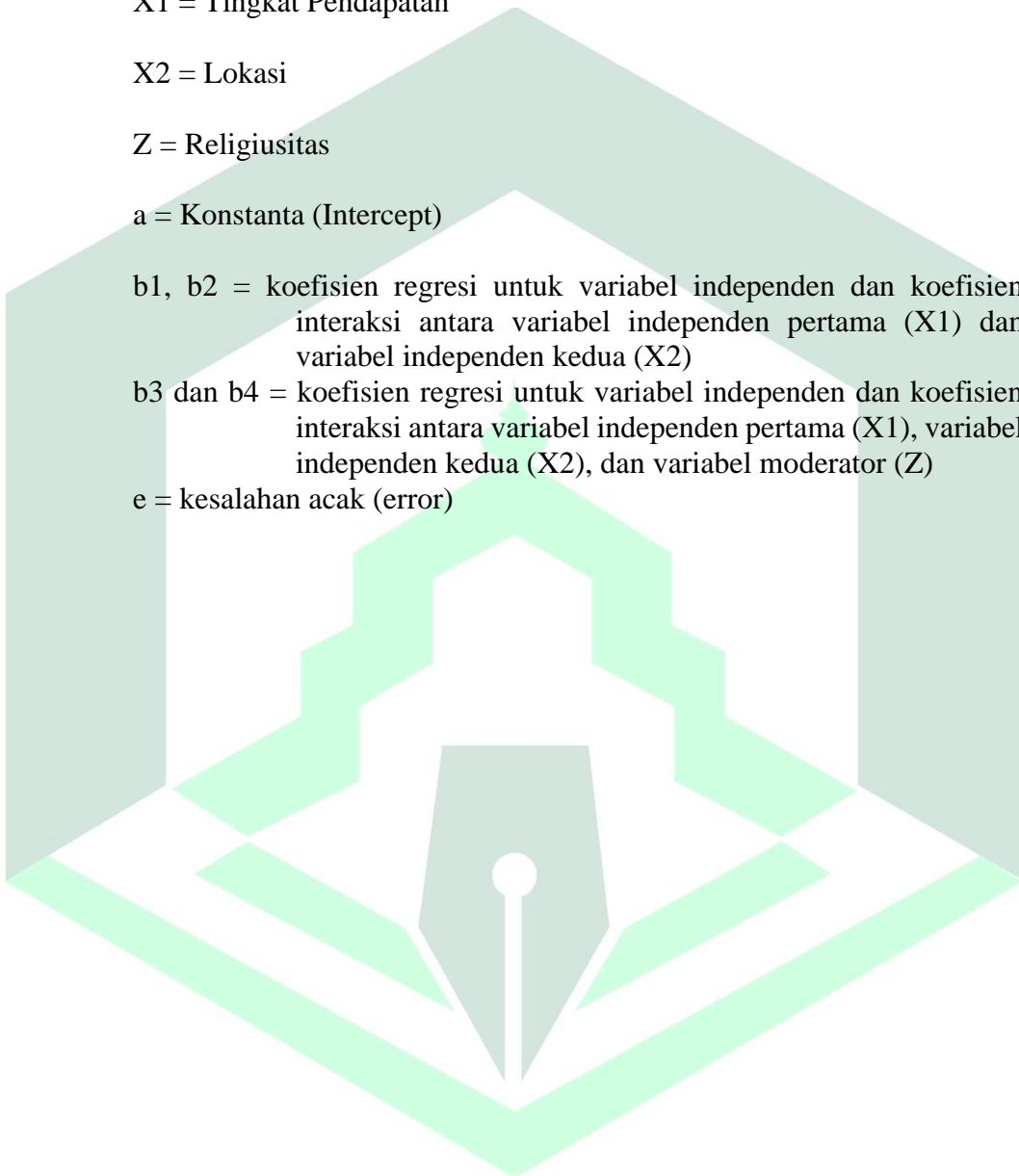
Z = Religiusitas

a = Konstanta (Intercept)

b1, b2 = koefisien regresi untuk variabel independen dan koefisien interaksi antara variabel independen pertama (X1) dan variabel independen kedua (X2)

b3 dan b4 = koefisien regresi untuk variabel independen dan koefisien interaksi antara variabel independen pertama (X1), variabel independen kedua (X2), dan variabel moderator (Z)

e = kesalahan acak (error)



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Luwu Utara adalah salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kabupaten ini memiliki luas wilayah sekitar 4.597,47 kilometer persegi. Kabupaten Luwu Utara berbatasan langsung dengan Kabupaten Luwu di sebelah selatan, Kabupaten Luwu Timur di sebelah timur, Kabupaten Tana Toraja di sebelah utara, serta Kabupaten Wajo dan Kabupaten Bone di sebelah barat.

Jumlah Penduduk Kepadatan penduduk di Kabupaten Luwu Utara tahun 2019 mencapai 40 jiwa/km² dengan rata-rata jumlah penduduk per-rumah tangga adalah 4 orang. Kepadatan penduduk di 15 kecamatan cukup beragam dengan kepadatan tertinggi terletak di kecamatan Bone-bone dengan kepadatan sebesar 205 jiwa/km² dan terendah di kecamatan Rampi sebesar 2 jiwa/km². Sementara itu jumlah rumah 46 tangga mengalami pertumbuhan sebesar 0,90 persen dari tahun 2019.

Secara umum, Kabupaten Luwu Utara terdiri dari dataran rendah di bagian pesisir pantai serta pegunungan yang melintasi bagian tengah wilayahnya. Kabupaten ini memiliki beberapa sungai yang mengalir melalui wilayahnya, termasuk Sungai Masamba yang merupakan salah satu sungai terbesar di Sulawesi Selatan.

Kabupaten Luwu Utara juga memiliki potensi alam yang melimpah, seperti hutan tropis, perkebunan kelapa, perkebunan coklat, serta tambang nikel dan batubara. Kondisi geografisnya yang beragam memberikan kekayaan alam dan potensi pariwisata yang menarik. Beberapa tempat wisata yang terkenal di Kabupaten Luwu Utara antara lain:

- 1) Pantai Bili-Bili, Pantai yang indah dengan pasir putih dan air laut yang jernih. Pantai ini menjadi tempat populer untuk bersantai, berenang, dan menikmati pemandangan alam.
- 2) Danau Tempe, Danau terbesar di Sulawesi Selatan yang terletak di daerah perbatasan Kabupaten Luwu Utara dan Kabupaten Wajo. Danau ini memiliki keindahan alam yang menakjubkan dan merupakan habitat bagi berbagai spesies ikan.
- 3) Air Terjun Malino, Salah satu air terjun yang terkenal di Sulawesi Selatan. Air terjun ini memiliki ketinggian sekitar 100 meter dan dikelilingi oleh hutan yang hijau dan segar.
- 4) Puncak Bambapuang, Puncak gunung yang menawarkan pemandangan indah dan panorama alam yang menakjubkan. Tempat ini juga menjadi spot populer untuk pendakian dan hiking.

Selain potensi pariwisata, Kabupaten Luwu Utara juga memiliki kekayaan budaya dan tradisi yang beragam. Pedagangnya mayoritas adalah suku Bugis yang memiliki kebudayaan yang kaya dan unik. Mereka memiliki beragam seni, seperti tarian, musik tradisional, dan kerajinan tangan. Secara ekonomi, Kabupaten Luwu Utara didominasi oleh sektor pertanian, perkebunan,

perikanan, dan pertambangan. Penduduknya mayoritas bekerja sebagai petani, nelayan, atau peternak. Selain itu, sektor perdagangan dan jasa juga turut berkontribusi dalam perekonomian kabupaten ini.

2. Karakteristik Responden

Berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden dapat dilihat karakteristik responden di bawah ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
20-30 Tahun	24 Orang	24 %
31-40 Tahun	46 Orang	46 %
41-50 Tahun	30 Orang	30 %

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan hasil olahan data pada tabel 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia dapat diketahui bahwa jumlah responden 100 responden dengan presentase 100% yang merupakan pedagang, yang berumur dari (20-30 tahun) sebanyak 24 responden (24 %), yang berumur (31-40 tahun) sebanyak 46 responden (46 %), dan yang berumur 41-50 tahun sebanyak 30 responden (30 %).

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	83	83 %
Laki-Laki	17	17 %

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang mengisi kuesioner berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 83

orang atau sebanyak 83 % dan laki-laki sebanyak 17 orang atau sebanyak 17 % responden.

3. Analisis Data

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji Validitas adalah proses statistik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen atau alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian benar-benar mengukur konsep atau variabel yang dimaksudkan. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengevaluasi apakah instrumen tersebut secara akurat dan valid mengukur konstruk yang dimaksud, sehingga dapat dipercaya dan digunakan dalam analisis data.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pendapatan (X ₁)	X1.1	0.348	0,196	Valid
	X1.2	0.629	0,196	Valid
	X1.3	0.688	0,196	Valid
	X1.4	0.533	0,196	Valid
	X1.5	0.488	0,196	Valid
	X1.6	0.688	0,196	Valid
	X1.7	0.352	0,196	Valid
	X1.8	0.688	0,196	Valid
	X1.9	0.432	0,196	Valid
	X1.10	0.610	0,196	Valid
	X1.11	0.688	0,196	Valid
	X1.12	0.404	0,196	Valid
Lokasi (X ₂)	X2.1	0.558	0,196	Valid
	X2.2	0.534	0,196	Valid
	X2.3	0.516	0,196	Valid
	X2.4	0.361	0,196	Valid
	X2.5	0.571	0,196	Valid
	X2.6	0.529	0,196	Valid
	X2.7	0.331	0,196	Valid

	X2.8	0.242	0,196	Valid
	X2.9	0.451	0,196	Valid
	X2.10	0.383	0,196	Valid
	X2.11	0.351	0,196	Valid
	X2.12	0.269	0,196	Valid
Minat Pedagang (Y)	Y1	0.554	0,196	Valid
	Y2	0.493	0,196	Valid
	Y3	0.590	0,196	Valid
	Y4	0.413	0,196	Valid
	Y5	0.405	0,196	Valid
	Y6	0.351	0,196	Valid
	Y7	0.525	0,196	Valid
	Y8	0.454	0,196	Valid
	Y9	0.410	0,196	Valid
	Y10	0.570	0,196	Valid
	Y11	0.574	0,196	Valid
	Y12	0.369	0,196	Valid
Religiusitas (Z)	Z1	0.563	0,196	Valid
	Z2	0.410	0,196	Valid
	Z3	0.388	0,196	Valid
	Z4	0.544	0,196	Valid
	Z5	0.443	0,196	Valid
	Z6	0.502	0,196	Valid
	Z7	0.544	0,196	Valid
	Z8	0.563	0,196	Valid
	Z9	0.365	0,196	Valid
	Z10	0.388	0,196	Valid
	Z11	0.442	0,196	Valid
	Z12	0.544	0,196	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Dari tabel tersebut sehingga diketahui bahwa semua item setiap variabel dalam penelitian yang diuji berdasarkan aplikasi SPSS versi 25 dinyatakan valid. Karena nilai *Corrected Item-Correlation* > dari r tabel pada signifikansi 0,05 (5 persen).

2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengukur ketepatan instrumen atau ketetapan dalam menjawab alat evaluasi tersebut. Suatu alat evaluasi (instrument) dilakukan baik bila reliabilitasnya tinggi. Uji reliabilitas digunakan

untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner (maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali).

Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Item	<i>Alpha Cronbach's</i>	Batas Realibilitas	Keterangan
Pendapatan (X ₁)	X1.1	0.685	0,60	Reliabel
	X1.2	0.663	0,60	Reliabel
	X1.3	0.667	0,60	Reliabel
	X1.4	0.673	0,60	Reliabel
	X1.5	0.697	0,60	Reliabel
	X1.6	0.667	0,60	Reliabel
	X1.7	0.687	0,60	Reliabel
	X1.8	0.667	0,60	Reliabel
	X1.9	0.677	0,60	Reliabel
	X1.10	0.664	0,60	Reliabel
	X1.11	0.667	0,60	Reliabel
	X1.12	0.681	0,60	Reliabel
Lokasi (X ₂)	X2.1	0.649	0,60	Reliabel
	X2.2	0.652	0,60	Reliabel
	X2.3	0.658	0,60	Reliabel
	X2.4	0.667	0,60	Reliabel
	X2.5	0.649	0,60	Reliabel
	X2.6	0.657	0,60	Reliabel
	X2.7	0.670	0,60	Reliabel
	X2.8	0.680	0,60	Reliabel
	X2.9	0.660	0,60	Reliabel
	X2.10	0.662	0,60	Reliabel
	X2.11	0.666	0,60	Reliabel
	X2.12	0.678	0,60	Reliabel
Minat Pedagang (Y)	Y1	0.685	0,60	Reliabel
	Y2	0.686	0,60	Reliabel
	Y3	0.669	0,60	Reliabel
	Y4	0.689	0,60	Reliabel
	Y5	0.691	0,60	Reliabel
	Y6	0.698	0,60	Reliabel
	Y7	0.681	0,60	Reliabel
	Y8	0.688	0,60	Reliabel
	Y9	0.691	0,60	Reliabel
	Y10	0.681	0,60	Reliabel

	Y11	0.670	0,60	Reliabel
	Y12	0.693	0,60	Reliabel
Religiusitas (Z)	Z1	0.695	0,60	Reliabel
	Z2	0.707	0,60	Reliabel
	Z3	0.701	0,60	Reliabel
	Z4	0.693	0,60	Reliabel
	Z5	0.698	0,60	Reliabel
	Z6	0.702	0,60	Reliabel
	Z7	0.693	0,60	Reliabel
	Z8	0.695	0,60	Reliabel
	Z9	0.710	0,60	Reliabel
	Z10	0.701	0,60	Reliabel
	Z11	0.705	0,60	Reliabel
	Z12	0.693	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu sampel data berasal dari populasi dengan distribusi normal. Jenis uji yang digunakan yaitu uji Kolmogorov-Smirnov adalah salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji normalitas data. Uji *Kolmogorov-Smirnov* membandingkan fungsi distribusi empiris (ECDF) dari data yang diamati dengan fungsi distribusi kumulatif (CDF) dari distribusi yang diuji (dalam hal ini, distribusi normal). Tujuan utama uji ini adalah untuk menentukan sejauh mana

data yang diamati cocok dengan distribusi normal yang diasumsikan. Berikut hasil uji normalitas pada penelitian ini,

Tabel 4.5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03550985
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.077
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.074
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel tersebut menjelaskan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,074 atau lebih besar dari 0,05 atau $0,074 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan linier yang kuat antara variabel-variabel prediktor dalam sebuah model regresi. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel prediktor dalam model regresi saling berkorelasi tinggi. Berikut hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini,

Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	20.644	5.869		3.518	.001		
	Pendapatan	.519	.101	.492	5.149	.000	.848	1.179
	Lokasi	.016	.130	.012	.121	.904	.848	1.179

a. Dependent Variable: Minat

Pada tabel tersebut, terdapat nilai Tolerance setiap variabel berada pada batas lebih besar dari 0,001 dan nilai VIF untuk setiap variabel berada batas di bawah 10 yang menunjukkan bahwa tidak ada tingkat multikolinearitas yang signifikan antara variabel prediktor dalam model regresi yang diuji.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan varian yang signifikan di antara kelompok data dalam model regresi. Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual (sisa) dalam model regresi tidak konstan di seluruh rentang nilai prediktor. Uji yang digunakan yaitu Uji Glejser, juga dikenal sebagai uji *Glejser's Test* atau uji Variance Ratio Test, adalah salah satu metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini,

Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	10.042	3.513	
	Pendapatan	-.098	.060	-.174	-1.618	.109
	Lokasi	-.071	.078	-.099	-.921	.360

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel prediktor (Lokasi dan Pendapatan) memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Ini berarti tidak ada adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.

c. Uji Analisis Regresi Berganda

Uji Analisis Regresi Berganda, juga dikenal sebagai *Multiple Regression Analysis*, adalah prosedur statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel dependen (variabel respons) dan dua atau lebih variabel independen (variabel prediktor) dalam konteks regresi linear. Tujuan utama uji ini adalah untuk menentukan pengaruh relatif masing-masing variabel prediktor terhadap variabel respons. Berikut hasil uji regresi berganda pada penelitian ini,

Tabel 4.8 Uji Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	20.644	5.869		3.518	.001
	Pendapatan	.519	.101	.492	5.149	.000
	Lokasi	.016	.130	.012	.121	.904

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan hasil koefisien regresi dalam tabel, persamaan analisis regresi berganda untuk model ini menjadi:

$$Y = 20,644 + 0,519X_1 + 0,016X_2 + \varepsilon$$

Interpretasi koefisien regresi:

- 1) Nilai konstanta sebesar 20,644, yang menunjukkan nilai minat ketika semua variabel independen adalah nol.

- 2) Nilai koefisien regresi pada variabel pendapatan adalah 0,519 yang menunjukkan bahwa setiap unit peningkatan dalam variabel pendapatan memiliki pengaruh sebesar 0,519 terhadap variabel minat.
- 3) Nilai koefisien regresi pada variabel lokasi sebesar 0,016, yang menunjukkan bahwa setiap unit peningkatan dalam variabel lokasi memiliki pengaruh sebesar 0,016 terhadap variabel minat.

d. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikansi Individual (uji t)

Uji t, atau t-test, adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara mean sampel dengan nilai yang diharapkan (nilai teoritis atau nilai populasi). Uji t sering digunakan dalam berbagai konteks, termasuk perbandingan dua kelompok, perbandingan sebelum dan sesudah intervensi, atau perbandingan terhadap nilai populasi yang diketahui. Berikut hasil uji t pada penelitian ini,

Tabel 4.9 Uji T

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized B	Std. Error			
1	(Constant)	20.644	5.869		3.518	.001
	Pendapatan	.519	.101	.492	5.149	.000
	Lokasi	.016	.130	.012	.121	.904

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel uji t tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel pendapatan sebesar 5,149 dan apabila nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 1,985 maka nilai t_{hitung} variabel pendapatan lebih besar dari nilai t_{tabel} yang digunakan atau variabel pendapatan sebesar $5,149 > 1,985$ dan nilai p -value atau sig. variabel pendapatan sebesar 0,00 atau lebih kecil dari

0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap minat pedagang.

Kemudian secara uji parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel lokasi sebesar 0,121 dan lebih kecil dari nilai t_{tabel} yang digunakan atau variabel lokasi sebesar $0,121 < 1,985$ dan nilai $p-value$ atau sig. variabel lokasi sebesar 0,904 atau lebih besar dari 0,05 ($0,904 > 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat pedagang.

2) Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F, juga dikenal sebagai pengujian secara simultan, adalah sebuah uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh secara keseluruhan dari variabel independen dalam suatu model regresi. Berikut hasil uji F pada penelitian ini,

Tabel 4.10 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299.422	2	149.711	15.919	.000 ^b
	Residual	912.218	97	9.404		
	Total	1211.640	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Pendapatan

Berdasarkan tabel uji F tersebut menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 15,919 dan apabila nilai F_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 3,09 maka nilai F_{hitung} model tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yang digunakan atau $15,919 > 3,09$ kemudian nilai $p-value$ atau sig. sebesar 0,000

atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah metrik yang digunakan dalam Analisis Regresi untuk mengukur seberapa baik model regresi cocok dengan data yang diamati. Koefisien determinasi menggambarkan seberapa besar variasi variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dalam model regresi. Berikut hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini,

Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.497 ^a	.247	.232	3.067

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pendapatan

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan nilai *R Square* (R^2) adalah 0,247 atau 24,7%, yang berarti 24,7% variasi dalam variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel pendapatan dan lokasi yang ada dalam model.

7. Analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA)

MRA digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (tingkat pendapatan dan lokasi) terhadap variabel dependen (minat pedagang untuk menabung di bank syariah), dengan mempertimbangkan pengaruh variabel moderator (religiusitas) pada hubungan tersebut. Dalam hal ini, variabel moderator yaitu religiusitas memoderasi hubungan antara variabel

independen dan variabel dependen. Dalam MRA, variabel moderator dapat mempengaruhi kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 4.12 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-44.303	131.070		-.338	.736
	Pendapatan	4.764	2.468	4.525	1.930	.057
	Lokasi	-2.979	1.967	-2.197	-1.514	.133
	Religiusitas	1.519	2.968	1.450	.512	.610
	X1Z	-.095	.055	-6.248	-1.721	.088
	X2Z	.065	.044	4.044	1.482	.142

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel tersebut maka persamaan MRA (Moderated Regression Analysis) adalah sebagai berikut:

$$Y = -44,303 + 4,764 (X1) - 2,979 (X2) + 1,519 (Z) - 0,095(X1Z) - 0,065 (X2Z)$$

Keterangan:

- a. Nilai koefisien variabel pendapatan sebesar 4,764 yang artinya koefisien ini menunjukkan hubungan antara variabel Pendapatan dan Minat. Nilai 4,764 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam variabel Pendapatan akan dikaitkan dengan peningkatan sebesar 4,764 satuan dalam Minat, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- b. Nilai koefisien variabel lokasi sebesar -2,979 yang artinya koefisien ini menunjukkan hubungan antara variabel lokasi dan minat. Nilai -2,979 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel lokasi

akan dikaitkan dengan penurunan sebesar 2,979 satuan dalam minat, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

- c. Nilai koefisien variabel religiusitas sebesar 1,519 yang artinya koefisien ini menunjukkan hubungan antara variabel Religiusitas dan Minat. Nilai 1,519 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel Religiusitas akan dikaitkan dengan peningkatan sebesar 1,519 satu satuan dalam Minat, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- d. Nilai koefisien variabel Pendapatan * Religiusitas sebesar -0,095 yang artinya koefisien ini menunjukkan hubungan interaksi antara variabel Pendapatan dan Religiusitas terhadap Minat. Nilai -0,095 menunjukkan seberapa besar pengaruh interaksi tersebut terhadap Minat. Dalam hal ini, peningkatan Pendapatan dan Religiusitas secara bersama-sama (interaksi) sebesar satu unit akan dikaitkan dengan penurunan sebesar -0,095 unit dalam Minat, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- e. Nilai koefisien variabel Lokasi * Religiusitas sebesar -0,065 yang artinya koefisien ini menunjukkan hubungan interaksi antara variabel Lokasi dan Religiusitas terhadap Minat. Nilai 0,065 menunjukkan seberapa besar pengaruh interaksi tersebut terhadap Minat. Dalam hal ini, peningkatan Lokasi dan Religiusitas secara bersama-sama (interaksi) sebesar satu unit akan dikaitkan dengan penurunan sebesar 0,065 satu satuan dalam Minat, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- f. Berdasarkan tabel tersebut nilai signifikansi variabel interaksi antara pendapatan dengan religiusitas sebesar 0,088 lebih besar dari 0,05 ($0,088 >$

0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak mampu memoderisasi variabel pendapatan terhadap variabel minat pedagang.

- g. Kemudian berdasarkan tabel tersebut nilai signifikansi variabel interaksi antara lokasi dengan religiusitas sebesar 0,142 lebih besar dari 0,05 ($0,142 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak mampu memoderisasi variabel lokasi terhadap variabel minat pedagang.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Minat Pedagang Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel pendapatan sebesar 5,149 dan apabila nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 1,985 maka nilai t_{hitung} variabel pendapatan kurang dari nilai t_{tabel} yang digunakan atau variabel pendapatan sebesar $5,149 > 1,985$ dan nilai p-value atau sig. variabel pendapatan sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat simpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara parsial terhadap minat pedagang.

Ketika pendapatan individu meningkat, kemampuan mereka untuk menabung juga meningkat, dan hal ini dapat mempengaruhi minat mereka untuk memilih bank syariah sebagai tempat penyimpanan dana berdasarkan nilai-nilai agama, keuntungan ekonomi, dan preferensi pribadi yang mempengaruhi keputusan finansial mereka. ayyidatul Maghfiroh

menjelaskan dalam penelitiannya bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.⁸⁷

2. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Pedagang Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan uji parsial menunjukkan bahwa nilai thitung variabel lokasi sebesar 0,121 dan lebih kecil dari nilai ttabel yang digunakan atau variabel pendapatan sebesar $0,121 < 1,985$ dan nilai *p-value* atau sig. variabel lokasi sebesar 0,904 atau lebih besar dari 0,05 ($0,904 > 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat pedagang. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian penelitian yang dilakukan oleh oleh Titin Agustin Nengsih *et.al* menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat.⁸⁸

3. Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Pedagang Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan uji F tersebut menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 15,919 dan apabila nilai Ftabel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 3,09 maka nilai Fhitung model tersebut lebih besar dari nilai Ftabel yang digunakan atau $15,919 > 3,09$ kemudian nilai *p-value* atau sig. sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan dan lokasi berpengaruh signifikan

⁸⁷ Sayyidatul Maghfiroh. "Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswa darush shalihah." *Jurnal pendidikan dan ekonomi* 7.3 (2018): 213-222.

⁸⁸ Titin Agustin Nengsih, Arsa Arsa, and Pradita Sari Putri. "Determinan minat menabung Pedagang di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi." *Perbanas Journal of Business and Banking* 11.1 (2021): 93-111.

secara simultan terhadap minat. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh hasil bahwa nilai *R Square* (R^2) adalah 0,247 atau 24,7%, yang berarti 24,7% variasi variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel pendapatan dan lokasi yang ada dalam model.

4. Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Pedagang Menabung di Bank Syariah yang Dimoderasi Religiusitas.

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) nilai signifikansi variabel interaksi antara pendapatan dengan religiusitas sebesar 0,088 lebih besar dari 0,05 ($0,088 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak mampu memoderisasi variabel pendapatan terhadap variabel minat pedagang. Kemudian nilai signifikansi variabel interaksi antara lokasi dengan religiusitas sebesar 0,142 lebih besar dari 0,05 ($0,142 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak mampu memoderisasi variabel lokasi terhadap variabel minat pedagang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak mampu memoderisasi variabel pendapatan dan lokasi dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara parsial pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang manabung di bank syariah
2. Secara parsial lokasi tidak berpengaruh terhadap minat pedagang manabung di bank syariah
3. Secara simultan pendapatan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang manabung di bank syariah
4. Hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan variabel religiusitas tidak mampu memoderisasi variabel pendapatan dan lokasi terhadap variabel minat pedagang manabung di bank syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, berikut adalah beberapa saran yang dapat dijadikan masukan bagi pembaca:

1. Bank syariah dapat bekerja sama dengan mitra atau lembaga lain untuk menyediakan program pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pedagang guna meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu, bank juga

dapat menawarkan produk atau layanan yang membantu pedagang mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, seperti layanan konsultasi keuangan atau investasi yang sesuai dengan prinsip syariah.

2. Bank harus memilih lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh pedagang, misalnya di sekitar area pasar atau pusat perdagangan. Selain itu, bank juga dapat memanfaatkan teknologi digital dengan menyediakan layanan perbankan online yang dapat diakses oleh pedagang di berbagai lokasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Adeyani, Ika., and Tuti Angraini. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat." *Journal Economy And Currency Study (JECS)* 3.2 (2021)
- Ahmad, Jumal. *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*. Yogyakarta: Deepublish, 2020
- Ansori, Muslich. *Metode penelitian kuantitatif Edisi 2*. Surabaya,:Airlangga University Press, 2020
- Arikunto, M. Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka, 2019.
- Bakhrir, Muhammad. *Buku Induk Ekonomi Islam*. Jakarta: Zahra, 2018
- BN. Marbun. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2018
- Boediono. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2020
- Christian H, M.Fuad. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2020
- Dahlan, Ahmad. *Bank Syariah: Teoritik, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras, 2018
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2019
- Djamil, Faturrahman. *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2022
- Fandy, Tjiptono. *Strategi pemasaran, Edisi Salemba Empat*. Yogyakarta : Penerbit Andi, 2018
- Fauziah, Nur Dinah, ME Mohamad Toha, and ME Rahma Sandhi Prahara. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: CV Literasi Nusantara Abadi, 2021
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018

- Glock, C. & Stark, R. *Religion and Society In Tension*. Chicago: University of California, 2018
- Gulo, W., *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017
- Hanum, Nurlailah. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang", *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1 No 1 (2017): 76
- Hayati, Isra., Nadiya Nabila Anisya, and Syahrul Amsari. "Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Daur Ulang Limbah Pedagang." *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan 2*, no. 1. 2021.
- Ilyas, Rahmat. "Manajemen Permodalan Bank Syariah." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5.2 (2018)
- Iskandar. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: Persada Pers, 2018
- J. Supranto. *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi ke-7*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2019).
- Kusumastuti, Adhi., Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020
- Kuswadi. *Pencatatan Keuangan Usaha Dagang untuk Orang-orang Awam*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2018
- Lupiyoadi, Rambat and A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Asa*. Jakarta: Salemba Empat, 2019
- Maghfiroh, Sayyidatul. "Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswa darush shalihah." *Jurnal pendidikan dan ekonomi* 7.3 (2018)
- Mappiare, Andi. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, Surabaya: Usana Offset Printing, 2019
- Moekijat. *Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja*. Bandung: CV. Pioner Jaya, Bandung, 2018
- Muthmainah, Nurul. *Pemahaman Pedagang Muslim Di Pasar Sentral Kota Masamba Terhadap Bank Syariah Indonesia Kcp Masamba*. Diss. IAIN Palopo, 2022: 78
- Nengsih, Titin Agustin, Arsa Arsa, and Pradita Sari Putri. "Determinan minat menabung Pedagang di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi." *Perbanas Journal of Business and Banking* 11.1 (2021): 93-111.

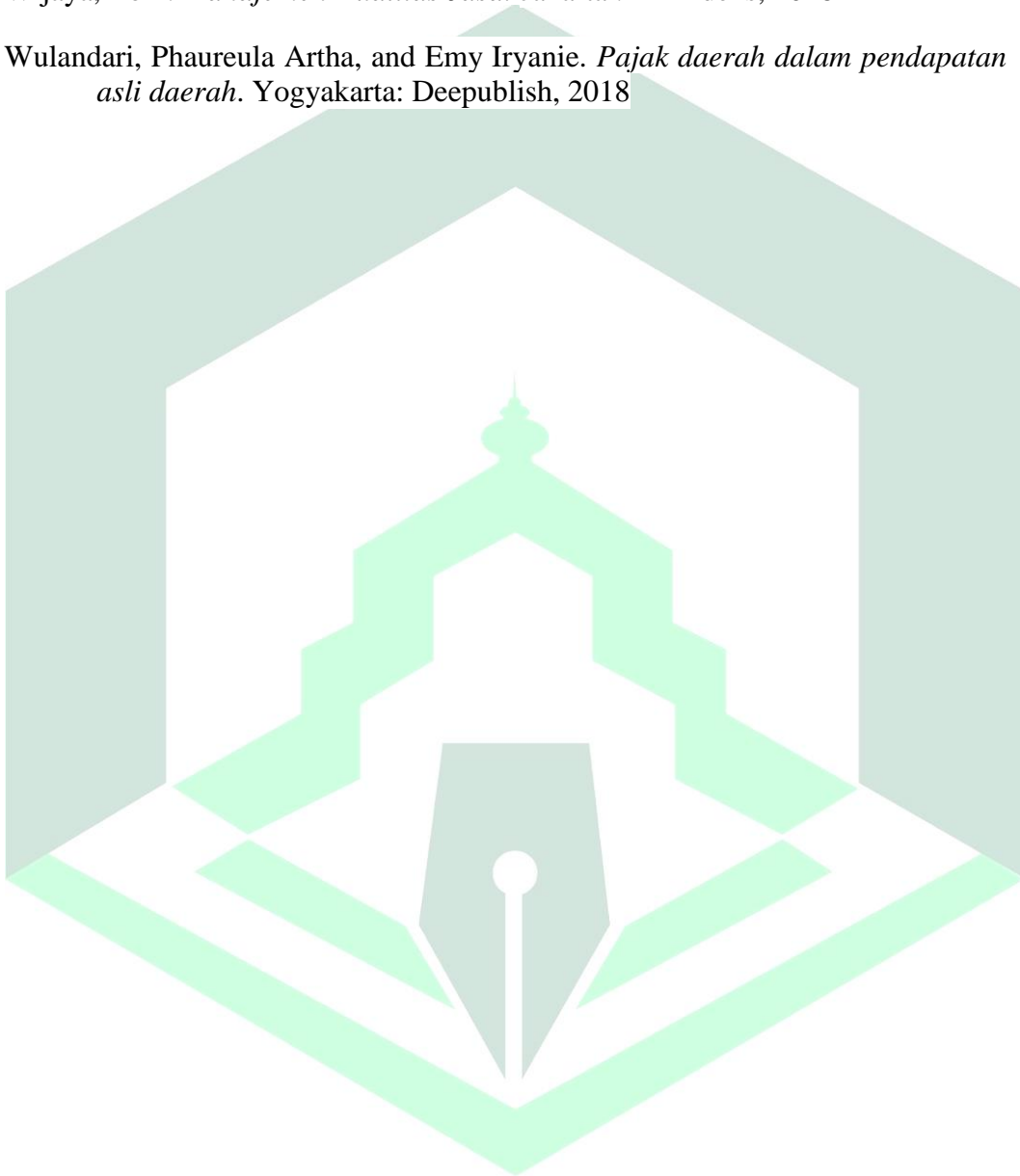
- Oentoro, Deliyanti. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Jakarta: Kencana, 2018
- Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Pascal Books, 2021
- Priyatno, Duwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2018.
- Raihana, Siti., and Riza Aulia. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Pedagang Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)." *Jihbiz: Global Journal Of Islamic Banking* 2.2 (2020)
- Rajab, Khairunas. *Psikologi Agama*. Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2018
- Reksoprayitno. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika, 2018.
- Ruslan, Nurfitriah, And Rika Rahma. "Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Parepare Pada Pedagang Kelurahan Labukkang." *DECISION: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3.2 (2022)
- Sholihin, Anwar., and 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)* 5.2 (2022)
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Pustaka Indonesia, 2018
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2017
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV, 2017
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik Dengan Spss 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2019
- Sukirno, Sadono, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar edisi 3*, Jakarta : Pt. Rajagrafindo Persada, 2018
- Sumitro, Warkum. *Asas-Asas Perbankan Islam & Lembaga Terkait*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2018
- Surono. *Anggaran Pendapatan dan Keluarga*. Yogyakarta: Graha Ilmu: 2018

Usanti, Trisadini P., and Abd Shomad. *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2022

W.J.S. Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka, 2019.

Wijaya, Toni. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : PT Indeks, 2018

Wulandari, Phaureula Artha, and Emy Iryanie. *Pajak daerah dalam pendapatan asli daerah*. Yogyakarta: Deepublish, 2018



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1: Angket Penelitian

VARIABEL PENDAPATAN (X1)

Indikator	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Jumlah Orang yang bekerja	Menurut saya semakin banyak orang yang bekerja dalam keluarga maka semakin baik.				
	Saya berpendapat bahwa jumlah orang yang bekerja dalam keluarga mempengaruhi pendapatan dalam keluarga				
	Menurut saya semakin banyak jumlah orang bekerja maka semakin meningkat juga pendapatan dalam keluarga				
	Menurut saya jumlah pendapatan keluarga cenderung stabil meskipun jumlah orang yang bekerja berubah-ubah.				
Besarnya Penghasilan	Menurut saya semakin besar penghasilan maka akan semakin tinggi pula pengeluaran.				
	Menurut saya bahwa semakin tinggi penghasilan berpeluang besar untuk bisa menabung.				
	Menurut saya semakin besar penghasilan maka semakin mudah seseorang dalam memenuhi kebutuhan pokoknya.				
	Saya berpendapat penghasilan yang besar dapat meningkatkan aset seseorang.				

Kepemilikan harta	Menurut saya bahwa memiliki rumah hal itu berarti memberikan keamanan finansial keluarga.				
	Saya berpendapat bahwa dengan menabung dapat membeli kendaraan.				
	Menurut saya investasi seperti deposito dapat membantu memperoleh penghasilan tambahan.				
	Menurut saya memiliki kendaraan seperti mobil, motor merupakan bagian dari bentuk investasi.				

VARIABEL LOKASI (X2)

Indikator	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Akses	Saya mudah menjangkau bank syariah di daerah tempat saya tinggal.				
	Lokasi bank syariah di daerah tempat saya tinggal terlihat jelas di tepi jalan.				
	Akseibilitas transportasi bank syariah di daerah tempat saya tinggal lancar.				
	Jalan menuju ke bank syariah tempat saya tinggal tanpa hambatan.				
Visibilitas	Lokasi bank syariah di daerah tempat tinggal saya mudah berada pada pusat kota				
	Lokasi bank syariah di daerah tempat saya tinggal mudah ditemukan karena memiliki tanda yang jelas.				

	Lokasi bank syariah di daerah tempat saya tinggal dengan mudah di temukan oleh semua orang.				
	Menurut saya tanda lokasi di bank syariah strategis yang berada di pusat kota.				
Lingkungan	Saya merasa fasilitas yang berada pada lingkungan bank syariah di daerah tempat saya tinggal terjaga terawat.				
	Bank syariah di daerah tempat saya tinggal memiliki kemanan yang baik.				
	Saya merasa lingkungan yang tenang di sekitar Bank Syariah menciptakan suasana kondusif dalam bertransaksi.				
	Menurut saya lingkungan sekitar lokasi Bank Syariah bersih.				

VARIABEL RELIGIUSITAS (Z)

Indikator	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Keyakinan atau ideologis	Saya percaya bahwa menabung di bank syariah adalah suatu kewajiban bagi saya sebagai seorang muslim.				
	Saya merasa bahwa menabung di bank syariah membantu saya untuk memperkuat keyakinan saya sebagai seorang muslim.				

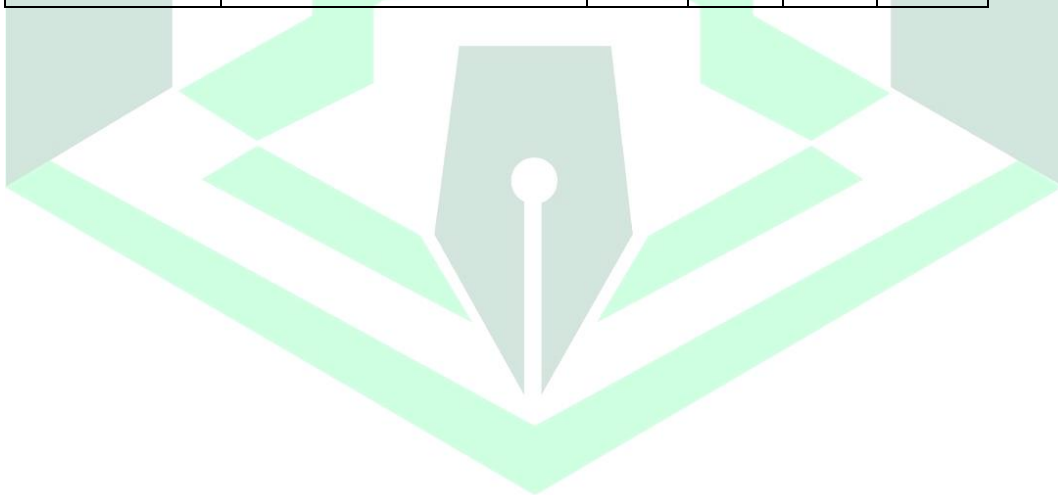
	Saya merasa bahwa menabung di bank syariah membantu saya untuk mempertahankan nilai-nilai Islam yang saya anut.				
Pengalaman atau eksperensial	Saya merasa bahwa pengalaman saya menabung di bank syariah memberikan kepuasan dibandingkan dengan bank konvensional.				
	Saya merasa bahwa menabung di bank syariah memberikan rasa aman kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional.				
	Saya merasa bahwa menabung di bank syariah memberikan manfaat yang lebih baik bagi kebutuhan finansial saya.				
Pengetahuan Agama atau Intelektual	Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam bagaimana bank syariah bekerja.				
	Saya merasa bahwa pengetahuan saya tentang Islam membantu saya untuk memahami manfaat menabung di bank syariah.				
	Saya percaya bahwa menabung di bank syariah sesuai dengan ajaran Islam memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan bank konvensional.				

Konsekuensi atau Pengamalan	Saya merasa bahwa menabung di bank syariah adalah suatu pengamalan yang wajar bagi saya sebagai seorang muslim yang ingin hidup sesuai dengan ajaran Islam.				
	Saya merasa bahwa menabung di bank syariah adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial moral yang harus dipenuhi sebagai seorang muslim.				
	Saya merasa bahwa menabung di bank syariah adalah bagian dari upaya saya untuk meningkatkan kualitas kehidupan saya dengan cara yang halal sesuai dengan ajaran Islam.				

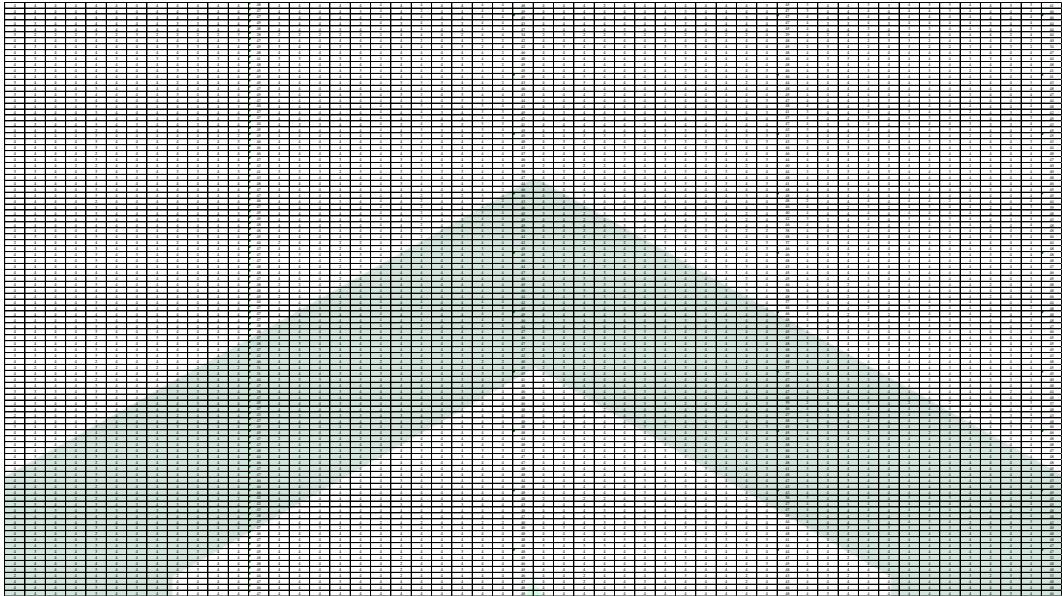
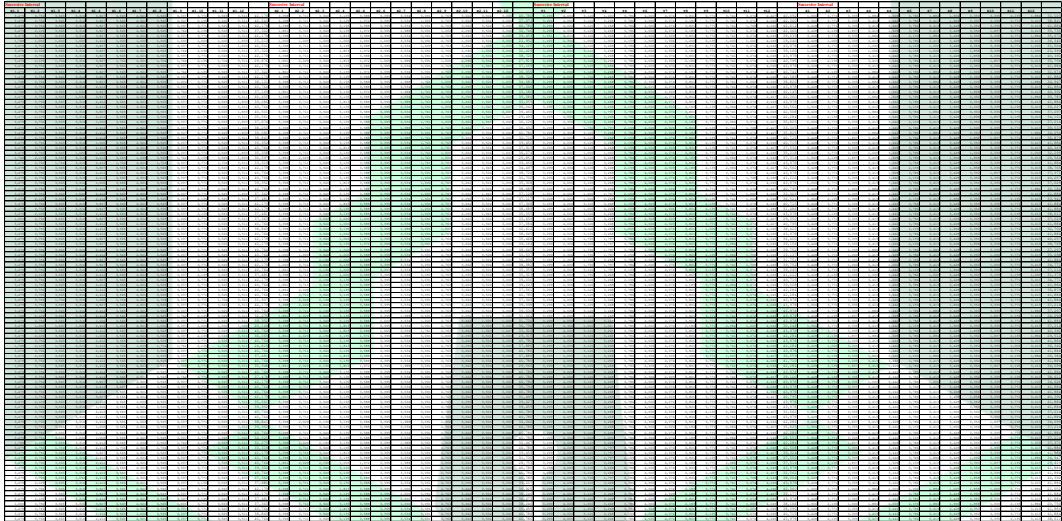
VARIABEL MINAT PEDAGANG (Y)

Indikator	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Minat Transaksional	Saya mempertimbangkan untuk membuka rekening di Bank Syariah				
	Saya memilih Bank Syariah untuk transaksi keuangan saya				
	Saya merasa yakin dengan keamanan Bank Syariah				
Minat Refrensial	Saya merekomendasikan Bank Syariah kepada orang lain				
	Saya merasa bangga menjadi nasabah Bank Syariah				

	Saya merasa Bank Syariah adalah pilihan yang tepat untuk menabung				
Minat Prefensial	Saya merasa puas dengan layanan Bank Syariah				
	Saya memilih Bank Syariah meskipun keuntungan yang ditawarkan lebih rendah				
	Saya cenderung menggunakan produk layanan Bank Syariah				
Minat eksploratif	Saya tertarik untuk mencari tahu lebih banyak tentang produk layanan Bank Syariah				
	Saya ingin mencoba produk layanan baru dari Bank Syariah				
	Saya merasa pengetahuan saya tentang produk layanan Bank Syariah sudah cukup				



Lampiran 2: Tabulasi Data

A large rectangular grid consisting of many small squares, intended for data tabulation. The grid is currently empty.A second large rectangular grid, identical in size and structure to the one above, also empty and intended for data tabulation.

Y10	Pearson Correlation	.307	.949	.167	.216	.115	.264	.423	.721	.126	1	.155	.303	.570
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.097	.031	.254	.008	.000	.000	.210		.122	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y11	Pearson Correlation	.555	.093	.965	.400	.215	.200	.139	.074	.229	.155	1	.058	.574
	Sig. (2-tailed)	.000	.359	.000	.000	.031	.047	.169	.462	.022	.122		.563	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y12	Pearson Correlation	-.126	.319	.068	-.092	.176	-.091	.810	.205	.189	.303	.058	1	.369
	Sig. (2-tailed)	.211	.001	.504	.365	.079	.367	.000	.041	.059	.002	.563		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Min at	Pearson Correlation	.554	.493	.590	.413	.405	.351	.525	.454	.410	.570	.574	.369	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z11	Z12	Religius itas
Z1	Pearson Correlation	1	.092	.074	.155	.101	.636	.155	1.000	.032	.074	.172	.155	.563
	Sig. (2-tailed)		.364	.464	.123	.317	.000	.123	.000	.751	.464	.087	.123	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z2	Pearson Correlation	.092	1	.205	.101	.122	.044	.101	.092	.041	.205	.905	.101	.410
	Sig. (2-tailed)	.364		.040	.316	.226	.665	.316	.364	.686	.040	.000	.316	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z3	Pearson Correlation	.074	.205	1	.017	.886	.078	.017	.074	.063	1.000	.128	.017	.388
	Sig. (2-tailed)	.464	.040		.869	.000	.443	.869	.464	.534	.000	.206	.869	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z4	Pearson Correlation	.155	.101	.017	1	.145	.170	1.000	.155	.240	.017	.142	1.000	.544
	Sig. (2-tailed)	.123	.316	.869		.149	.091	.000	.123	.016	.869	.159	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z5	Pearson Correlation	.101	.122	.886	.145	1	.110	.145	.101	-.009	.886	.122	.145	.443
	Sig. (2-tailed)	.317	.226	.000	.149		.277	.149	.317	.926	.000	.226	.149	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z6	Pearson Correlation	.636	.044	.078	.170	.110	1	.170	.636	.068	.078	.091	.170	.502
	Sig. (2-tailed)	.000	.665	.443	.091	.277		.091	.000	.500	.443	.370	.091	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z7	Pearson Correlation	.155	.101	.017	1.000	.145	.170	1	.155	.240	.017	.142	1.000	.544
	Sig. (2-tailed)	.123	.316	.869	.000	.149	.091		.123	.016	.869	.159	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z8	Pearson Correlation	1.000	.092	.074	.155	.101	.636	.155	1	.032	.074	.172	.155	.563
	Sig. (2-tailed)	.000	.364	.464	.123	.317	.000	.123		.751	.464	.087	.123	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z9	Pearson Correlation	.032	.041	.063	.240	-.009	.068	.240	.032	1	.063	.080	.240	.365
	Sig. (2-tailed)	.751	.686	.534	.016	.926	.500	.016	.751		.534	.432	.016	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z10	Pearson Correlation	.074	.205	1.000	.017	.886	.078	.017	.074	.063	1	.128	.017	.388
	Sig. (2-tailed)	.464	.040	.000	.869	.000	.443	.869	.464	.534		.206	.869	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z11	Pearson Correlation	.172	.905	.128	.142	.122	.091	.142	.172	.080	.128	1	.142	.442
	Sig. (2-tailed)	.087	.000	.206	.159	.226	.370	.159	.087	.432	.206		.159	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z12	Pearson Correlation	.155	.101	.017	1.000	.145	.170	1.000	.155	.240	.017	.142	1	.544
	Sig. (2-tailed)	.123	.316	.869	.000	.149	.091	.000	.123	.016	.869	.159		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Religiusitas	Pearson Correlation	.563	.410	.388	.544	.443	.502	.544	.563	.365	.388	.442	.544	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	87.32	35.210	.329	.	.685
X1.2	87.39	33.331	.668	.	.663
X1.3	87.27	33.835	.759	.	.667
X1.4	87.30	34.131	.541	.	.673
X1.5	87.97	35.646	.137	.	.697
X1.6	87.27	33.835	.759	.	.667
X1.7	87.29	35.622	.356	.	.687
X1.8	87.27	33.835	.759	.	.667
X1.9	87.38	34.299	.416	.	.677
X1.10	87.40	33.394	.646	.	.664
X1.11	87.27	33.835	.759	.	.667
X1.12	87.34	34.813	.392	.	.681
Pendapatan	45.69	9.125	.842	.	.824

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	86.50	23.949	.468	.747	.649
X2.2	86.44	24.350	.498	.565	.652
X2.3	86.42	24.771	.446	.645	.658
X2.4	86.66	24.408	.260	.439	.667
X2.5	86.47	24.050	.513	.612	.649
X2.6	86.35	24.715	.484	.507	.657
X2.7	86.52	25.121	.244	.518	.670
X2.8	86.63	25.225	.141	.493	.680
X2.9	86.45	24.876	.419	.523	.660
X2.10	86.52	24.737	.336	.283	.662
X2.11	86.50	24.919	.291	.516	.666
X2.12	86.53	25.322	.150	.586	.678
Lokasi	45.13	7.003	.953	.930	.574

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	86.22	40.941	.549	.677	.685
Y2	86.31	41.085	.518	.917	.686
Y3	86.42	38.812	.604	.937	.669
Y4	86.38	40.905	.382	.479	.689
Y5	86.34	41.499	.395	.966	.691
Y6	86.31	42.297	.292	.300	.698
Y7	86.39	40.180	.517	.760	.681
Y8	86.35	41.139	.450	.597	.688
Y9	86.33	41.496	.401	.966	.691
Y10	86.31	40.458	.601	.926	.681
Y11	86.43	38.813	.585	.933	.670
Y12	86.36	41.526	.344	.738	.693
Minat	45.17	11.355	.870	.770	.786

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1	86.38	39.228	.519	.	.695
Z2	86.34	40.631	.375	.	.707
Z3	86.38	39.733	.425	.	.701
Z4	86.37	39.003	.559	.	.693
Z5	86.39	39.493	.474	.	.698
Z6	86.35	40.129	.456	.	.702
Z7	86.37	39.003	.559	.	.693
Z8	86.38	39.228	.519	.	.695
Z9	86.39	40.705	.281	.	.710
Z10	86.38	39.733	.425	.	.701
Z11	86.34	40.429	.411	.	.705
Z12	86.37	39.003	.559	.	.693
Religiusitas	45.00	11.818	.874	.	.781

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03550985
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.077
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.074

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.042	3.513		2.859	.005
	Pendapatan	-.098	.060	-.174	-1.618	.109
	Lokasi	-.071	.078	-.099	-.921	.360

a. Dependent Variable: Abs_RES

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20.644	5.869		3.518	.001		
	Pendapatan	.519	.101	.492	5.149	.000	.848	1.179
	Lokasi	.016	.130	.012	.121	.904	.848	1.179

a. Dependent Variable: Minat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.644	5.869		3.518	.001
	Pendapatan	.519	.101	.492	5.149	.000
	Lokasi	.016	.130	.012	.121	.904

a. Dependent Variable: Minat

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299.422	2	149.711	15.919	.000 ^b
	Residual	912.218	97	9.404		
	Total	1211.640	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Pendapatan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.497 ^a	.247	.232	3.067

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pendapatan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-44.303	131.070		-.338	.736
	Pendapatan	4.764	2.468	4.525	1.930	.057
	Lokasi	-2.979	1.967	-2.197	-1.514	.133
	Religiusitas	1.519	2.968	1.450	.512	.610
	X1Z	-.095	.055	-6.248	-1.721	.088

X2Z	.065	.044	4.044	1.482	.142
-----	------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: Minat

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	348.023	5	69.605	7.576	.000 ^b
	Residual	863.617	94	9.187		
	Total	1211.640	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), X2Z, Pendapatan, Lokasi, Religiusitas, X1Z



Lampiran 4: Dokumentas



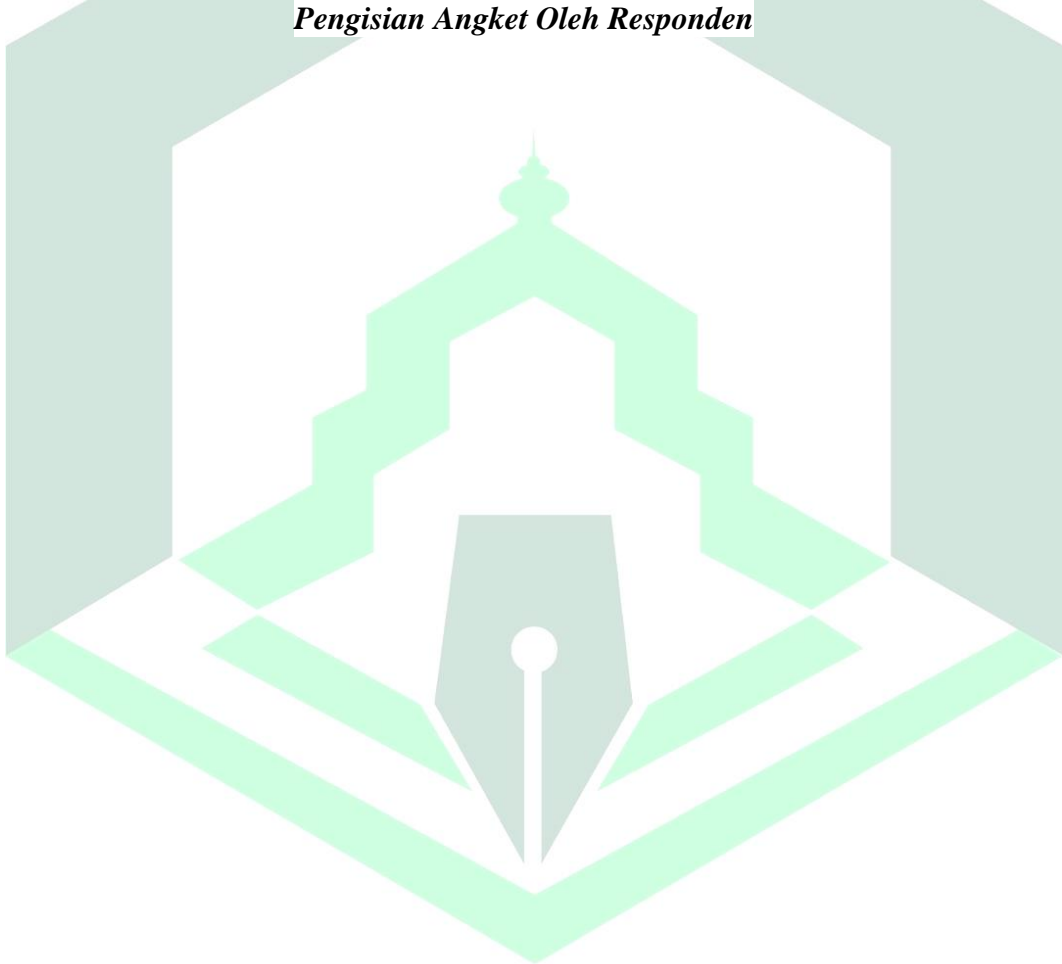
Pembagian Angket Kepada Responden



Pengisian Angket Oleh Responden



Pengisian Angket Oleh Responden



RIWAYAT HIDUP



REPI, lahir di masamba pada tanggal 4 September 2000.

Peneliti merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan seorang Ayah bernama Ratman dan ibunda Bakke.

Saat ini, peneliti bertempat tinggal di Meli, Kecamatan

Baebunta , Kabupaten Luwu Utara. Pendidikan dasar peneliti

diselesaikan pada tahun 2013 di SD 042 Meli. Kemudian, di tahun yang sama

menempuh pendidikan di SMP 04 masamba hingga tahun 2016. Setelah lulus

SMA di tahun 2019, peneliti melanjutkan pendidikan yang ditekuni, yaitu di

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut

Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.