

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, FASILITAS  
DAN PROMOSI PRODUK AKAD WADI'AH TERHADAP  
MINAT MAHASISWA 2020-2021 MENABUNG  
DI BSI KOTA PALOPO**

*Proposal Skripsi*

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo  
untuk Melakukan Penelitian Skripsi  
dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana  
pada Program Studi Perbankan Syariah.*



**IAIN PALOPO**

**Diajukan oleh**

**MASPIANI M**

18 0402 0135

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

**2023**

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, FASILITAS  
DAN PROMOSI PRODUK AKAD WADI'AH TERHADAP  
MINAT MAHASISWA 2020-2021 MENABUNG  
DI BSI KOTA PALOPO**

*Proposal Skripsi*

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo  
untuk Melakukan Penelitian Skripsi  
dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana  
pada Program Studi Perbankan Syariah.*



**IAIN PALOPO**

**Diajukan oleh**

**MASPIANI M**

18 0402 0135

**Pembimbing:**

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

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

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maspiani M  
Nim : 18 0402 0135  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebernanya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau fikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian skripsi ini adalah sebuah karya saya sendiri selain kutipan yang disebutkan sumbernya. Segala kekeliruan atau kesalahan yang ada pada skripsi ini 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 di batalkan

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 5 Agustus 2023



Maspiani M

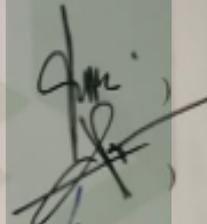
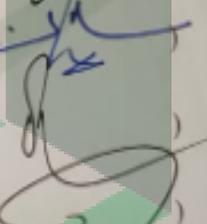
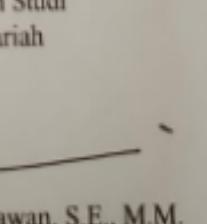
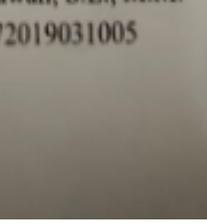
Nim 18 0402 0135

## HALAMAN PENGESAHAN

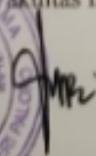
Skripsi berjudul Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Fasilitas, Promosi Produk Akad Wadi'ah terhadap Minat Mahasiswa 2020-2021 Menabung di BSI Kota Palopo yang ditulis oleh Maspiani.M, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0135, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 12 Oktober 2023 Miladiyah bertepatan dengan 26 Rabiul 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

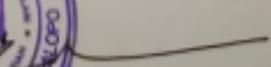
Palopo, 12 oktober 2023

### TIM PENGUJI

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

### Mengetahui

  
Rektor IAIN Palopo  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
NIP 198201242009012006

  
Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah  
  
Hendra Setiawan, S.E., M.M.  
NIP 198912072019031005

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

(اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Yang telah mengarahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Fasilitas Dan Promosi Produk Akad Wadi’ah Terhadap Minat Mahasiswa 2020-2021 Menabung Di BSI Kota Palopo” setelah melalui proses yang begitu panjang.

Sholawat dan salam tak lupa pula kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan. Guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada program studi perbankan syariah di Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo. Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat berbagai macam bantuan, bimbingan dan dorongan dari banyak pihak meskipun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, teristimewah kepada orang tua terkasih, mama saya Sapiah dan bapak saya Maskur yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang yang tak terhingga sampai saat ini, memberikan berbagai macam pengorbanan yang tiada batas serta senantiasa memberikan dorongan doa.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

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

5. Zainuddin S, S.E., M.Ak dan Hendra Safri, S.E., M.M.selaku penguji I dan penguji II yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Abu Bakar S.Pd., M.Pd. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Kepada BAZNAS beserta jajarannya yang telah ikut membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada keluarga besar saya serta kepada para sahabat saya yang telah banyak membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2018, yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga setiap bantuan, doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak

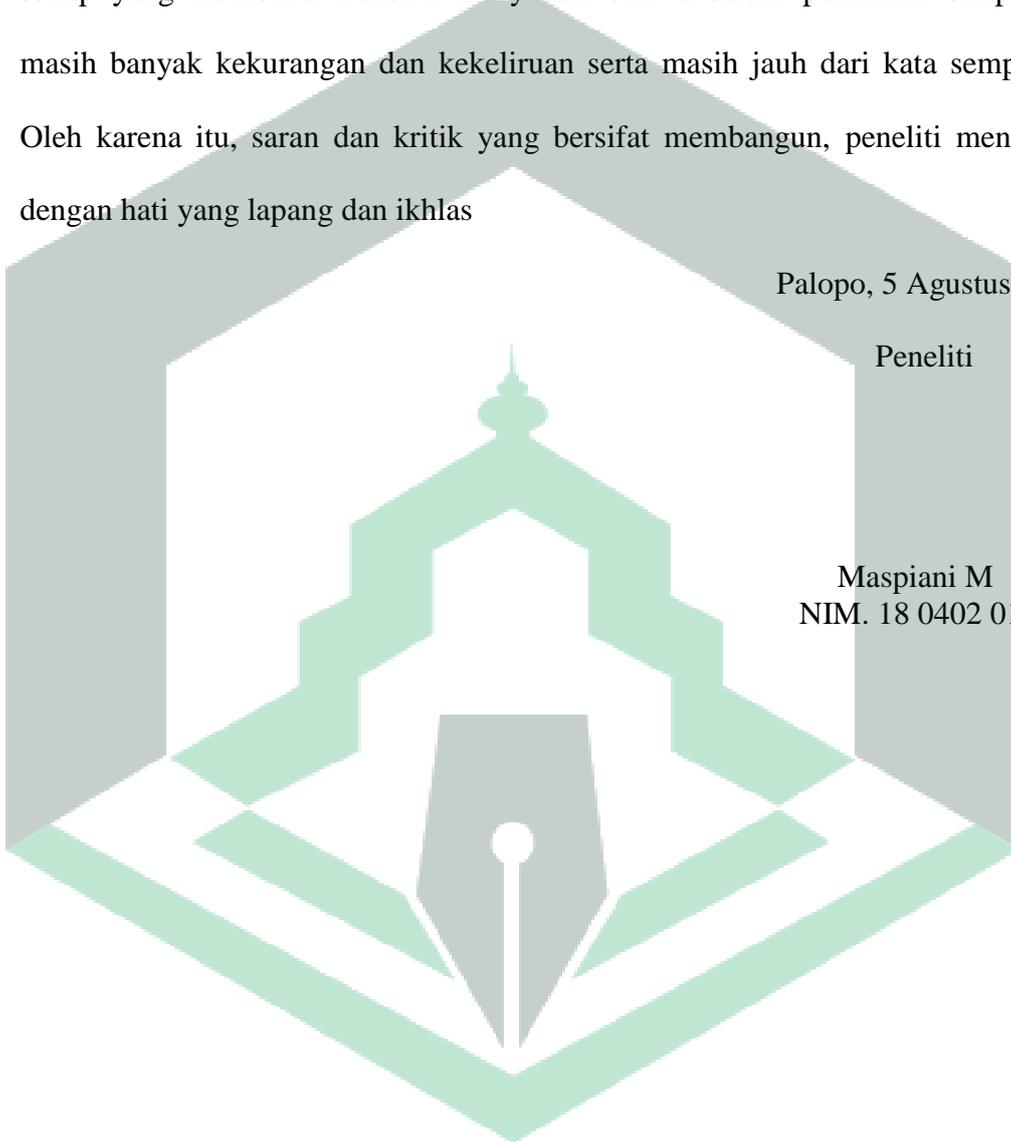
di sisi Allah SWT. Akhirnya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini meskipun melalui banyak hambatan dan tekana, namun dapat dilalui dengan baik.

Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap yang membaca. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun, peneliti menerima dengan hati yang lapang dan ikhlas

Palopo, 5 Agustus 2023

Peneliti

Maspiani M  
NIM. 18 0402 0135



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

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

#### 1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	s\`a	s\`	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z\`	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
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 apapun. 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
أ	<i>fathah</i>	a	a
إ	<i>Kasrah</i>	i	i
أ	<i>dammah</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
ي	<i>fathahdan yā'</i>	ai	a dan i
و	<i>fathahdan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *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   اِيء	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
أُ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

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

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-*serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةَ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

#### 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 : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعْمٌ : *nu'ima*

عُدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ُ),— - maka ia ditransliterasikan seperti huruf maddah menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang di transliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* 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-zalzalah</i> ( <i>az-zalzalah</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <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	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أَمْرٌ	: <i>umirtu</i>

## 8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum di bakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah 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 darisatu rangkaian teks Arab, maka wajib ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarḥ al-Arba'īn al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri'āyah al-maṣlahah*

## 9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagaimudāf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ *billāh* دِينِ اللهِ *dinullāh*

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

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللهِ : *hum fi raḥmatillāh*

## 10. *Huruf Kapital*

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

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi 'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihi al-Qur 'ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfi

Al-Maṣlahah fi al-Tasyīr' 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 Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,

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

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

(bukan: Zaīd Naṣr Ḥāmid Abū)

## B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

as = *'alaihi al-salam*

BSI = Bank Syariah Indonesia

H = Hijrah

TI = Teknologi Informasi

KCP = Kantor Cabang Pembantu

SAW = *sallallahu 'alaihi wa sallam*

SPSS = *Statistical Product And Service Solution*

SWT = *subhanahuwa ta 'ala*

VIF = *Variance Inflation Factor*

KD = Koefisien Determinasi

## C. *Daftar Istilah*

*Scatterplot*

=Bagan sebar atau grafik sebar, adalah penggunaan titik-titik untuk mewakili nilai untuk dua variabel numerik yang berbeda.

*Korelasi*

=Hubungan timbal balik atau sebab akibat. Berikut contoh, jenis, dan bentuk analisis.

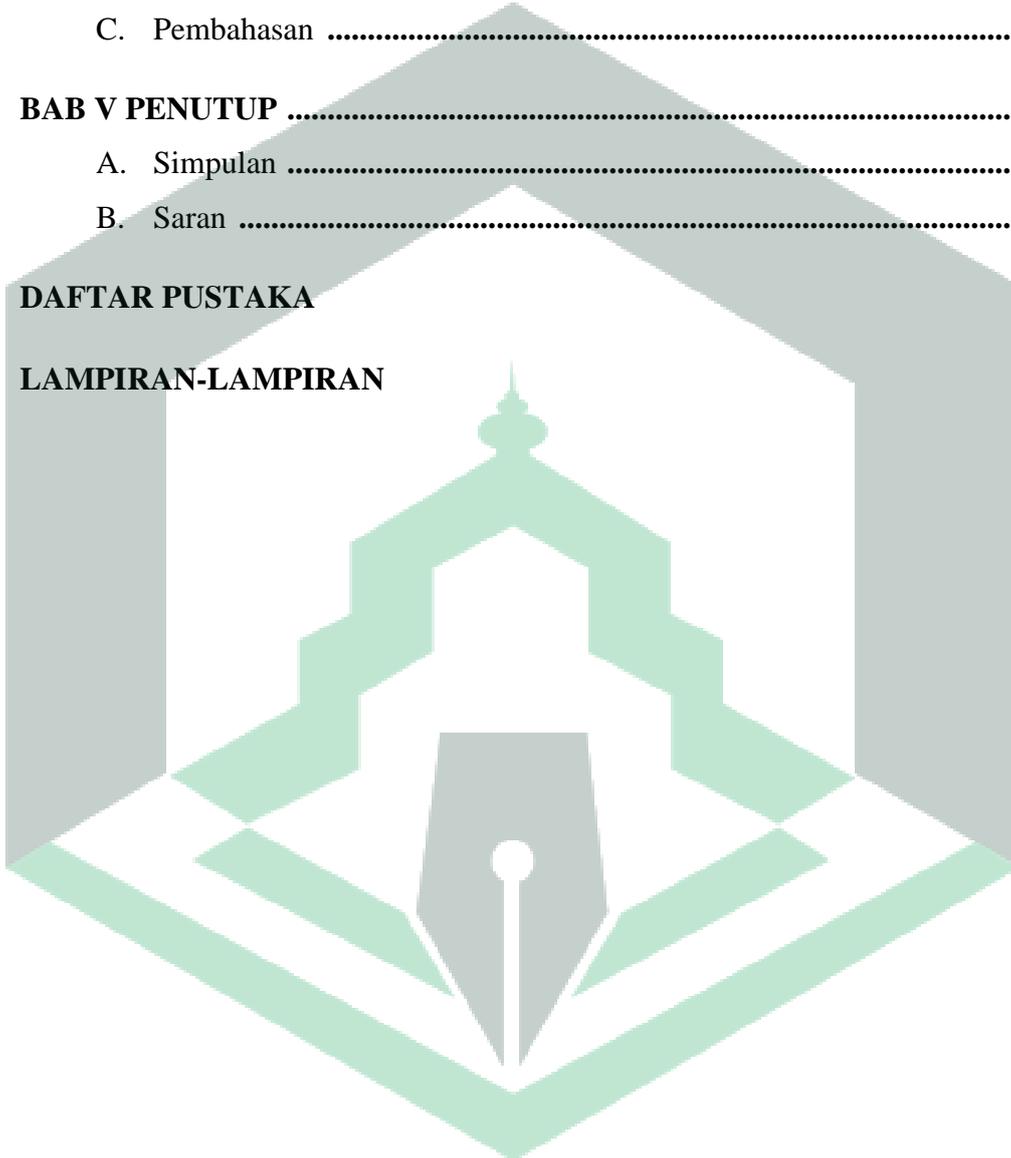
<i>Tolerance Value</i>	=Besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik.
<i>Variance Inflation Faktor</i>	=Faktor naik turunnya penyimpangan baku kuadrat.
<i>Spekulatif</i>	=Manilai sesuatu hanya berdasarkan dugaan semata.
<i>Intervensi</i>	= Campur tangan dalam perselisihan antara dua pihak. Aksi ini bisa terjadi pada orang, golongan, negara, dan sebagainya.
<i>Universal</i>	= Melingkupi seluruh dunia.
<i>Likuiditas</i>	= Kemampuan atau daya dari suatu perusahaan untuk membayar kewajiban utang dan jangka pendek.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR AYAT DAN HADIS</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	10
B. Landasan Teori .....	15
C. Kerangka Pikir .....	34
D. Hipotesis Penelitian .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>38</b>
A. Jenis Penelitian .....	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
C. Definisi Operasional Variabel .....	39
D. Populasi dan Sampel .....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
F. Skala Pengukuran .....	43
G. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen .....	43

H. Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
B. Hasil Penelitian .....	52
C. Pembahasan .....	65
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
A. Simpulan .....	71
B. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	39
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas .....	44
Tabel 3.3	Hasil Uji Reabilitas.....	45
Tabel 4.1	karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	53
Tabel 4.2	karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan .....	53
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas .....	54
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 4.5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	60
Tabel 4.7	Hasil Uji Semultan (Uji F) .....	64
Tabel 4.8	Hasil Uji Determinasi( $R^2$ ) .....	65

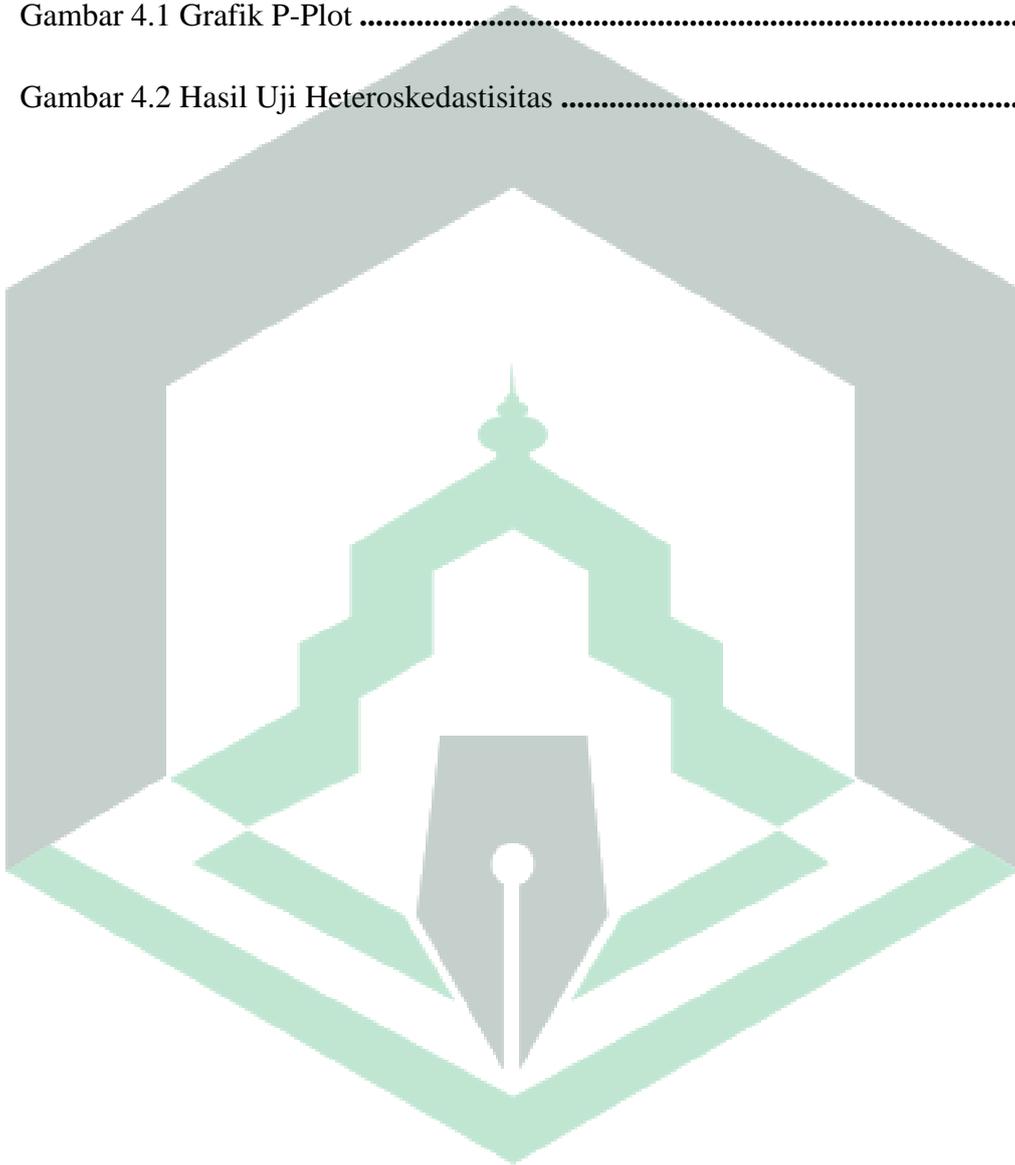
## DAFTAR AYAT DAN HADIS

Q.S ar-Rum ayat 30.....	22
Q.S AnNisa/4:29 .....	30



## DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	35
Gambar 4.1 Grafik P-Plot .....	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57



## ABSTRAK

**Maspiani M, 2018**, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Fasilitas Dan Promosi Produk Akad Wadi’ah Terhadap Minat Mahasiswa 2020-2021 Menabung Di Bsi Kota Palopo”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Adzan Noor Bakri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor pengetahuan, religiusitas, fasilitas dan promosi yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia menggunakan produk wadiah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan populasi seluruh mahasiswa progra studi perbankan syariah di IAIN Palopo. Menurut data yang diperoleh, jumlah mahasiswa perbankan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berjumlah 307 jiwa dengan pengambilan sampel sebanyak 174 responden menggunakan rumus slovin. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi. Alat analisis yang digunakan adalah bantuan SPSS versi 20. Dari hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa secara parsial keempat faktor dalam penelitian berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan produk wadiah. Dimana faktor pengetahuan dengan tingkat signifikan 0,004 dan nilai Thitung > Ttabel (2,913 > 1,676), sedangkan faktor religiusitas memperoleh tingkat signifikan sebesar 0,000 dan nilai Thitung > Ttabel (4,043 > 1,676), kemudian faktor fasilitas produk memperoleh tingkat signifikan sebesar 0,000 dan nilai Thitung > Ttabel (3,667 > 1,676), sedangkan faktor promosi dengan tingkat signifikan yaitu 0,000 serta nilai Thitung > Ttabel (7,002 > 1,676). Secara simultan juga menunjukkan hasil bahwa keempat variabel faktor tersebut berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan menabung menggunakan produk wadiah di bank syariah dengan tingkat signifikan 0,000.

**Kata Kunci:** Pengetahuan, Religiusitas, Fasilitas, Promosi, Minat Menabung.

## **ABSTRACT**

**Maspiani M, 2018, "The Influence of Knowledge, Religiosity, Facilities and Promotion of Wadi'ah Contract Products on 2020-2021 Student Interests in Saving at BSI, Palopo City". Thesis for the Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Institute. Guided by Azan Noor Bakri.**

*This study aims to analyze the factors of knowledge, religiosity, facilities and promotions that influence students' interest in saving at Bank Syariah Indonesia using wadiah products. This type of research is descriptive quantitative research with a population of all Islamic banking study program students at IAIN Palopo. According to the data obtained, the number of banking students at the Islamic Faculty of Economics and Business is 1,020 people with a sample of 174 respondents using the slovin formula. The method used to test the hypothesis is the classical assumption test, hypothesis testing, multiple linear regression testing and the coefficient of determination test. The analytical tool used was SPSS version 20. The results of the data processing indicated that partially the four factors in the study had an effect on students' interest in saving using wadiah products. Where is the knowledge factor with a significant level of 0.004 and the value of  $T_{count} > T_{table}$  ( $2.913 > 1.676$ ), while the religiosity factor obtains a significant level of 0.000 and the value of  $T_{count} > T_{table}$  ( $4.043 > 1.676$ ), then the product facility factor obtains a significant level of 0.000 and the value of  $T_{count} > T_{table}$  ( $3.667 > 1.676$ ), while the promotion factor with a significant level is 0.000 and the value of  $T_{count} > T_{table}$  ( $7.002 > 1.676$ ). Simultaneously it also shows the results that the four variable factors influence the interest of banking students to save using wadiah products in Islamic banks with a significant level of 0.000.*

**Keywords:** *Knowledge, Religiosity, Facilities, Promotion, Interest in Saving.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah menjelaskan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.<sup>1</sup> Dengan adanya perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariat islam, hal ini merupakan salah satu peluang dalam perkembangan sektor keuangan negara bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat untuk mengoptimalkan stabilitas sistem keuangan di perbankan syariah.

Dalam pembicaraan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.<sup>2</sup> Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan secara lebih luas lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang

---

<sup>1</sup> Undang-Undang No 23 Tahun 2008, "Tentang Perbankan Syariah," *Physical Review A*.

<sup>2</sup> Bustari Muchtar; Dkk., "Bank dan Lembaga Keuangan Lain" (Jakarta: KENCANA, 2016), 53.

keuangan. Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan.<sup>3</sup>

Banyak sekali berbagai produk - produk yang dimiliki BSI. Produk tersebut bisa memenuhi semua keinginan orang - orang yang biasanya tidak ada atau tersedia pada bank konvensional. Hal ini seperti ini dilaksanakan agar orang-orang dengan mudah bisa tertarik untuk menanamkan modalnya pada bank syariah salah satunya BSI. Disini produk yang cukup banyak peminatnya salah satunya adalah tabungan wadiah. Produk tabungan wadiah ini paling banyak diminati dikarenakan tabungan ini tidak dikenakan biaya tambahan atau administrasi setiap bulannya.<sup>4</sup> Selain itu, juga memudahkan masyarakat bagi yang dananya tidak ingin diputar untuk pembiayaan perbankan, sehingga bisa diambil sewaktu – waktu ketika ada kondisi *urgent*. Tentunya juga ini merupakan peluang besar bagi BSI. Akan tetapi, apakah hal itu saja cukup untuk menarik minat menabung nasabah, yang pastinya ada faktor lain yang mempengaruhinya.

Mahasiswa IAIN Palopo seluruhnya tentunya beragama muslim. Walaupun begitu, tidak keseluruhannya menggunakan Bank Syariah, karena masih nyaman menggunakan Bank Konvensional. Bahkan ada yang sudah menabung di Bank Syariah, tetapi belum sepenuhnya hijrah. Contohnya seperti mahasiswa yang menabung di Bank Syariah dan juga menabung di Bank Konvensional. Seperti yang dijelaskan dalam jurnal Fauzi dan Indri Murniawaty menyatakan bahwa Religiusitas mahasiswa merupakan salah satu yang mempengaruhi keputusan

---

<sup>3</sup> Leni Dermawan Sembiring; Dkk., “Bank dan Fintech, Eksistensi Bank Kini dan Esook” (Bandung: CV.Media Sains Indonesia, 2022), 2.

<sup>4</sup> Bank Syariah Indonesia, “Bsi Tabungan Easy Wadiah - Produk Dan Layanan | Bank Syariah Indonesia,” Dalam, <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-tabungan-easy-wadiah> , (Diakses Pada Tanggal 11 Maret 2023).

mahasiswa menjadi nasabah. Mahasiswa dapat menjadi nasabah Bank Syariah, itu berarti tindakan yang sesuai dengan ajaran Islam dan juga menguntungkan. Menurut Islam tingkat religiusitas seseorang secara pasti hanya Allah SWT. yang mengetahui, tetapi pernyataan tentang pengalaman religius-nya dapat dijadikan pijakan awal dari pengukuran religiusitas-nya.

Minat nasabah atau konsumen sendiri dalam hal memilih, menginginkan dan memakai sesuatu jasa atau barang (produk) yang dapat membuat seseorang merasa senang dan mempunyai keinginan akan ikut berkecimpung atau juga memiliki dalam objek tertentu, sehingga timbul keinginan. Upaya ini harus dilakukan pada bank syariah gunanya adalah agar menarik menarik minat nasabah serta dapat mempertahankan supaya perusahaan atau bank syariah tersebut terus maju dan berkembang hal ini menjadi suatu masalah utama dalam bagaimana mengatur strategi pemasarannya.

Ada beberapa faktor yang bisa mendorong minat menurut dari beberapa penelitian yang sebelumnya telah mengkaji terkait hal tersebut yaitu, penelitian oleh Ratna Dewi Setyowati dan Nanda Mutiara Hanum dalam judul penelitiannya "*analisis minat nasabah dalam memilih tabungan wadiah pada bank syariah indonesia KCP Soetta Ponogoro*" dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih tabungan wadiah diantaranya adalah faktor internal dan eksternal dimana faktor internal yaitu persepsi, dan pengetahuan. Sedangkan faktor eksternal yaitu sosial dan budaya,

serta pelayanan dan fasilitas produk.<sup>5</sup> Faktor yang mempengaruhi minat menabung yang telah disebutkan tersebut sesuai juga dengan hasil penelitian yang dikaji oleh dalam penelitian Nurbaiti dalam penelitiannya “*Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah*” menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung dan hal ini sejalan dengan penelitian Pudji yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.<sup>6</sup>

Pengetahuan konsumen tentang Bank syariah dapat menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk memilih antara bank syariah dan bank konvensional. Jika masyarakat memiliki pengetahuan yang jelas dan luas mengenai bank syariah, maka bisa jadi konsumen akan mempertimbangkan lebih memilih jasa bank syariah. Perbankan syariah akan semakin tinggi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah, upaya untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah menjadi isu strategis dalam pengembangan bank syariah di masa yang akan datang. Semakin baik pengetahuan tentang bank syariah semakin tinggi kemungkinan untuk mengadopsi bank syariah mengadopsi.

---

<sup>5</sup> Ratna Dewi Setyowati Dan Nanda Mutiara Hanum, “Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Soetta Ponorogo,” Iain Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia, 2023, <https://doi.org/10.30762/wadiah.v7i1.297>.

<sup>6</sup> Astuti, Pudji, Dan Umiyati. 2018. Influence Of Religiosity Towards The Saving Interest At Islamic Banking With The Knowledge Of The People As Moderator Variable (Case Study On The People Of South Tangerang City). *Journal Of Islamic Economics And Business*, Volume 3, No 1 (2018) Issn : 2527. 16

Salah satu komponen masyarakat pangsa pasar yang layak untuk menambah jumlah nasabah adalah mahasiswa. Institut Agama Islam Negeri Palopo adalah Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Palopo Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki ribuan jumlah mahasiswa. Dimana mahasiswa jurusan perbankan syariah pada tahun 2020 sebanyak 214 dan pada tahun 2021 sebanyak 93 sehingga memperoleh jumlah sebanyak 307 orang.<sup>7</sup> Hal tersebut memperlihatkan bahwa besarnya jumlah mahasiswa untuk melakukan suatu transaksi pada bank syariah. Oleh karena itu perlu mengetahui secara umum factor yang paling dominan dan sekaligus menjadi alasan mahasiswa berminat menabung dan bertransaksi pada bank syariah menggunakan akad wadiah.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti memfokuskan pada produk tabungan Wad'iah dimana produk tersebut merupakan produk tabungan penitipan dana atau barang dari pemilik (nasabah) kepada penyimpan dana (bank) dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu. Tabungan wadi'ah ini biasanya digunakan oleh nasabah yang hanya sekedar ingin menyimpan dananya dalam jangka pendek dan nasabahnya cenderung berasal dari kalangan masyarakat menengah ke bawah, pelajar hingga mahasiswa.

Tabungan *easy wadiah* dapat memberikan fasilitas, keunggulan serta kemudahan untuk nasabah perorangan ataupun non perorangan dalam mata uang rupiah. Adapun fasilitas dan keunggulan yang dimiliki tabungan *easy wadiah* yaitu bebas biaya administrasi bulanan, buku tabungan, dilengkapi dengan BSI

---

<sup>7</sup>Feby Iain Palopo, "Data Mahasiswa" [Http://Feby.Iainpalopo.Ac.Id/Data-Mahasiswa/](http://Feby.Iainpalopo.Ac.Id/Data-Mahasiswa/) Diakses Pada Tanggal 1 Januari 2023.

debet, *e-banking* (ATM, sms banking, internet banking, mobile banking dan lain sebagainya).

Fenomena yang ditemukan pada penelitian ini juga dilatar belakangi oleh *research gap* pada beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan sebelumnya tentang faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung adalah dimana pada penelitian yang dilakukan mereka memperoleh kesimpulan bahwa penelitian Dhea dkk, bahwa pengetahuan produk bank syariah berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung.<sup>8</sup> Ahmad Edi Saputra dalam penelitiannya menunjukkan perbedaan dimana tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap variabel keputusan menabung. Penelitian Fifi Afyanti mengungkapkan bahwa religiusitas mempengaruhi segala aspek kehidupan beragama bagi anak muda termasuk minat untuk menabung. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliatin dari penelitian tersebut menyatakan bahwa Disposable Income/Pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Lumajang.<sup>9</sup>

Berdasarkan uraian-uraian baik pada aspek alasan gap teoritik, gap penelitian terdahulu maupun pada aspek fenomena empiris tersebut di atas, maka hal tersebut menarik perhatian peneliti untuk melakukan pengujian dari beberapa faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap minat menabung mahasiswa sehingga melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Pengetahuan,**

---

<sup>8</sup> Dhea Salsabila Syifa, “Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten,” *Jurnal Maisyatuna* 4, ISSN: 2, no. 3 (2023), <https://journal.staidenpasar.ac.id/index.php/mt/article/view/247/230>.

<sup>9</sup> Yuliatin Yuliatin, “Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Anggota di KBMT Al Ikhlah Lumajang,” *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 1 (2020): 107, <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna/article/view/705/418>.

## **Religiusitas, Fasilitas Dan Promosi Produk Akad Wadi'ah Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo'.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan mahasiswa pada akad wadiah terdapat pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo?
2. Apakah religiusitas mahasiswa terdapat pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo?
3. Apakah fasilitas produk akad wadiah terdapat pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo?
4. Apakah promosi produk akad wadiah terdapat pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo?
5. Apakah pengetahuan, religiusitas, fasilitas dan promosi produk akad wadiah terdapat pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan diantaranya:

1. Mendeskripsikan sejauh mana pengaruh pengetahuan akad wadiah terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo.
2. Mendeskripsikan sejauh mana pengaruh religiusitas mahasiswa pada produk akad wadiah terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo.

3. Mendeskripsikan sejauh mana pengaruh fasilitas produk akad wadiah terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo.
4. Mendeskripsikan sejauh mana pengaruh promosi produk akad wadiah terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo
5. Mendeskripsikan sejauh mana pengaruh pengetahuan, religiusitas dan fasilitas produk akad wadiah terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan baik secara teoritis maupun secara praktis yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menambah ilmu pengetahuan yang diperoleh dari bangku kuliah pada jurusan perbankan syariah terkait faktor-faktor apa saja yang memengaruhi secara parsial maupun simultan terhadap minat mahasiswa dalam menabung menggunakan akad wadiah pada tabungannya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini menjadi tambahan kepustakaan di bidang perbankan syariah dan diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang perbankan syariah. Demikian juga bagi bank syariah dan nasabah, penelitian ini dapat bermanfaat untuk evaluasi perkembangan sistem perbankan syariah mengenai strategi pemasaran produk bank syariah. Penelitian ini juga diharapkan menjadi informasi yang penting dan

dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi nasabah bank syariah terutama terkait dengan produk di bank syariah.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Sebelum adanya penelitian ini, ada beberapa penelitian yang pernah dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan dalam penelitian sebelumnya, maka peneliti mengkomparasikan atau membandingkan dengan peneliti yang lain, baik berupa jurnal, skripsi maupun makalah yang berkaitan dengan judul penelitian yang ditulis oleh peneliti ini. Demi mengetahui ada tidaknya persamaan dalam penelitian sebelumnya, maka diperoleh beberapa studi tentang implementasi akad wadiah yang telah dikaji oleh beberapa peneliti.

##### **1. Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah**

Pengetahuan merupakan hal yang sangat penting dalam hubungan antara mahasiswa dalam menentukan sikap mahasiswa terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Sikap diperoleh melalui pengalaman dan proses belajar. Dengan adanya pengalaman dan proses belajar tersebut, maka seseorang bertindak berdasarkan perasaannya. Sebuah pengalaman dan proses seseorang sangatlah beragam dan dalam kaitannya dengan Bank Syariah, masyarakat pun mempunyai sikap yang berbeda-beda misalnya dalam konteks keharaman bunga bank secara jelas di hindari oleh bank syariah, masyarakat cenderung mengabaikan keharaman dari bunga bank itu sendiri dikarenakan proses pembelajarannya selama ini mengenai bunga bank dan riba. Penelitian yang dilakukan Masriani Anwar yang

menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.<sup>10</sup>

Sejalan dengan penelitian Dhea dkk, bahwa pengetahuan produk bank syariah berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung.<sup>11</sup> Berdasarkan hal tersebut dapat dijelaskan bahwa dengan memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang bagaimana preferensi produk bank syariah maka mempengaruhi minat konsumen untuk menyimpan uang di bank syariah. Dimana dengan mempunyai pengetahuan tersebut maka dapat mempermudah seseorang untuk bisa bersosialisasi dan juga dapat menjadikan seseorang dalam menentukan berbagai pilihan yang diinginkan, salah satu contohnya ialah dalam memilih bank untuk sebagai dalam penyimpanan uang. Terutama menyimpan uang pada bank syariah.<sup>12</sup>

Ahmad Edi Saputra dalam penelitiannya menunjukkan perbedaan dimana tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap variabel keputusan menabung di Bank Syariah. Hal tersebut diungkapkan bahwa semakin besar pengetahuan yang diberikan, maka semakin rendah keputusan masyarakat yang menabung di bank syariah Mandiri Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Hal ini dikarenakan masyarakat sebenarnya telah mengetahui hukum syariat namun masih menilai bahwa praktik di lapangan bank syariah masih

---

<sup>10</sup> Masriani Anwar, "Pengetahuan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Unismuh Makassar Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah." (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020), [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11399-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11399-Full_Text.pdf).

<sup>11</sup> Dhea Salsabila Syifa, "Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten," *Jurnal Maisyatuna* 4, ISSN: 2, no. 3 (2023), <https://journal.staidenpasar.ac.id/index.php/mt/article/view/247/230>.

<sup>12</sup> Vino Aurefanda, "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019), <https://core.ac.uk/download/pdf/293475166.pdf>.

menggunakan metode dan cara-cara yang tidak lebih dengan praktik dari Bank Konvensional. Sedangkan variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas mempengaruhi minat menabung di bank syariah Mandiri Kabupaten Tanjung Jabung Barat.<sup>13</sup>

## 2. Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Agama adalah variabel mendasar yang menentukan perilaku seseorang, karena religiusitas salah satu institusi sosial yang universal dan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap, nilai dan perilaku masyarakat.<sup>14</sup> Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Faqih mengungkapkan bahwa selain pengetahuan, faktor religiusitas terhadap minat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk bank syariah dalam tabungannya.<sup>15</sup>

Penelitian Fifi Afyanti mengungkapkan bahwa religiusitas dapat diartikan sebagai sebagai taqwa dan dalam konteks Agama Islam, taqwa ini memiliki dimensi vertikal yaitu hubungan pribadi manusia kepada Tuhan-Nya. Religiusitas ini memiliki andil yang besar dalam mempengaruhi segala aspek kehidupan beragama bagi anak muda termasuk minat untuk menabung. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliatin yang berjudul Pengaruh Tingkat

<sup>13</sup> Ahmad Edi Saputra, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Mandiri Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening," *Universitas Islam Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*, 2021, [Http://Repository.Uinjambi.Ac.Id/7243/1/Ahmad%20edi%20saputra%2c%20mlk193073%20ok.Pdf](http://Repository.Uinjambi.Ac.Id/7243/1/Ahmad%20edi%20saputra%2c%20mlk193073%20ok.Pdf).

<sup>14</sup> Dalia, F., A., & Hassan, M. "The Influence of Religiosity on Egyptian Muslim Youths' Attitude Towards Fashion". *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 6, No.1, 2019). 96. [https://www.researchgate.net/publication/276854997\\_The\\_influence\\_of\\_religiosity\\_on\\_Egyptian\\_Muslim\\_youths'\\_attitude\\_towards\\_fashion](https://www.researchgate.net/publication/276854997_The_influence_of_religiosity_on_Egyptian_Muslim_youths'_attitude_towards_fashion) .

<sup>15</sup> Faqih Wildan Hakim, "Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah (studi kasus Bank Syariah Mandiri kantor cabang Bandar Lampung tahun 2019)," *Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/53353/1/FAQIH\\_WILDAN\\_HAKIM-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/53353/1/FAQIH_WILDAN_HAKIM-FEB.pdf).

Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Anggota di bank syariah dimana hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa Disposable Income/Pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Lumajang.<sup>16</sup> Dengan demikian bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka dia akan berhati-hati dalam memilih segala segala sesuatu yang akan dia kerjakan sesuai dengan ajaran agama islam. Sama halnya dengan minat menabung pada bank syariah, semakin besar tingkat religiusitas anggota, maka minat menabung pada bank syariah akan semakin besar pula karena system perbankan yang sesuai dengan ajaran agama islam.

### 3. Fasilitas Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Edi menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.<sup>17</sup> Sedangkan penelitian Safa'atul Abrori bahwa Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Variabel fasilitas seharusnya memiliki peran besar terhadap minat menabung di bank syariah. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini disebabkan karena mayoritas responden telah memiliki tabungan di bank konvensional dengan banyak fasilitas yang diberikan

<sup>16</sup> Yuliatin Yuliatin, "Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Anggota di KBMT Al Ikhlah Lumajang," *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 1 (2020): 107, <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna/article/view/705/418>.

<sup>17</sup> Ahmad Edi Saputra, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Mandiri Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening," *Universitas Islam Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*, 2021, [Http://Repository.Uinjambi.Ac.Id/7243/1/Ahmad%20edi%20saputra%2c%20mlk193073%20ok.Pdf](http://Repository.Uinjambi.Ac.Id/7243/1/Ahmad%20edi%20saputra%2c%20mlk193073%20ok.Pdf).

dan banyak dari mereka yang tidak tahu dan jarang menjumpai fasilitas-fasilitas bank syariah di jalan-jalan seperti ATM dan lain sebagainya.<sup>18</sup>

#### 4. Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya karena selain menginformasikan produk juga berfungsi untuk mengingatkan nasabahnya maupun calon nasabah akan produk yang ditawarkan.<sup>19</sup> Kemudian pada penelitian Tyas dan Supriyanto mengungkapkan bahwa Promosi dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat seseorang dalam menabung di bank. Melalui strategi promosi yang efektif, bank dapat meningkatkan kesadaran, mempengaruhi persepsi, dan membangun minat nasabah potensial terhadap produk dan layanan tabungan yang mereka tawarkan.<sup>20</sup>

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan, diperoleh persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Kesamaan dari penelitian tersebut adalah keduanya sama-sama penelitian yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan dan fasilitas terhadap minat menabung dan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Sedangkan faktor pembedanya terletak hasil penelitiannya. Dimana peneliti sebelumnya mendeskripsikan bahwa kedua variabel tersebut dalam penelitian oleh Ahmad Edi

<sup>18</sup> Safa'atul Abrori, "Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Kabupaten Sukoharjo Di Bank Syariah" *Universitas Islam Negeri Surakarta*, 2020, [Http://Eprints.Iain-Surakarta.Ac.Id/261/1/Full%20skripsi\\_16.52.3.1.188.Pdf](http://Eprints.Iain-Surakarta.Ac.Id/261/1/Full%20skripsi_16.52.3.1.188.Pdf).

<sup>19</sup> Fadilla, Choiriyah, & Aravik, H, "Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi", (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 32.

<sup>20</sup> Tyas Dan Supriyanto, "Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge", *QTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.11, No.2: 141-152, (2022), <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/766/323>

Saputra menyatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap variabel minat menabung di Bank Syariah sedangkan variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Safa'atul Abrori dimana menunjukkan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, sedangkan variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Kekurangan dari beberapa studi penelitian terdahulu yang telah dijabarkan sebelumnya terletak pada analisisnya. Dimana penelitian sebelumnya hanya menganalisis dua variabel tersebut terhadap produk-produk bank syariah, yaitu tidak menganalisis secara lebih detail dan khusus terhadap produk di bank syariah. Oleh karena itu, peneliti akan lebih mengkhususkan penelitian ini pada produk tabungan easy wadiah.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Pengetahuan**

#### **a. Definisi Pengetahuan**

Pengetahuan adalah hasil kegiatan ingin tahu manusia tentang apa saja melalui cara-cara dan dengan alat-alat tertentu. Pengetahuan ini bermacam-macam jenis dan sifatnya, ada yang langsung dan ada yang tak langsung, ada yang bersifat tidak tetap (berubah-ubah), subyektif, dan khusus, dan ada pula yang bersifat tetap, obyektif dan umum. Jenis dan sifat pengetahuan ini pengetahuan ini

tergantung kepada sumbernya dan dengan cara dan alat apa pengetahuan itu diperoleh, serta ada pengetahuan yang benar dan ada pengetahuan yang salah.<sup>21</sup>

Pengetahuan merupakan segala informasi yang diketahui oleh seseorang mengenai suatu produk atau jasa. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang tersimpan di dalam memori atau ingatan seseorang, semua informasi yang relevan mengenai fungsi konsumen dalam sebuah pasar disebut dengan pengetahuan.<sup>22</sup>

Pengetahuan menurut Indra Sakti memiliki arti sebagai segala sesuatu apa yang diketahui oleh manusia atau seseorang tentang suatu objek tertentu termasuk didalamnya tentang ilmu yang akan menambah keterbentukan mentalnya baik secara langsung maupun secara tidak langsung.<sup>23</sup>

Dalam penelitian ini, pengetahuan yang dimaksud peneliti berhubungan dengan pengetahuan mahasiswa yang akan menggunakan suatu produk karena pengetahuan mahasiswa yang menjadikan dasar pengambilan keputusan, khususnya keputusan dalam menggunakan produk tabungan dalam Bank Syariah.

Menurut Andadari, dkk pengetahuan adalah sebagian dari kebenaran yang diyakini orang dengan menggunakan antara keyakinan dan kebenaran dalam pemrosesan informasi seseorang, sehingga dapat mengiringnya untuk melakukan suatu tindakan yang dapat membuat orang atau lembaga melakukan

---

<sup>21</sup> Darsini Darsini, Fahrurrozi Fahrurrozi, Dan Eko Agus Cahyono, "Pengetahuan; Artikel Review," *Jurnal Keperawatan* 12, No. 1 (2019): 97.

<sup>22</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen; Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018). 35

<sup>23</sup> Indra Sakti "Korelasi Pengetahuan Alat Praktikum fisika Dengan Kemampuan Psikomotorik Siswa di SMA Negeri Kota Bengkulu", *Jurnal Exacta*, No. 1 (Juni 2011), <http://repository.unib.ac.id/532/>.

tindakan yang berbeda dengan lebih efektif.<sup>24</sup> Pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai enam tingkatan sebagai berikut<sup>25</sup>:

- 1) Tahu hanya diartikan sebagai recall (memanggil) memori yang sebelumnya telah tersimpan setelah melakukan pengamatan terhadap suatu objek tertentu. Tahu adalah tingkatan pengetahuan yang rendah. Kata kerja yang digunakan untuk mengukur tingkatan ini seperti menyebutkan, mendefinisikan, menyatakan dan sebagainya.
- 2) Memahami (Comprehension), di sini tidak hanya sekedar tahu, tetapi mampu menjelaskan secara benar tentang suatu objek yang diketahui. Seperti mampu menyimpulkan, memberikan contoh, dan sebagainya.
- 3) Aplikasi (Application), aplikasi dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi atau pengetahuan yang dimiliki pada kondisi nyata tertentu yang sesuai.
- 4) Analisis (Analysis), analisis ialah kemampuan menjabarkan suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih satu struktur organisasi dan saling berhubungan satu sama lain. Seperti membuat bagan, membedakan dan lainnya.
- 5) Sintesis (Synthesis), sintesis dapat diartikan sebagai kemampuan menyusun formulasi yang dari formulasi yang telah ada. Seperti dapat menyusun, meringkas materi yang sudah dibaca dengan kata-kata yang ada atau kata-kata sendiri.

---

<sup>24</sup> Nurbaiti, Supaino & Diena Fadhilah, "Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah", Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal), No.2 (Desember 2020), <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/193>.

<sup>25</sup> Ferry Efendi – Makhfudli, *Keperawatan Kesehatan Komunitas Teori dan Praktik dalam Keperawatan*, (Jakarta: Salemba Medika, 2009), 107.

- 6) Evaluasi (Evaluation), evaluasi berkaitan dengan kemampuan justifikasi atau melakukan penilaian terhadap suatu objek yang didasarkan pada criteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya.

Landasan hukum dalam Al-Qur'an tentang pengetahuan terdapat pada Q.S Al-Mujadalah ayat 11.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَأَفْسَحُوا يَفْسَحِ  
 اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا فَإِنَّ اللَّهَ يَرْفَعُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا  
 الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

Terjemahannya:

Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>26</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwasanya Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman dan orang-orang yang memiliki ilmu dengan beberapa derajat atau kemuliaan dalam kehidupannya. Manusia mulia dihadapan Allah apabila memiliki pengetahuan yang bisa dimiliki dengan jalan benar. Peranan ilmu dalam islam sangat penting sekali. Karena tanpa ilmu, maka seorang yang mengaku mukmin, tidak akan sempurna bahkan tidak benar dalam keimanannya. Seorang muslim waib mempunyai ilmu untuk mengenal berbagai pengetahuan dan ilmu yang diperoleh seharusnya menambah dekatnya hubungan manusia dengan sang Khaliq. Dalam menjalankan kehidupan yang penuh dengan

<sup>26</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Ponegoro:Al-Hikmah,2014)

permasalahan kita membutuhkan ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan yang dimiliki dapat dijadikan sebagai kunci bagi permasalahan-permasalahan yang dihadapi selain sebagai bekal dalam menjalankan kehidupan di dunia. Ilmu pengetahuan juga dapat mengantarkan seseorang untuk mencapai kebahagiaan hidup di akhirat. Dan ilmu pengetahuan itu dapat diperoleh dengan melalui belajar.<sup>27</sup>

#### b. Macam-Macam Pengetahuan

Menurut Blackwell dan Miniard membagi pengetahuan konsumen menjadi tiga macam, yaitu<sup>28</sup>:

##### 1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, pengetahuan manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasaan yang diberikan produk bagi konsumen.

##### 2) Pengetahuan Pembelian

Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah member informasi kepada konsumen dimana konsumen akan membeli produk tersebut.

##### 3) Pengetahuan Pemakaian

<sup>27</sup> Desi Sri Wahyun, Skripsi: “Urgensi Belajar Dalam Perspektif islam ( Kajian Tafsir Qur’an Surat Al-Mujadalah Ayat 11 )”, (Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang, 2020 ).

<sup>28</sup> Faisal Umardani Hasibuan & Rahma Wahyuni, “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, No.1, (2020), 22-23, <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>.

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen lain. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen maka konsumen harus bisa menggunakan produk tersebut dengan benar. Pengetahuan pemakaian suatu produk adalah sangat penting konsumen karena kesalahan dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk bermanfaat.

#### c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo faktor-faktor pengetahuan, yaitu<sup>29</sup>:

##### 1) Pendidikan

Pendidikan merupakan proses kemampuan dan pola pikir seseorang mulai berkembang dengan wawasan yang luas melalui pengetahuan, sehingga perlu pertimbangan baik dengan umur maupun dalam proses belajar.

##### 2) Media Massa

Melalui media massa cetak maupun elektronik dapat memperoleh informasi yang luas sehingga mempengaruhi pengetahuan sebagian seseorang yang dapat menerima dengan pengetahuan yang dimiliki.

##### 3) Hubungan Sosial

Apabila hubungan sosial seseorang baik, maka pengetahuan yang didapat akan bertambah sehingga faktor hubungan sosial mempengaruhi kemampuan seseorang dalam berkomunikasi.

##### 4) Pengalaman

---

<sup>29</sup> Soekidjo Notoatmodjo, Pendidikan dan Perilaku Kesehatan, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003).

Pengalaman merupakan kegiatan yang dilakukan berulang-ulang untuk memperoleh dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi maka menjadi sumber pengetahuan untuk memperoleh kebenaran pengetahuan.<sup>30</sup>

## 2. Religiusitas

### a. Pengertian Religiusitas Berdasarkan Para Pakar

Manusia dibekali oleh Allah beberapa potensi dasar yang sangat membantu manusia dalam melakukan kegiatan-kegiatan hidupnya. Potensi tersebut berupa potensi ragawi atau fisik, potensi nalar atau akal, dan potensi hati nurani atau kalbu. Kebutuhan pengembangan ketiga potensi dasar manusia tersebut akan memberikan kualitas manusia yang utuh. Disitulah pentingnya peranan agama dan moral. Dan apabila pengembangan potensi dasar tersebut tidak dilakukan secara seimbang dan harmoni maka akan menimbulkan gejala-gejala sekunder aspek kejiwaan dan rohani, seperti munculnya manusia pecah kepribadian dan krisis dimensi, contohnya manusia privat dan egosentris.

Mayarakat selain sekelompok masyarakat yang tinggal disuatu daerah, juga berperan sebagai manusia yang memiliki kebutuhan dan keinginan, baik masyarakat mampu maupun tidak mampu dan juga kebutuhan sesuai kebutuhan hidup ataupun keinginan untuk memiliki. Masing-masing masyarakat memiliki sifat dan kepribadian yang berbeda-beda, yang terpengaruh oleh berbagai sistem nilai dan secara langsung ataupun tak langsung akan berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat. Salah satu sistem nilai itu adalah agama. Agama yang dianggap sebagai suatu jalan hidup bagi manusia (way of life) menuntun manusia

---

<sup>30</sup> Nurbaiti, Supaino & Diena Fadhillah, "Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah", Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal), No.2 (Desember 2020), <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/193>.

agar hidupnya tidak kacau. Agama berfungsi untuk memelihara dan mengatur integritas manusia dalam membina hubungan dengan Tuhan hubungan dengan sesama manusia dan dengan alam yang mengintarnya. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Quraish Shihab bahwa karakteristik agama adalah hubungan makhluk dengan pencipta, yang terwujud dalam sikap batinnya, tampak dalam ibadah yang dilakukannya. Dari pernyataan Quraish Shihab dapat dikatakan bahwa agama tidak hanya bersikap vertikal dalam artian hanya hubungan manusia dengan tuhan saja atau sebatas ritual ibadah saja. Akan tetapi, agama juga bersifat horizontal yaitu agama mengajarkan kepada umatnya bagaimana berhubungan dengan sesama manusia dan juga alam sekitarnya.<sup>31</sup>

Quraish Shihab dalam hal ini menyimpulkan bahwa agama adalah hubungan antara makhluk dan Kholiq-Nya, yang terwujud dalam sikap batinnya serta tampak dalam ibadah yang dilakukan dan tercermin pula dalam sikap kesehariannya.<sup>32</sup> Seorang muslim dengan tingkat religiusitas tinggi akan berusaha untuk menjalankan islam secara kaffah (menyeluruh). Menurut Muhammad Syafi'I Antonio, Islam kaffah haruslah mencakup seluruh aspek kehidupan, baik bersifat ritual (ibadah) maupun sosial kemasyarakatan (*muamallah*). Ibadah diperlukan untuk menjelaskan hakikat hidup manusia sebagai hamba Allah maupun khalifah di muka bumi. Muamallah merupakan rules of game bagi manusia dalam kehidupan sosial tanpa memandang muslim-non muslim, kaya-miskin, dan sebagainya. Aspek muamallah tersebut mencakup antara lain politik Islami, ekonomi Islami, budaya Islami, hukum Islami merupakan salah satu aspek

<sup>31</sup> Nashori Fuad, *Agenda Psikologi Islami*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2002).68

<sup>32</sup> Dadang Kusnandar, *Bintang Pudar di Langit Politik*, (Yogyakarta: Gapura Publishing, 2013),255.

yang harus diperhatikan agar bisa menjalani kehidupan islami secara kaffah atau dengan kata lain agar dapat ber-Islam secara kaffah maka perekonomian seseorang harus didasarkan pada syariah Islami.<sup>33</sup> Sedangkan religius menurut Islam adalah menjalankan aturan dan kepercayaan yang pasti untuk membimbing manusia dalam tindakan terhadap Tuhan secara menyeluruh yang sesuai dengan syariah Islam. Allah berfirman dalam surah ar-Rum ayat 30:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا ۚ فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا ۚ لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Terjemahnya

“Maka hadapkanlah wajahmu dengan Lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. tidak ada perubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui”. Fitrah Allah: Maksudnya ciptaan Allah. manusia diciptakan Allah mempunyai naluri beragama Yaitu agama tauhid. kalau ada manusia tidak beragama tauhid, Maka hal itu tidaklah wajar. mereka tidak beragama tauhid itu hanyalah lantaran pengaruh lingkungan.

Menurut Nashori Fuad, menganalisis religiusitas dalam lima dimensi yaitu sebagai berikut<sup>34</sup>:

1) Dimensi Akidah atau Ideologi

Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut.

2) Dimensi Ibadah atau Ritualistik

<sup>33</sup> Syafi’I Antonio, Muhammad, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).2-6.

<sup>34</sup> Tamzil Yusuf, “Pengaruh Religiusitas dan Penyesuaian Diri terhadap Kinerja Karyawan Perbankan Syariah di Kota Balikpapan”, e-Journal article,2015.

Dimensi praktik agama merupakan tingkat sejauh mana seseorang melakukan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Dalam ajaran agama contohnya seperti shalat, puasa, zakat, haji dan praktek muamalah lainnya.

3) Dimensi Pengalaman atau Eksperiensial

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau tindakan yang pernah dilakukan oleh seseorang. Seperti merasa doanya terkabulkan, merasa dihargai Tuhan, merasa takut melakukan dosa dan perasaan lainnya.

4) Dimensi Ilmu atau Intelektual

Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar pengetahuan dan keyakinan jelas berkaitan satu sama lain.

5) Dimensi Akhlak (Konsekuensi)

Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan religiusitas, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.

b. Kriteria Penerapan Aspek Religiusitas

1) Kemampuan melakukan diferensiasi

Artinya kemampuan dengan baik dimaksudkan sebagai individu dalam bersikap dan berperilaku terhadap agama secara objektif, kritis, berfikir serta terbuka. Individu yang memiliki sikap religiusitas tinggi yang mampu melakukan diferensiasi, akan mampu menempatkan aspek rasional sebagai salah satu bagian dari kehidupan beragamanya, sehingga pemikiran tentang agama menjadi lebih kompleks dan realistis.

2) Berkarakter dinamis

Apabila individu telah berkarakter dinamis, agama telah mampu mengontrol dan mengarahkan motif-motif dan aktivitasnya. Aktivitasnya keagamaan semuanya dilakukan demi kepentingan agama itu sendiri.

3) Integral

Keberagaman yang matang akan mampu mengintegrasikan atau menyatukan sisi religiusitasnya dengan segenap aspek kehidupan termasuk sosial ekonomi.<sup>35</sup>

4) Sikap seimbang antara kesenangan dunia tanpa melupakan akhirat

Seorang yang memiliki sikap religiusitas tinggi akan mampu menempatkan diri antara batas kecukupan dan batas kelebihan. Sikap religiusitas dalam hal perilaku konsumtif berdasarkan kepada akhlak seseorang. Akhlak dan rasional menempati posisi puncak yang menjadi tumpuan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya.<sup>36</sup>

### 3. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi dan memberikan kemudahan. Lupiyoadi & Hamdani Lupiyoadi & Hamdani menyatakan bahwa fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik

<sup>35</sup> Abdul Wahib, Psikologi Agama Pengantar Memahami Perilaku Agama, (Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015) h. 112.

<sup>36</sup> Adiwarmam Kariim, Ekonomi Mikro Islam Edisi Ketiga, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 34.

(gedung) perlengkapan dan peralatan.<sup>37</sup> Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang, ruang tempat kerja. Demikian halnya dengan fasilitas yang diberikan dalam suatu produk perbankan, fasilitas yang diberikan pihak bank semakin beragam, semuanya memberikan kemudahan kepada nasabah agar dapat bertransaksi dengan mudah. Fasilitas yang diberikan oleh pihak bank misalnya fasilitas ATM, pembayaran telepon, listrik dan PAM, serta fasilitas lainnya.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang secara sengaja disediakan oleh perbankan agar memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan pada nasabah. Fasilitas berorientasi pada keputusan dan selera nasabah, maka penyediaan fasilitas harus diperhatikan agar tidak mengecewakan dan beralih ke bank yang lain.

#### b. Indikator Fasilitas

Tjiptono (2014) menyatakan ada enam indikator untuk mengukur variabel fasilitas yaitu sebagai berikut<sup>38</sup>:

##### 1) Pertimbangan / perencanaan spasial

Pertimbangan / perencanaan spasial yaitu aspek seperti proporsi, simetri, tekstur, dan warna perlu diintegrasikan dan dirancang secara cermat dalam kondisi serta suasana ruangan yang memancing respon intelektual dan emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

---

<sup>37</sup> Sofyan Dkk, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas , Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Star Clean Car Wash Semarang," *Diponegoro Journal Of Social And Politic* (2013): 3.

<sup>38</sup> Yassinta Safera Mahendra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pasien di UPT Puskesmas Kutorejo Mojokerto," *Ekonomi Manajemen* (Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2020).

## 2) Perencanaan ruangan

Perencanaan ruangan yaitu mencakup perencanaan ruangan yang nyaman dan tepat, dan mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain, serta penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya.

## 3) Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan/perabotan yaitu sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan pelanggan seperti peralatan tulis, meja atau kursi, lukisan atau bacaan dan lain- lain serta kondisi fasilitas perlengkapan yang masih layak dipakai serta mendukung.

## 4) Tata cahaya

Tata cahaya yaitu warna jenis pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan yang mampu mendukung aktivitas.

## 5) Warna

Warna yaitu untuk meningkatkan efisiensi dan menimbulkan kesan rileks.

Kotler & Keller mengemukakan ada lima indikator yang harus diperhatikan oleh suatu industri agar para konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakan jasa dari industri tersebut yaitu:

- (1) Ruang kantor bersih
- (2) Ruang tunggu dan tempat duduk yang nyaman
- (3) Tempat parkir luas dan aman
- (4) ATM tersebar dan mudah dijumpai
- (5) E-channel lebih memudahkan transaksi

Sedangkan indikator variabel fasilitas kerja menurut Moenir meliputi:<sup>39</sup>

- 1) Alat kerja, seorang pegawai atau pekerja tidak dapat melakukan pekerjaan yang ditugaskan kepadanya tanpa disertai alat kerja.
- 2) Perlengkapan kerja, yang dimaksud adalah semua benda atau barang yang digunakan dalam pekerjaan tetapi tidak langsung untuk memproduksi, melainkan berfungsi sebagai pelancar dan penyegar dalam pekerjaan.
- 3) Fasilitas sosial, yaitu fasilitas yang digunakan oleh pegawai dan berfungsi sosial.

Berdasarkan uraian di atas maka indikator fasilitas yang akan digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang dikemukakan oleh Kotler & Keller yang meliputi: ruang kantor bersih, ruang tunggu dan tempat duduk yang nyaman, tempat parkir luas dan aman, ATM tersebar dan mudah dijumpai, E-Channel lebih memudahkan transaksi.

---

<sup>39</sup> Moenir. "Pendekatan Manusia Dan Organisasi Terhadap Pembinaan Kepegawaian" . (Jakarta: Gunung Agung, 1989).

## 4. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi dan menyebarkan informasi kepada konsumen agar mereka dapat mengenal produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan dengan tujuan merubah pola pikir dan perilaku konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Menurut Basu Swasta dan Irawan “Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”.<sup>40</sup> Sedangkan menurut Rangkuti, “Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didaya gunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan”.<sup>41</sup>

Definisi tersebut mengatakan bahwa dengan mengadakan kegiatan promosi dapat menyampaikan berbagai informasi kepada konsumen. Promosi juga dapat membantu memperkenalkan konsumen terhadap suatu produksi untuk dapat memilih produksi mana yang diinginkannya melalui pesan yang membujuk, mengingatkan, menginformasikan, dan mendorong pengonsumsi untuk membeli produksi yang ditawarkan. Dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan promosi terdapat berbagai sarana alat-alat promosi yang dirancang untuk mendorong peningkatan volume penjualan.

---

<sup>40</sup> Basu Swasta Dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 2000), 349.

<sup>41</sup> Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta : Pt Gramedia Pustaka Utama, 2009), 49.

Ada beberapa pandangan telah diungkapkan dalam berbagai literatur tentang pengertian promosi, antara lain:<sup>42</sup>

- 1) Ben M. Enis (1974:378), defines promotion as communication that inform products have want satisfying capabilities.
- 2) William J. Stanton (1981:445) menyatakan “ *Basically, Promotion is an exercise in information, persuasion and conversely, a person who persuaded is also being informed*”

Adapun promosi dalam bisnis syariah merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Promosi merupakan bagian terdepan dari suatu produk mengingat konsumen akan melihat citra merek terlebih dahulu lalu diikuti dengan keinginan untuk mencoba menggunakannya. Perdagangan Islam mengharamkan promosi yang dilakukan dengan menjual kesan buruk dari produk lainnya, hal ini merupakan salah satu penerapan dari firman Allah SWT pada Q.S AnNisa/4:29.<sup>43</sup>

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

<sup>42</sup> H. Abdul Mahap, “Revolusi Manajemen Pemasaran”, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 301.

<sup>43</sup> Departemen Agama Ri, Al Qur’an Dan Terjemahnya, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah), An-Nisa: 29.

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan produk, harga, saluran distribusi, sumber daya manusia (SDM), proses, dan kemasan. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

b. Indikator Promosi

Secara garis besar keempat sarana promosi yang digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:<sup>44</sup>

1) Periklanan (Advertising)

Promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi atau radio. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:

- a) Pemasangan billboard di jalan-jalan strategis
- b) Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan
- c) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis
- d) Pemasangan melalui Koran
- d) Pemasangan melalui majalah
- e) Pemasangan melalui televisi
- f) Pemasangan melalui radio

---

<sup>44</sup> Robertus Andy Nugroho, Nawazirul Lubis, Apriatni Ep, "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Tabungan Simpedes Di Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kcp Semarang Pattimura" [Http://Media.Neliti.Com/Media/Publication/99532-Id-Pengaruh-Produk-Danpromosi-Terhadap-](http://Media.Neliti.Com/Media/Publication/99532-Id-Pengaruh-Produk-Danpromosi-Terhadap-) Diakses Pada Tanggal 2 Mei 2023)

g) Dan menggunakan media lainnya.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Sarana yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- a) Pemberian bunga khusus untuk jumlah dana yang relatif besar, walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya untuk simpanan yang jumlahnya besar),
- b) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu,
- c) Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal,
- d) Dan promosi penjualan lainnya.

3) Publisitas

Promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

## 5. Minat Menabung

### a. Pengertian Minat Menabung

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; keinginan.<sup>45</sup> Hal tersebut berarti bahwa minat dijadikan dasar untuk melakukan suatu hal yang diinginkan menjadi lebih jelas dan lebih yakin lagi. Dari beberapa pengertian minat diatas, dapat disimpulkan bahwa minat yaitu kecenderungan seseorang terhadap sesuatu hal dan dapat menjadi dasar melakukan tindakan tertentu yang lebih jelas.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat di tarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>46</sup>

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam. Karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan dan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Maka dengan itu berarti dalam Islam memerintahkan umat muslim untuk menabung guna mempersiapkan masa yang akan datang dan hal yang siftnya mendadak atau tidak diinginkan.

---

<sup>45</sup> KBBI.Com, "Minat," n.d., <https://kbbi.web.id/minat>. (Diakses Pada Tanggal 30 Desember 2022)

<sup>46</sup> Uud Ri, 2008, "Tentang Perbankan Syariah."

Philip Kotler mengatakan bahwa minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor yaitu pengetahuan, gaya hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta promosi.<sup>47</sup>

#### b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Menurut Reber dalam Muhibbin Syah antara lain :

##### 1) Faktor Internal

Faktor internal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari dalam diri seseorang. Faktor internal adalah pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.

##### 2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedia prasarana dan sarana atau fasilitas dan keadaan.<sup>48</sup>

#### c. Indikator Minat Menabung

- 1) Adanya perhatian dan kesadaran terhadap suatu benda atau objek. Apabila kita mencurahkan perhatian pada suatu benda atau obyek, maka kita akan menyadari bendaitu sepenuhnya. Artinya pada saat itu hanya benda itulah yang paling kita sadari, sedangkan benda-benda lain disekitarnya memang sedikit banyak kita sadari, meskipun tingkat derajatnya tidak sama.

<sup>47</sup> Pradita Sari Putri, "Analisis factor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kecamatan Jelutung Kota Jambi", Skripsi Sarjana Setara Satu, 2021, 18.

<sup>48</sup> Iin Soraya, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City," *Jurnal Komunikasi* 6, no. 1 (2015): 12.

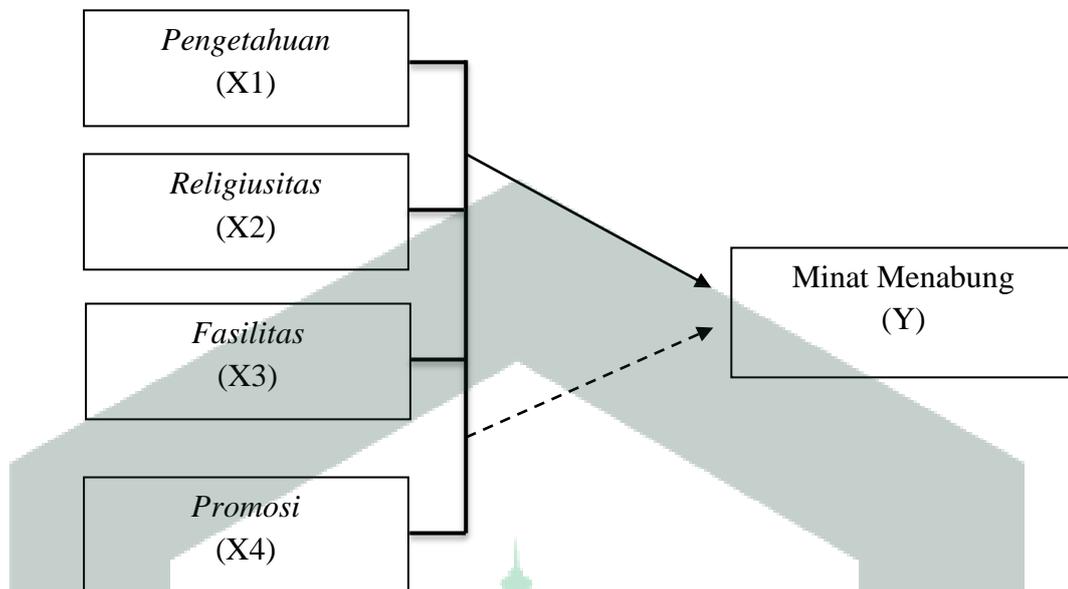
- 2) Adanya perasaan (biasanya perasaan senang) Perasaan berkaitan erat dengan pengenalan, dialami oleh setiap individu dengan rasa suka atau tidak suka, duka atau gembira dalam bermacam gradasi atau derajat tingkatan.
- 3) Adanya dorongan (Motivating Force) Dorongan untuk belajar yang timbul pada diri individu akan berperan sebagai motivating force yaitu sebagai kekuatan yang akan menjadi pendorong.
- 4) Adanya sikap Setiap perilaku dapat mencerminkan seseorang apakah ia berminat atau tidak pada suatu obyek. Sikap bukanlah dibawa sejak lahir tetapi dipelajari dan dikembangkan melalui pengalaman yang dialami oleh individu.<sup>49</sup>

### **C. Kerangka Berfikir**

Dalam mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian. Kerangka konseptual ini ditujukan untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topic yang akan dibahas dan diperjelas variabel yang diteliti sehingga pengukurannya dapat dirinci secara kongrit. Kerangka berfikir yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut:

---

<sup>49</sup> Hernawaty, "Analisis pengetahuan dan minat menjadi nasabah bank syariah ( Studi kasus kelompok pengajian Al wahira Medan)", Jurnal Akutansi Bisnis, Vol. 11 No. 2 (Januari 2020), 69.



Keterangan :

—————> = Parsial

-----> = Semultan

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat dijelaskan bahwa dari alur kerangka berfikir dalam penelitian ini, faktor-faktor ini merupakan variabel bebas (independen) yang akan memberikan pengaruh atau tidak adanya pengaruh yang menjadi sebab dari variabel terikatnya (dependen) yaitu minat mahasiswa menabung menggunakan jenis produk dengan akad wadiah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain itu peneliti juga ingin melihat variabel mana yang paling berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa baik secara parsial ataupun secara semultan dari ketiga variabel yang dipilih sebagai dugaan sementara untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruhnya terhadap minat mahasiswa dalam memilih jenis produk dengan akad wadiah.

#### D. Hipotesis

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara pengetahuan bank syariah terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh secara parsial antara pengetahuan bank syariah terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

H<sub>2</sub> : Terdapat terdapat pengaruh secara parsial antara Religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Fasilitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

H<sub>3</sub> : Terdapat terdapat pengaruh secara parsial antara Fasilitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Promosi terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

H<sub>4</sub> : Terdapat terdapat pengaruh secara parsial antara Promosi terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara faktor pengetahuan, religiusitas, fasilitas dan promosi akad wadiah terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo.

H<sub>5</sub> : Terdapat pengaruh secara simultan antara faktor pengetahuan, religiusitas, fasilitas dan promosi akad wadiah terhadap minat mahasiswa menabung di BSI Kota Palopo.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Menurut S. Margono penelitian kuantitatif adalah suatu proses menumbuhkan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah suatu metode analisis yang hampir mirip dengan statistik dan matematika, dan hasil dari analisis ini disajikan kedalam bentuk angka yang kemudian akan dijelaskan sesuai hasil yang diperoleh melalui SPSS.<sup>50</sup>

Adapun Menurut sugiyono menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan *modus*, *median*, *mean* (pengukuran tendensi central), perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi.<sup>51</sup> Sugiyono juga menjelaskan bahwa dalam statistic deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi.

---

<sup>50</sup> Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*, PUSAKA (Jambi: PUSAKA, 2017). Hal. 125.

<sup>51</sup> Sugiyono, *Statistic Untuk Penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2005), 148.

## B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan, peneliti memilih mahasiswa yang menggunakan tabungan bank syariah di Kota Palopo, dimana lokasi tepatnya di Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Islam Negeri Islam Palopo. Adapun kegiatan dan waktu pelaksanaan dalam penelitian yang akan dilakukan dalam menyelesaikan penelitian tersebut yakni mulai dari bulan Juli s/d Agustus 2023.

## C. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel yang akan memberikan gambaran kepada pembaca sekaligus mendefinisikan pernyataan kepada peneliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis terhadap penelitian tersebut.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Pengetahuan	Pengetahuan adalah semua informasi yang didapatkan seseorang dari melihat atau menonton berita atau membaca. Kemudian juga pengetahuan bisa didapatkan dari pengalaman orang lain atau bahkan pengalaman diri sendiri.	1. Pendidikan 2. Media Massa 3. Hubungan Sosial 4. Pengalaman. <sup>52</sup>
2	Religiusitas	Cara pandang agama Islam berbeda dari agama yang lainnya.	1. Akidah/keyakinan 2. Syariah/praktek agama 3. Akhlak/konsekuensi. <sup>53</sup>
3	Fasilitas	Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan	1. Alat kerja 2. Perlengkapan kerja

<sup>52</sup> Adiwarmam Kariim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi Ketiga*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 34.

<sup>53</sup> Asia Ati, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Pelayanan dan Nilai Religiusitas terhadap Kepercayaan Nasabah dan Implikasinya pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah di Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur" *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, Vol. 01, No.1, 2016.

		sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan.	3. Fasilitas sosial. <sup>54</sup>
4	Promosi	Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.	1. Periklanan 2. Penjualan 3. Publisitas 4. Penjualan pribadi <sup>55</sup>
5	Minat	Minat adalah sebagai tindakan seseorang yang memiliki kenderungan dengan jelas dan yakin untuk melaksanakan atau melakukan perencanaan keuangannya dari sebagai pendapatan yang didapat untuk digunakan di masa yang akan datang	1. Faktor Internal. 2. Faktor eksternal. <sup>56</sup>

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti. Populasi sering juga disebut dengan universe. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang dipilih oleh peneliti yang kemudian akan dikaji dengan baik serta akan ditarik

<sup>54</sup> Sofyan Dkk, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas , Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Star Clean Car Wash Semarang," *Diponegoro Journal Of Social And Politic* (2013): 3

<sup>55</sup> Kasmir. "Pemasaran Bank", (Jakarta: Kencana, 2005), 246.

<sup>56</sup> Iin Soraya, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City," *Jurnal Komunikasi* 6, No. 1 (2015): 12.

kesimpulan.<sup>57</sup> Dengan demikian, keseluruhan jumlah dari populasi yang diambil oleh peneliti adalah seluruh Mahasiswa jurusan perbankan syariah angkatan 2020-2021 yaitu sebanyak 307 mahasiswa.

## 2. Sampel

Menurut Chua Yan Piaw persampelan adalah berkaitan dengan proses memilih sejumlah subyek dari suatu populasi untuk dijadikan sebagai responden penelitian.<sup>58</sup> Sampel ialah sebagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut. Dalam pengambilan ukuran sampel dari penelitian ini adalah memakai rumus *slovin*. Dengan jumlah populasi sebanyak 307 Mahasiswa, maka penentuan besaran sampelnya dilakukan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: besarnya sampel

N: populasi

e: tingkat kesalahan (5%)

$$n = \frac{307}{1 + 307 \times 5\%}$$

$$n = \frac{307}{1,7675}$$

$$n = 173,6$$

Berdasarkan hasil diatas maka peneliti mengambil ukuran sampel sebesar 173,6 yang dibulatkan menjadi 174 responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang menabung menggunakan jenis tabungan *akad wadiah*.

<sup>57</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian R&D" (Bandung: CV. ALFABETA, 2014), 80.

<sup>58</sup> Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. (Jambi: Pusaka, 2017), Hal. 141-142.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono teknik pengumpulan data ialah langkah yang sangat strategis pada penelitian, karena tujuan utama pada penelitian yaitu memperoleh data. Dalam penelitian ini cara untuk memperoleh data serta informasi pada penelitian kali ini, penulis melakukan dengan mengumpulkan data dengan teknik yaitu:

### 1. Observasi

Cara yang sangat efektif untuk menggunakan observasi adalah dengan mengisi formulir observasi atau blanko untuk instrumen pertimbangan, kemudian format yang disusun berisi item-item tentang peristiwa atau perilaku yang dijelaskan.<sup>59</sup>

### 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah daftar yang isinya yaitu rangkaian pertanyaan tentang sebuah masalah ataupun bidang yang akan diteliti. Pada penelitian ini peneliti memakai metode kuisisioner tertutup. Pada penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada para mahasiswa yang merupakan nasabah tabungan wadiah di BSI KCP Palopo.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi atau yang juga disebut dengan kajian dokumen yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan untuk subjek penelitian dalam rangka mendapatkan informasi terkait objek penelitian. Dalam studi dokumentasi,

---

<sup>59</sup> Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. (Jambi: Pusaka, 2017), Hal. 146

peneliti biasanya melakukan penelusuran data historis objek penelitian serta melihat sejauhmana proses yang berjalan telah terdokumentasikan dengan baik.

#### **F. Skala Pengukuran**

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert. Dimana digunakan untuk mengukur opini, pendapat, pengetahuan, serta persepsi seseorang maupun sekelompok individu mengenai fenomenal sosial. Interval skala likert yang digunakan dalam menunjukkan nilai atau skor dari pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

##### **Interval Skala Likert**

No	Item Penilaian	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### **G. Uji instrument**

##### **1. Uji validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian untuk menentukan tidak valid atau tidaknya dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel.  $R_{hitung} > r_{tabel}$ . Jika rhitung lebih besar dari rtabel maka butir pernyataan

tersebut dikatakan valid. Dimana  $df = n - 2$  dengan sig 5%. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut. Maka akan dilakukan perhitungan statistik terlebih dahulu pada 174 responden hingga r table diperoleh dari  $N = 174$  dan  $df = n - 2$  maka  $r \text{ table} = 174 - 2 = 172$  adalah 0,1488.

**Tabel 3.2**  
**Uji Validitas**

No	Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
1	Pengetahuan (X1)	1	0,787	0,1488	Valid
		2	0,781	0,1488	Valid
		3	0,756	0,1488	Valid
		4	0,761	0,1488	Valid
		5	0,757	0,1488	Valid
		6	0,623	0,1488	Valid
2	Religiusitas (X2)	1	0,785	0,1488	Valid
		2	0,849	0,1488	Valid
		3	0,845	0,1488	Valid
		4	0,781	0,1488	Valid
		5	0,832	0,1488	Valid
3	Fasilitas (X3)	1	0,842	0,1488	Valid
		2	0,782	0,1488	Valid
		3	0,833	0,1488	Valid
		4	0,770	0,1488	Valid
		5	0,783	0,1488	Valid
		6	0,760	0,1488	Valid
4	Promosi (X)	1	0,818	0,1488	Valid
		2	0,815	0,1488	Valid
		3	0,785	0,1488	Valid
		4	0,854	0,1488	Valid
		5	0,815	0,1488	Valid
		6	0,829	0,1488	Valid
5	Minat (Y)	1	0,610	0,1488	Valid
		2	0,675	0,1488	Valid
		3	0,544	0,1488	Valid

4	0,433	0,1488	Valid
5	0,466	0,1488	Valid
6	0,519	0,1488	Valid
7	0,531	0,1488	Valid

*Sumber: Diolah menggunakan SPSS 20*

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa setiap pernyataan menghasilkan kuesioner korelasi ritung yang lebih besar rtabel. Dengan kata lain, instrument penelitian dinilai semua pernyataan adalah valid.

## 2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Suatu konstruk atau variabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. Adapun hasil output uji reliabilitas dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Reabilitas**

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Ket
1	Pengetahuan (X <sub>1</sub> )	0.787	Reliable
2	Religiusitas (X <sub>2</sub> )	0.812	Reliable
3	Fasilitas (X <sub>3</sub> )	0.799	Reliable
4	Promosi (X <sub>4</sub> )	0.802	Reliable
5	Minat (Y)	0.712	Reliable

*Sumber : Data di olah spss 20*

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa hasil pengujian terhadap realibilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan kuesioner dari pengetahuan, religiusitas, fasilitas, promosi, dan Minat yang diuji memiliki reliabilitas yang baik.

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu analisis yang digunakan oleh peneliti dalam menentukan tema serta merumuskan hipotesis dalam melewati perangkat metodologi tertentu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif karena untuk mencapai tujuan awal dari penulisan ini yaitu untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk tabungan *easy wadiah* di BSI KCP Palopo.

Penelitian ini menggunakan hubungan asosiasif untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang dimiliki antara variabel X dan variabel Y. Adapun maksud analisis asosiatif yaitu analisis yang digunakan untuk merumuskan masalah yang ada kemudian menjawabnya sesuai dengan pertanyaan yang mencakup hubungan atau pengaruh. Adapun uji analisis data yang digunakan antara lain sebagai berikut:

### 1. Uji asumsi klasik

#### a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* dimana apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka data berdistribusi normal begitu juga sebaliknya jika  $\text{sig} < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.<sup>60</sup>

#### b. Uji multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi didapat adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

---

<sup>60</sup> Firdaus, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Analisis Regresi Ibm Spss Statistic Version 26*, (Riau: Penerbit Dotplus Publisher, 2021), 32.

korelasi di antara variabel bebas. apabila variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi adalah sebagai berikut:<sup>61</sup>

- 1) Memperoleh angka *tolerance* di atas (>) 0,1
- 2) Memperoleh nilai VIF dibawah (<) 10.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Namun kebalikannya, jika varian variabel dalam model regresi memperoleh nilai yang sama (konstan) maka disebut homoskedastisitas Pada penelitian ini untuk mengetahui hasil dari uji heteroskedastisitas maka peneliti menggunakan metode *scartterplot* pada SPSS.

## 2. Uji regresi linear berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah regresi linear berganda, dengan bantuan SPSS *for windows*. Regresi ini mengukur pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:<sup>62</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana:

Y :keputusan memilih produk tabungan *easy wadiah* BSI

<sup>61</sup> Niken Nanincova, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Noach And Bistro*, *Agora* 7, No 2 (2019): 2, <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/287057-Pengaruh-Kualitas-Layanan-Terhadap-Kepua-882429f.Pdf>. (15 Januari 2022)

<sup>62</sup> Firdaus, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Analisis Regresi Ibm Spss Statistic Version 26*, (Riau: Penerbit Dotplus Publisher, 2021), 29.

- a :harga tetap (konstan)
- b :koefisien regresi yang memperlihatkan perubahan naik atau turunnya variabel independen.  $X_1, X_2, e$
- $X_1$  :faktor pengetahuan
- $X_2$  :faktor Fasilitas
- e :error

### 3. Uji hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara sama-sama (simultan) terhadap variabel terikat dipakai uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh pada tiap-tiap variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan memakai uji tstatistik.

#### a. Uji T (Parsial)

Uji ini dipergunakan dalam menguji secara parsial antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan taraf 5%. Pengujian ini digunakan untuk membandingkan T-hitung dengan T-tabel. Dibawah ini persyaratan uji-T yaitu:

- 1) Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau dapat diartikan bahwa tiap-tiap variabel faktor pengetahuan dan Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan *wadiah* di BSI.
- 2) Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, atau dapat diartikan bahwa tiap-tiap variabel faktor pengetahuan dan Fasilitas tidak berpengaruh

secara parsial terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan *wadiah* di BSI.

Signifikansi pengujian Uji t dengan nilai signifikansi alfa apabila nilai  $\alpha < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak yang artinya bahwa terdapat pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikansi  $\alpha > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima yang artinya bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>63</sup>

b. Uji F (Semultan)

Uji ini dipergunakan dalam menguji secara semultan untuk melihat pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Maka uji F ini digunakan untuk melihat bahwa adanya suatu kelayakan dari data dengan membandingkan besarnya angka  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak dan apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima.

- 1) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka keputusannya hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, serta menerima hipotesis alternatif ( $H_1$ ), artinya variabel faktor pengetahuan dan Fasilitas berpengaruh secara semultan terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan *wadiah* di BSI.
- 2) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka keputusannya hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima, artinya variabel faktor pengetahuan dan Fasilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan *wadiah* di BSI.

Signifikansi pengujian Uji F dengan signifikansi nilai alfa apabila nilai  $\alpha < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak yang artinya bahwa terdapat pengaruh secara simultan

<sup>63</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018),14.

variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikansi  $\alpha > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima yang artinya bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**c. Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya.



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Deskripsi Minat Mahasiswa Terhadap Bank Syariah

Bank syariah dalam perkembangannya mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan ini dikemukakan dalam data OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mengenai jumlah nasabah dana pihak ketiga pada Bank Umum Syariah.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa pada jurusan perbankan syariah dimana jurusan tersebut merupakan studi ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan dana, metode transaksi, dan operasional dalam sistem perbankan yang pelaksanaannya berlandaskan hukum Islam (syariah).

Jumlah Mahasiswa yang menggunakan tabungan Bank Syairah

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2020	93
2021	214
<b>Total</b>	<b>307</b>

Visi Misi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo sebagai berikut:

##### a. Visi

“Unggul Dalam Penerapan Perbankan Syariah Sebagai Pajung Peradaban”

##### b. Misi

- 1) Menyelenggarakan proses pembelajaran berkualitas, dengan memadukan ilmu pengetahuan dari kalangan akademisi dan praktisi dalam bidang keuangan dan perbankan syariah, guna meningkatkan kompetensi lulusan sesuai kebutuhan pengguna (user) yang menekankan pada nilai-nilai keislaman dan menjunjung nilai-nilai kearifan lokal.
- 2) Meningkatkan kualitas dan kompetensi lulusan yang memiliki pengetahuan teoritis dan praktis dalam bidang keuangan dan perbankan syariah yang berbasis keahlian dan teknologi serta penguasaan terhadap bahasa internasional dalam meningkatkan daya saing.

Mengembangkan kemampuan akademik yang berorientasi pada penguatan metodologi, kajian serta penelitian ilmiah yang berorientasi pada pengembangan lembaga keuangan dan industri perbankan syariah.

Meningkatkan hubungan kerjasama yang saling berkontribusi positif dengan pihak pemerintah dan non-pemerintah, lembaga keuangan syariah dan konvensional baik berskala nasional maupun internasional.

Melaksanakan tridarma perguruan tinggi dengan melibatkan partisipasi aktif civitas akademika dan stakeholder.<sup>64</sup>

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Karakteristik responden**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 174 responden di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo pada jurusan Perbankan Syariah, maka dapat diambil gambaran tentang

---

<sup>64</sup> <https://Febi.Iainpalopo.Ac.Id/Visi-Dan-Misi-2/> (Di Akses Pada Tanggal 1 Juni 2023).

karakteristik responden yang diteliti untuk mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Responden yang terpilih dikelompokkan menjadi duakelompok berdasarkan jenis kelamin laki-laki atau perempuan. Untuk mengetahui proporsi jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase%
1.	Perempuan	121	69,5%
2.	Laki-laki	53	30,5%
	<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah perempuan yaitu 121 orang atau 69,5% dan laki-laki 53 orang atau 30,5%. Adapun dari data responden keseluruhan sebanyak 174 responden.

b. Karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan

Responden yang terpilih dikelompokkan menjadi dua kelompok berdasarkan angkatan yaitu angkatan dari 2020-2021. Untuk mengetahui proporsi Angkatan Tahun dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun**

No	Angkatan Tahun	Jumlah (orang)	Persentase%
1.	2020	124	71,3%
2.	2021	50	28,7%
	<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa data keseluruhan responden sebanyak 174. Adapun responden dari angkatan tahun 2020 yaitu 124 orang atau 71,3 sedangkan angkatan 2020 yaitu 50 orang atau 28,7%. Dilihat dari hasil tabel diatas hasil responden yang terbanyak yaitu di angkatan tahun 2020 yaitu 124 mahasiswa yang memberi tanggapan.

## 2. Analisis Data

### a. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang diteliti memiliki distribusi data yang normal sehingga penelitian tersebut dikatakan baik dan layak digunakan dalam penelitian. Dengan demikian untuk mengetahui apakah data yang diuji tersebut berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dengan beberapa cara diantaranya:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		174
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,23042968
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,032
	Negative	-,044
Kolmogorov-Smirnov Z		,581
Asymp. Sig. (2-tailed)		,888

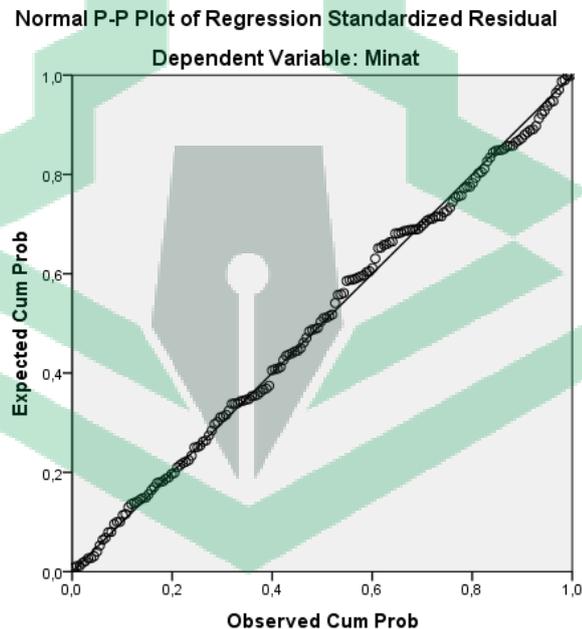
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Sumber** : Data di olah spss 20

Dari hasil uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmorov Smirnov* di dapatkan hasil signifikan sebesar 0,581 dimana hasil tersebut lebih besar nilainya dari taraf signifikan yaitu 0,05 atau ( $0,581 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwasanya dari hasil uji normalitas yaitu nilai residual berdistribusi normal.

Selain itu pada saat menggunakan uji normalitas juga diperlukan grafik *P-Plot* yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diuji tersebut berdistribusi normal atau tidak. Dimana suatu variabel dikatakan berdistribusi normal apabila data atau titik-titik tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Berikut adalah gambar 4.2 hasil uji normalitas pada kurva *P-Plot*.



**Gambar 4.2. Garfik *P-Plot***

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik tersebut tidak jauh dari garis diagonal. Oleh karena itu, model regresi dikatakan berdistribusi normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Dalam menguji apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas, dimana model regresi yang baik tidak mempunyai korelasi antara variabel bebas atau independen. Maka pada penelitian ini menggunakan nilai *Variance Infaction Faktor* (VIF) dan *tolerance* dengan SPSS. Dengan demikian, untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolineritas apabila VIF lebih kecil dari 10 dan *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka data tersebut tidak terjadi multikolineritas.

**Tabel 4.4**  
**Hasil uji multikolineritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Pengetahuan	,689	1,451
Religiusitas	,618	1,618
Fasilitas	,933	1,072
Promosi	,606	1,651

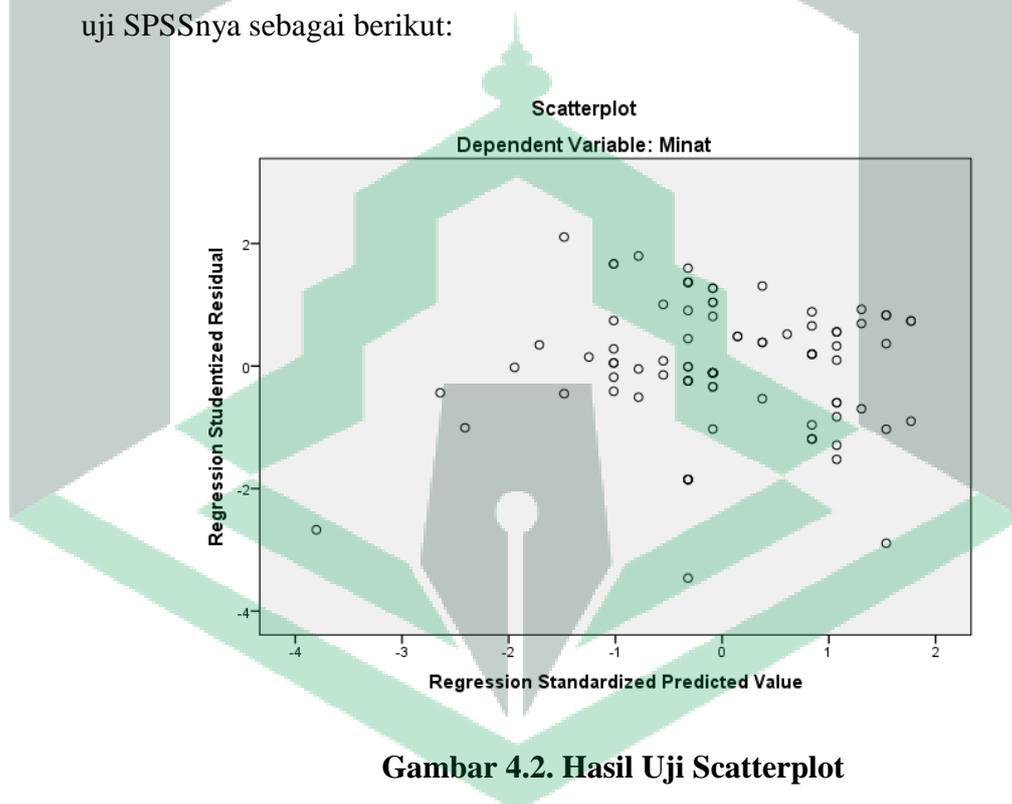
*Sumber: diolah menggunakan SPSS 20*

Dari hasil uji multikolineritas menunjukkan hasil bahwasanya nilai VIF pada variabel faktor pengetahuan (X1) sebesar 1,451 dan nilai variabel faktor Religiusitas (X2) sebesar 1,618 sedangkan nilai variabel Fasilitas (X3) sebesar 1,072 dan nilai variabel promosi (X4) sebesar 1,651 atau VIF

keempat variabel tersebut kurang dari 10, dan nilai *tolerance* dari keempat variabel tersebut lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinieritas antar variable.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan grafik Scatterplot. Adapun hasil uji SPSSnya sebagai berikut:



**Gambar 4.2. Hasil Uji Scatterplot**

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot dapat dilihat bahwasanya titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawa angka 0 pada sumbuY. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi

layak dipakai untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, religiusitas, fasilitas dan promosi produk wadiah terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

4) Uji regresi linear berganda

**Tabel 4. 5**  
**Hasil uji regresi linear berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12,537	1,369		9,161	,000
	Pengetahuan	,153	,053	,196	2,913	,004
	Religiusitas	,259	,064	,287	4,043	,000
	Fasilitas	,151	,041	,212	3,667	,000
	Promosi	,426	,061	,503	7,002	,000

Sumber: diolah menggunakan SPSS 20

Persamaan regresi linear berganda didapatkan dari hasil perhitungan spss 20 yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

$$Y = 12,537 + 0,153x_1 + 0,259x_2 + 0,151x_3 + 0,426x_4 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa:

- Konstanta sebesar positif 12,537 menunjukkan bahwa jika besarnya minat mahasiswa saat belum diberi pengaruh dari variabel pengetahuan, religiusitas, fasilitas dan promosi ialah 12,537.
- Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel faktor internal yaitu  $b = 0,153$  artinya apabila variabel pengetahuan mengalami

peningkatan sebesar 1% maka minat mahasiswa akan meningkat sebesar 15,3% dengan asumsi bahwa nilai coefisient tersebut positif berarti terjadi korelasi antara faktor pengetahuan dengan minat mahasiswa menabung menggunakan produk wadiah di Bank syariah.

- c) Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel faktor religiusitas yaitu  $b=0,259$  yang menunjukkan bahwa apabila faktor religiusitas mengalami peningkatan sebesar 1% maka minat mahasiswa akan meningkat sebesar 25,9%. Dimana nilai coefisien positif berarti terjadi pengaruh antara faktor religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk wadiah di Bank syariah.
- d) Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel faktor fasilitas yaitu  $b=0,151$  yang menunjukkan bahwa apabila faktor fasilitas produk mengalami peningkatan sebesar 1% maka minat mahasiswa akan meningkat sebesar 15,1%. Dimana nilai coefisien positif berarti terjadi pengaruh antara faktor fasilitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk wadiah di Bank syariah.
- e) Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel faktor promosi yaitu  $b=0,426$  yang menunjukkan bahwa apabila faktor promosi produk mengalami peningkatan sebesar 1% maka minat mahasiswa akan meningkat sebesar 42,6%. Dimana nilai coefisien positif berarti terjadi pengaruh antara faktor promosi terhadap minat mahasiswa menggunakan produk wadiah di Bank syariah.

b. Hasil Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka hasilnya signifikan dan berarti terdapat pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Atau apabila  $T_{hitung} > T_{table}$  atau tingkat signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan begitupun sebaliknya apabila  $T_{hitung} < T_{table}$  atau tingkat signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil uji t bias dilihat pada table 4. 7 dibawah ini:

**Table 4.6**  
**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Standardized Coefficients		t	Sig.
	Beta			
	(Constant)		9,161	,000
1	Pengetahuan	,196	2,913	,004
	Religiusitas	,287	4,043	,000
	Fasilitas	,212	3,667	,000
	Promosi	,503	7,002	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: diolah menggunakan SPSS 20

a) Menguji signifikan variabel pengetahuan (X1)

Pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara pengetahuan bank syariah terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

$H_1$ : Terdapat pengaruh secara parsial antara pengetahuan bank syariah terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

Terlihat bahwa  $T_{hitung}$  koefisien faktor pengetahuan adalah 2,913 sedangkan  $T_{tabel}$  dihitung pada table t-test, dimana nilai  $\alpha=0,05$  karena digunakan hipotesis dua arah, maka ketika mencari  $T_{tabel}$ , nilai  $\alpha$  dibagi 2 menjadi 0,025 dan  $df=174$  (didapat dari rumus  $n-k-1$  atau  $174-5-1=168$ , dimana  $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel). Didapat  $T_{tabel}$  adalah 1,676.

Variabel tersebut memiliki nilai p-value  $0,004 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,913 > 1,676$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien faktor pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

b) Menguji signifikan variabel faktor religiusitas ( $X_2$ )

Pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

$H_1$ : Terdapat pengaruh secara parsial antara religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

Terlihat bahwa  $T_{hitung}$  koefisien faktor religiusitas yang meliputi adalah 4,043 sedangkan  $T_{tabel}$  dihitung pada table t-test, dimana nilai  $\alpha=0,05$  karena digunakan hipotesis dua arah, maka ketika mencari  $T_{tabel}$ , nilai  $\alpha$  dibagi 2 menjadi 0,025 dan  $df=174$  (didapat dari rumus  $n-k-1$ , dimana  $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel). Didapat  $T_{tabel}$  adalah 1,676.

Variabel tersebut memiliki nilai p-value  $0,000 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $4,043 > 1,676$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien faktor religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

c) Menguji signifikan variabel faktor fasilitas (X3)

Pengaruh fasilitas terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara fasilitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

$H_1$ : Terdapat pengaruh secara parsial antara fasilitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

Terlihat bahwa  $T_{hitung}$  koefisien faktor fasilitas yang meliputi adalah 3,667 sedangkan  $T_{tabel}$  dihitung pada table t-test, dimana nilai  $\alpha=0,05$  karena digunakan hipotesis dua arah, maka ketika mencari  $T_{tabel}$ , nilai  $\alpha$  dibagi 2 menjadi 0,025 dan  $df=174$  (didapat dari rumus  $n-k-1$ , dimana  $n$

adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel). Didapat  $T_{\text{tabel}}$  adalah 1,676.

Variabel tersebut memiliki nilai p-value  $0,000 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$  ( $3,887 > 1,676$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien faktor fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

d) Menguji signifikan variabel faktor promosi (X4)

Pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

$H_1$  : Terdapat pengaruh secara parsial antara religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa menggunakan akad wadiah.

Terlihat bahwa  $T_{\text{hitung}}$  koefisien faktor religiusitas yang meliputi adalah 7,002 sedangkan  $T_{\text{tabel}}$  dihitung pada table t-test, dimana nilai  $\alpha=0,05$  karena digunakan hipotesis dua arah, maka ketika mencari  $T_{\text{tabel}}$ , nilai  $\alpha$  dibagi 2 menjadi 0,025 dan  $df=174$  (didapat dari rumus  $n-k-1$ , dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel). Didapat  $T_{\text{tabel}}$  adalah 1,676.

Variabel tersebut memiliki nilai p-value  $0,000 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$  ( $7,002 > 1,676$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien faktor promosi

secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

## 2) Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam pengaruh secara simultan secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Hasilnya dapat dilihat pada table sebagai berikut:

**F Table 4.7**

**Hasil uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4	192,644	37,828	,000 <sup>b</sup>
	Residual	169	5,093		
	Total	173			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas, Pengetahuan, Religiusitas

*Sumber: diolah menggunakan SPSS 20*

Berdasarkan table diatas nilai  $F_{hitung}$  diperoleh nilai sebesar 37,828 sedangkan pada  $f_{tabel}$  2,43 diperoleh dari df 1 (jumlah variabel-1) atau  $5-1=4$  dan df 2 (jumlah sampel-jumlah variabel atau  $n-k$ ) yaitu  $174-5=169$ , dimana  $f_{tabel}$ nya menghasilkan 2,43. Nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  atau  $37,828 > 2,43$ . Sehingga dapat disampaikan keempat variabel yaitu faktor pengetahuan, faktor religiusitas, fasilitas dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

### 3) Uji determinansi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya variabel independen (pengetahuan bank syariah, religiusitas, fasilitas dan promosi) terhadap variabel dependen (minat menabung). Bisa dilihat dari tabel berikut

**Tabel 4.8**  
**Hasil uji determinansi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,687 <sup>a</sup>	,472	,460	2,257

a. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas, Pengetahuan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Minat

*Sumber: diolah menggunakan SPSS 20*

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa besarnya R square ( $R^2$ ) adalah 0,472. Hasil ini menunjukkan bahwa minat menabung mahasiswa menggunakan tabungan wadiah dipengaruhi oleh pengetahuan bank syariah, religiusitas, fasilitas dan promosi sebesar 47,2% sedangkan sisanya sebesar 52,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan

Setelah melalui berbagai uji analisis terhadap variabel dependen dan independen, maka dapat diinterpretasikan berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan dalam pembahasan sebagai berikut:

- Faktor pengetahuan dalam memengaruhi minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.**

Hasil uji hipotesis untuk variabel faktor pengetahuan bank syariah yang secara parsial memengaruhi minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah. Hal tersebut dilihat dari tingkat signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yakni  $0,004 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  yakni  $2,913 > 1,676$ . Sehingga dapat diartikan bahwa faktor pengetahuan bank syariah tersebut merupakan variabel yang memberi pengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nur Azizah pada tahun 2021, dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Stai Auliaurasyidin Tembilahan)”. dimana pada penelitiannya menyimpulkan bahwasanya hasil regresi linear sederhana menyatakan pengetahuan pada mahasiswa terhadap minat menabung di Bank Syariah mempunyai pengaruh yang signifikan. Semakin baik pengetahuan maka akan semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa. Maka disimpulkan bahwa semakin mahasiswa meningkatkan pengetahuan produk serta pengetahuan terhadap produk di perbankan syariah maka memberikan pengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah juga akan meningkat. Hal tersebut juga didukung dengan teori yang menjelaskan bahwa pengetahuan tentang perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diberikan pada mahasiswa diperoleh dalam bentuk mata kuliah perbankan dan lembaga keuangan. Mata kuliah tersebut terdapat pembahasan yang mengenai tentang definisi perbankan syariah, prinsip-prinsip bank syariah, perbedaan bank konvensional dengan bank syariah,

produk bank syariah dan sebagainya. Informasi yang dapat dari mata kuliah tersebut maka dapat dijadikan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah. Selain itu, pengetahuan tentang perbankan syariah dapat juga di peroleh dalam bentuk komunikasi dengan teman, orang tua, masyarakat, buku-buku tentang perbankan syariah dan media lainnya. Sehingga dapat menimbulkan minat menabung di bank syariah.<sup>65</sup> Hal yang sama juga diungkapkan pada penelitian yang dilakukan oleh Arifatun Nisak, Saryadi, dan Sri Suryoko yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada angkatan 2008-2009 Universitas di Ponorogo dengan koefisien determinasi sebesar 37,1%.<sup>66</sup>

## **2. Faktor religiusitas dalam memengaruhi minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.**

Hasil pengujian statistik menunjukkan tingkat signifikan faktor religiusitas secara parsial sebesar 0,000 yang berada dibawah tingkat signifikan 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan nilai Thitung lebih besar dari Ttabel yakni  $4,043 > 1,676$  sehingga dapat membuktikan bahwa faktor religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

Hal ini didukung oleh penelitian dari Safa'atul Abrori, Universitas Islam Negeri Surakarta, Tahun 2020, dengan judul penelitian "Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial

<sup>65</sup>Miftahur, R. S., Wahyuni, S. 2016. Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan. Skripsi. Jember: Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

<sup>66</sup>Arifatun Nisak, Saryadi, Sri Suryoko, Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah Semarang, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 2 No. 1, 2013. 6

Kabupaten Sukoharjo Di Bank Syariah” dimana pada penelitiannya menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi milenial Kabupaten Sukoharjo di Bank Syariah.<sup>67</sup> Hal ini menunjukkan bahwa nilai keagamaan juga sangat mempengaruhi minat dalam pemilihan produk dimana tabungan wadiah pada perbankan syariah melaksanakan kegiatannya sesuai dengan syariat Islam serta sesuai agama yang dianut nasabah.

Jadi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di Bank Syariah. Yang berarti semakin tinggi religiusitas yang dimiliki mahasiswa maka akan semakin tinggi pula minat menabung di Bank Syariah.

### **3. Faktor fasilitas dalam memengaruhi minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.**

Pada pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan tingkat signifikan variabel faktor fasilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  yakni  $3,667 > 1,676$ . Berdasarkan hasil tersebut dapat membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

Penelitian ini juga didukung dari hasil uji penelitian oleh Heni Juliana pada tahun 2021 mengemukakan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih tabungan easy wadiah. Alasan nasabah memilih tabungan easy wadiah karena memiliki kemudahan dalam proses pembukaan rekening, bebas biaya administrasi, memiliki fasilitas yang sama

<sup>67</sup> Mardhatillah, “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Easy (Wadiah & Mudharabah) Bank Syariah Indonesia Terhadap Keputusan Menabung Masyarakat RT 002/002 Kelurahan Gandaria Selatan.”

lengkapnya dengan produk bank lain.<sup>68</sup> Dengan demikian jika bank syariah meningkatkan fasilitas produk pemasaran dengan baik. Maka minat nasabah juga akan semakin meningkat menabung di bank syariah.

#### **4. Faktor promosi dalam memengaruhi minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.**

Pada pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan tingkat signifikan variabel faktor promosi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  yakni  $7,002 > 1,676$ . Berdasarkan hasil tersebut dapat membuktikan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya karena selain menginformasikan produk juga berfungsi untuk mengingatkan nasabahnya maupun calon nasabah akan produk yang ditawarkan. Seperti terhadap mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam khususnya pada jurusan perbankan syariah dimana promosi dilakukan dengan cara memperkenalkan bank syariah dalam mata kuliah ditambah lagi telah terdapat tempat khusus untuk mempermudah mahasiswa jika ingin membuka rekening ataupun bertransaksi. Berdasarkan hal tersebut tentunya promosi sangat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

---

<sup>68</sup> Heni Juliana, "Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah Di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu", *Istitut Agama Islam Negeri (Iain)Bengkulu Bengkulu*, 2021, [Http://Repository.Iainbengkulu.Ac.Id/7134/1/Skripsi%20heni%20juliana.Pdf](http://Repository.Iainbengkulu.Ac.Id/7134/1/Skripsi%20heni%20juliana.Pdf)

Penelitian ini juga didukung dari hasil uji penelitian oleh Agus Edy Rangkuti dan Ahmad Kholil pada tahun 2023 mengemukakan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.<sup>69</sup> Dengan demikian jika bank syariah semakin baik promosi yang dilakukan maka minat nasabah juga akan semakin meningkat menabung di bank syariah.

#### **5. Faktor pengetahuan, religiusitas, fasilitas dan promosi dalam memengaruhi minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah**

Hasil uji hipotesis variabel faktor pengetahuan, faktor religiusitas, faktor fasilitas, dan faktor promosi terhadap minat mahasiswa diperoleh nilai Fhitung sebesar 37,828, sedangkan pada Ftabel sebesar 2,34 dimana nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel atau  $37,828 > 2,34$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah. Kemudian dari perhitungan persamaan regresi yang telah dilakukan diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 12,537 + 0,153x_1 + 0,259x_2 + 0,151x_3 + 0,426x_4 + e$$

Dari persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien  $X_4$  (faktor promosi) merupakan koefisien terbesar yaitu 0,426 yang berarti bahwa faktor promosi yang paling dominan memengaruhi minat mahasiswa menabung menggunakan tabungan wadiah di bank syariah.

<sup>69</sup> Agus Edy Rangkuti Dan Ahmad Kholil, "Analisis Pengaruh Promosi, Produk, Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Penduduk Kecamatan Medan Sunggal Di Bank Syariah", *Jurnal Bisnis Net* Volume : 6 No. 1 | Issn: 2621 -3982, 2023, <File:///C:/Users/Aling/Downloads/3387-11106-2-Pb.Pdf>

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang berdasarkan uraian teori , pengolahan data menggunakan SPSS 20 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis untuk variabel faktor pengetahuan diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,913 dan  $T_{tabel}$  1,676 ( $df=174$ ) dengan tingkat signifikan sebesar 0,004 karena  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,913 > 1,676$ ) dan koefisien regresi mempunyai nilai sebesar 0,153 maka hipotesis yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah diterima.
2. Hasil uji hipotesis untuk variabel faktor religiusitas diperoleh nilai  $T_{hitung}$  4,043 sedangkan  $T_{tabel}$  1,676 yang artinya  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $4,043 > 1,676$ ). Dimana tingkat signifikan sebesar 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,259 maka hipotesis yang menyatakan faktor religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah diterima.
3. Hasil uji hipotesis untuk variabel faktor fasilitas diperoleh nilai  $T_{hitung}$  3,667 sedangkan  $T_{tabel}$  1,676 yang artinya  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3,667 > 1,676$ ). Dimana tingkat signifikan sebesar 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,151 maka hipotesis yang menyatakan faktor fasilitas secara

parsial berpengaruh terhadap terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah diterima.

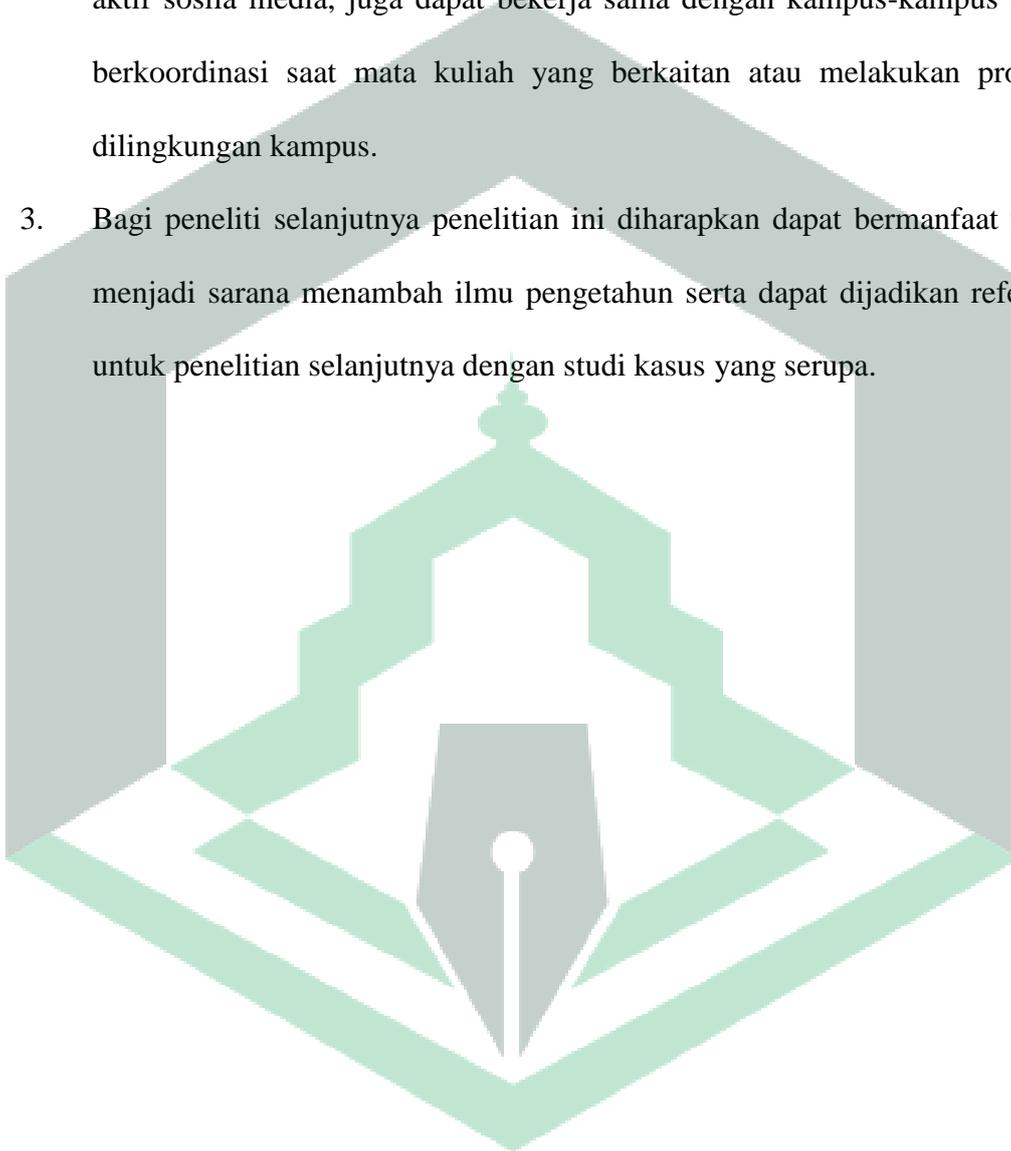
4. Hasil uji hipotesis untuk variabel faktor promosi diperoleh nilai  $T_{hitung}$  7,002 sedangkan  $T_{tabel}$  1,676 yang artinya  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $7,002 > 1,676$ ). Dimana tingkat signifikan sebesar 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,426 maka hipotesis yang menyatakan faktor promosi secara parsial berpengaruh terhadap terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah diterima.
5. Hasil uji semultan terhadap variabel faktor pengetahuan, religiusitas, fasilitas dan promosi diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 37,828 dan  $F_{tabel}$  2,34 atau  $37,828 > 2,34$  sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut secara semultan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa. Kemudian hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,472 artinya 47,2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi akademis, dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi karya ilmiah yang dapat dijadikan sumber referensi maupun tambahan pengetahuan bagi mahasiswa IAIN Palopo program studi perbankan syariah.

2. Bagi bank syariah diharapkan untuk terus memberikan informasi tentang keuntungan atau pentingnya menabung di Bank Syariah Indonesia beserta produk-produk yang bisa ditawarkan. Selain melalui brosur yang dibagikan, aktif sosila media, juga dapat bekerja sama dengan kampus-kampus untuk berkoordinasi saat mata kuliah yang berkaitan atau melakukan promosi dilingkungan kampus.
3. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi sarana menambah ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan studi kasus yang serupa.



## DAFTAR PUSTAKA

2008, Undang-Undang No 23 Tahun. "Tentang Perbankan Syariah." *Physical Review A*.

Anwar, Masriani. "Pengetahuan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Unismuh Makassar Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah." Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020. [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11399-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11399-Full_Text.pdf).

Ascarya. "Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara." 2. Jakarta: Bank Indonesia, 2006.

Aurefanda, Vino. "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019. <https://core.ac.uk/download/pdf/293475166.pdf>.

Darsini, Darsini, Fahrurrozi Fahrurrozi, dan Eko Agus Cahyono. "Pengetahuan; Artikel Review." *Jurnal Keperawatan* 12, no. 1 (2019): 97.

Dita Permata Syafitri dan Atina Shofawati. "PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI DONATUR BAITUL MAAL HIDAYATULLAH CABANG KEDIRI" 1, no. 2 (2014): 132.

Dkk., Bustari Muchtar; "Bank dan Lembaga Keuangan Lain." 53. Jakarta: KENCANA, 2016.

Hakim, Faqih Wildan. "Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah (studi kasus Bank Syariah Mandiri kantor cabang Bandar Lampung tahun 2019)." *Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55353/1/FAQIH\\_WILDAN\\_HAKIM-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55353/1/FAQIH_WILDAN_HAKIM-FEB.pdf).

Ismail. "Perbankan Syariah." *Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah* (2011): 184.

KBBI.Com. "Minat," n.d. <https://kbbi.web.id/minat>.

Leni Dermawan Sembiring; Dkk. "Bank dan Fintech, Eksistensi Bank Kini dan Esook." 2. Bandung: CV.Media Sains Indonesia, 2022.

Mardhatillah, Sarah. "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Easy (Wadiah & Mudharabah) Bank Syariah Indonesia Terhadap Keputusan Menabung Masyarakat RT 002/002 Kelurahan Gandaria Selatan." *Universitas Islam*

Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.  
file:///C:/Users/aling/Downloads/SARAH MARDHATILLAH-FDK.pdf.

Nurul. "Pengertian Wadi'ah, Dasar Hukum, Rukun dan Syarat, Hukum Menerima Wadi'ah, Macam-macam, Jenis Barang Wadi'ah dan Mengganti Barang Wadi'ah." Universitas Islam An-Nur Lampung, 2022. [https://an-nur.ac.id/pengertian-wadiah-dasar-hukum-rukun-dan-syarat-hukum-menerima-wadiah-macam-macam-jenis-barang-wadiah-dan-mengganti-barang-wadiah/#Rukun\\_Wadiah](https://an-nur.ac.id/pengertian-wadiah-dasar-hukum-rukun-dan-syarat-hukum-menerima-wadiah-macam-macam-jenis-barang-wadiah-dan-mengganti-barang-wadiah/#Rukun_Wadiah).

Pascaserjana, UNY. *METAKOGNISI DAN TIGA TIPE PENGETAHUAN*. Yogyakarta: Tim WEB UNY, n.d. <http://pps.uny.ac.id/id/berita/metakognisi-dan-tiga-tipe-pengetahuan.html>.

Samsu. *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. PUSAKA. Jambi: PUSAKA, 2017.

Sofyan dkk. "Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas , melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Star Clean Car Wash Semarang." *Diponegoro Journal of Social and Politic* (2013): 3.

Soraya, Iin. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City." *Jurnal Komunikasi* 6, no. 1 (2015): 12.

Sugiyono. "Metode Penelitian R&D." 80. Bandung: CV. ALFABETA, 2014.

Swasta, S M A, dan Swakarya Binjai. "Peranan guru bahasa indonesia terhadap kemampuan menulis cerpen dengan model experiential learning sma swasta swakarya binjai 1." *Serunai Bahasa Indonesia* 18, no. 2 (2021): 87–94. <https://ejournal.stkipbudidaya.ac.id/index.php/je/article/view/461/318>.

Syifa, Dhea Salsabila. "Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten." *Jurnal Maisyatuna* 4, ISSN: 2, no. 3 (2023). <https://journal.staidenpasar.ac.id/index.php/mt/article/view/247/230>.

Yassinta Safera Mahendra. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pasien di UPT Puskesmas Kutorejo Mojokerto." *Ekonomi Manajemen*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2020.

Yuliatin, Yuliatin. "Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Anggota di KBMT Al Ikhlas Lumajang." *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 1 (2020): 107. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna/article/view/705/418>.

Zulfiya Annisa. "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah."  
*Universitas Islam Riau*, 2022.  
<https://repository.uir.ac.id/16146/1/182610397.pdf>.



**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



## 1. Pedoman Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### Profil Responden

Di isi dan berikan tanda (√) pada kotak yang tersedia dibawah ini.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  Perempuan  
 Laki-laki
3. Usia :  <21 Tahun  
 21 – 30 Tahun  
 31 – 40 Tahun  
 41 – 50 Tahun  
 >50 Tahun
4. Pekerjaan :

#### A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Silahkan beri tanda *check list* (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Mohon menjawab setiap pertanyaan tanpa ada satu pun yang lewat.

#### B. KETERANGAN JAWABAN

Untuk menjawab pertanyaan berikut, silahkan seberapa besar pengetahuan, religiusitas, fasilitas dan promosi produk akad wadiah dalam mempengaruhi minat mahasiswa menabung di bank syariah. Skala penilaiannya adalah sebagai berikut:

SINGKATAN	KETERANGAN	NILAI
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

## DAFTAR PERNYATAAN

### 1. Pengetahuan

NO	PENGETAHUAN (X1)					
	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Bank syariah adalah bank yang berdasarkan hukum Al-Qur'an As-Sunnah, Fatwa Ulama dan Pemerintahan.					
2.	Di dalam bank syariah terdapat dewan pengawas syariah (DPS) yang bertugas mengawasi operasionalnya.					
3.	Bank syariah tidak menggunakan sistem bunga.					
4.	Produk tabungan di bank syariah menggunakan akad mudharabah mutlaqah dan wadiah yad dhamanah.					
5.	Tabungan easy wadiah merupakan tabungan dalam bentuk simpanan yang menggunakan akad wadiah yad					

	dhamanah.					
6.	Tabungan wadiah adalah tabungan yang bebas biaya admin bulanan dan tidak akan terpotong sekalipun tidak ada transaksi.					

## 2. Religiusitas

		<b>RELIGIUSITAS (X2)</b>				
NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mempercayai transaksi di bank syariah terbebas dari unsur riba.					
2.	Saya meyakini bahwa bank syariah dalam praktiknya berlandaskan Al-Quran dan Hadist.					
3.	Saya selalu menggunakan jasa bank syariah.					
4.	Saya merasakan ketenangan hati dan mendapatkan berkah saat menggunakan jasa bank syariah.					
5.	saya percaya kinerja bank syariah telah sesuai dengan prinsip-prinsip agama islam yang ada.					

## 3. Fasilitas

		<b>FASILITAS (X3)</b>	
NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban	

		SS	S	N	TS	STS
1.	Bank syariah memiliki gedung yang bersih dan suasana serta desain yang islami.					
2.	Bank syariah memiliki fasilitas produk yang cukup lengkap dengan bank lainnya seperti fasilitas ATM, buku rekening dan <i>BSI mobile</i> .					
3.	Saya tertarik menggunakan tabungan di bank syariah karena fasilitas atm yang mudah digunakan.					
4.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena terdapat fitur <i>BSI Mobile</i> yang memudahkan nasabah transaksi tanpa harus ke bank.					
5.	Saya tertarik menggunakan jasa bank syariah karena terdapat cctv yang lengkap sehingga membuat nasabah merasa aman saat transaksi.					
6.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena memiliki perangkat peralatan kerja yang cukup baik dalam melayani nasabah (computer, printer, mesin foto copy dan lain sebagainya).					

#### 4. Promosi

NO	PROMOSI (X4)	
	Pernyataan	Alternatif Jawaban

		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tertarik untuk menyimpan dana di bank syariah karena iklan yang dilakukan bank di media cetak ataupun elektronik.					
2.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena informasi yang di iklankan lengkap serta persuasive.					
3.	Saya menabung di bank syariah karena promosi yang dilakukan oleh bank kepada nasabahnya secara langsung.					
4.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena termotivasi oleh informasi yang diberikan oleh sales atau services.					
5.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media.					
6.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena bonus dan gift yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya.					

## 5. MINAT

NO	MINAT (Y)					
	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya berminat menabung di bank syariah karena pengetahuan yang saya miliki tentang bank syariah.					
2.	Saya berminat menabung di bank syariah					

	karena merasa puas atas fasilitas produk bank syariah.					
3.	Berminat menabung di bank syariah karena sesuai dengan ajaran agama islam.					
4.	Berminat menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat.					
5.	Saya berminat menabung di bank syariah karena banyak mahasiswa yang telah menggunakannya.					
6.	Saya berminat menabung di bank syariah karena direkomendasikan oleh teman yang sudah menabung di bank syariah.					
7.	Saya berminat menabung di bank syariah karena dorongan dari dalam diri dan kebutuhan hidup dimasa mendatang.					



**2. Matriks Tabel Kuesioner Penelitian**

NO	PENGETAHUAN.(X1)						Total	RELIGIUSITAS (X2)					Total	FASILITAS.(X3)						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	3	4	3	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	3	4	23
2	4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	4	4	21	5	4	5	4	4	4	26
3	4	3	4	3	3	3	20	3	4	4	4	4	19	4	3	4	3	4	3	21
4	3	4	3	4	3	3	20	4	4	4	3	3	18	3	3	3	4	4	4	21
5	4	5	4	4	5	4	26	4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	5	4	27
6	3	4	4	3	4	3	21	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	3	22
7	4	3	3	4	3	4	21	4	5	4	4	5	22	4	5	5	5	4	4	27
8	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	4	22
9	4	5	4	5	5	4	27	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	3	22
10	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21	5	5	5	4	5	4	28
11	3	4	3	4	3	3	20	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	4	4	26
12	5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	4	5	23	4	5	4	5	4	5	27
13	3	4	4	4	3	4	22	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	5	4	26
14	5	4	5	4	4	4	26	3	4	4	5	4	20	4	3	4	3	4	4	22
15	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	4	3	22	5	4	4	4	5	5	27
16	5	5	5	5	4	5	29	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	4	4	28
17	3	4	3	4	3	4	21	4	5	4	4	5	22	5	5	4	4	5	5	28
18	5	4	4	5	4	4	26	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	3	3	22
19	3	4	4	4	3	3	21	4	5	4	5	4	22	5	5	4	4	5	4	27
20	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	5	27
21	5	4	5	4	4	5	27	4	5	5	5	4	23	5	4	5	5	4	4	27

22	4	5	4	5	4	5	27	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	5	28
23	4	4	3	4	5	4	24	4	4	4	5	4	21	4	3	4	4	3	4	22
24	5	5	4	4	4	4	26	4	3	4	4	4	19	4	4	3	3	4	4	22
25	4	4	3	4	5	4	24	3	4	3	3	5	18	3	4	3	4	4	4	22
26	3	3	4	5	4	5	24	5	4	4	5	4	22	5	5	5	4	5	5	29
27	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	25
28	4	4	5	4	5	5	27	4	4	5	4	5	22	4	4	3	3	4	3	21
29	4	5	4	5	4	5	27	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	5	28
30	4	4	3	4	5	4	24	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	4	4	25
31	5	4	4	2	2	4	21	3	3	4	4	3	17	2	2	2	2	2	2	12
32	4	2	4	3	4	3	20	3	4	2	4	4	17	2	2	2	2	2	2	12
33	4	2	4	4	2	3	19	3	4	2	4	4	17	2	2	2	2	2	2	12
34	4	2	4	5	4	3	22	2	3	4	4	3	16	2	2	2	2	2	2	12
35	4	4	5	4	3	2	22	3	5	2	5	4	19	2	4	2	1	2	2	13
36	4	3	4	4	3	4	22	3	4	5	5	3	20	4	4	4	4	4	2	22
37	5	3	4	5	5	4	26	5	5	4	5	4	23	2	2	4	3	3	4	18
38	5	4	4	5	4	5	27	4	4	4	5	4	21	3	2	4	3	4	3	19
39	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	3	4	23
40	4	4	5	4	4	4	25	5	4	5	4	5	23	3	4	4	4	4	4	23
41	4	3	4	3	3	4	21	3	4	3	4	3	17	4	4	2	3	4	3	20
42	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	4	4	18	4	4	2	2	4	4	20
43	2	2	4	3	4	2	17	2	2	4	4	4	16	3	3	3	2	3	2	16
44	4	4	3	4	5	4	25	3	4	4	5	4	20	4	4	4	4	4	3	23
45	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	4	3	17	4	4	4	3	4	3	22
46	2	2	3	2	3	4	16	3	4	4	4	4	19	4	3	4	3	4	3	21

47	4	2	4	4	2	3	<b>19</b>	4	3	3	4	3	<b>17</b>	2	3	3	3	2	3	<b>16</b>
48	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	2	4	4	4	4	<b>18</b>	4	4	3	2	4	3	<b>20</b>
49	4	4	4	4	4	5	<b>25</b>	4	5	5	4	4	<b>22</b>	4	4	3	4	3	3	<b>21</b>
50	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>	4	4	4	5	5	<b>22</b>	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>
51	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>	3	5	4	4	4	<b>20</b>	4	5	4	2	4	4	<b>23</b>
52	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	3	4	3	4	4	<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
53	4	3	4	4	3	5	<b>23</b>	3	4	3	5	4	<b>19</b>	4	4	5	4	3	5	<b>25</b>
54	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	2	3	3	4	3	3	<b>18</b>
55	5	4	5	4	4	5	<b>27</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	3	3	4	4	3	3	<b>20</b>
56	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	2	2	2	2	2	<b>10</b>	4	2	4	4	3	3	<b>20</b>
57	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>	4	5	5	5	5	<b>24</b>	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>
58	3	4	3	2	2	4	<b>18</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	3	4	3	2	4	<b>19</b>
59	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>	4	5	5	5	5	<b>24</b>	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>
60	4	4	4	4	4	3	<b>23</b>	3	4	3	4	3	<b>17</b>	4	3	4	4	4	4	<b>23</b>
61	3	3	4	5	3	3	<b>21</b>	4	4	4	5	4	<b>21</b>	3	3	4	4	3	3	<b>20</b>
62	4	3	3	4	3	4	<b>21</b>	4	4	5	5	3	<b>21</b>	2	3	4	4	2	4	<b>19</b>
63	2	2	3	3	2	2	<b>14</b>	3	3	3	4	3	<b>16</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
64	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	3	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
65	4	5	5	5	5	4	<b>28</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	5	5	<b>26</b>
66	1	2	2	1	1	2	<b>9</b>	3	1	1	1	1	<b>7</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
67	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	2	3	3	3	3	3	<b>17</b>
68	5	1	5	5	3	5	<b>24</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
69	1	3	3	4	2	3	<b>16</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	4	4	3	3	3	<b>20</b>
70	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	3	4	3	3	3	4	<b>20</b>
71	5	5	4	4	5	3	<b>26</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	4	3	2	5	4	3	<b>21</b>

72	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	4	4	3	3	4	4	<b>22</b>
73	4	3	4	3	3	4	<b>21</b>	3	4	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	4	3	3	<b>21</b>
74	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	4	5	4	4	3	4	<b>24</b>
75	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	4	5	4	4	3	4	<b>24</b>
76	2	2	4	3	3	3	<b>17</b>	2	3	2	3	3	<b>13</b>	1	2	1	3	2	3	<b>12</b>
77	3	3	4	5	3	2	<b>20</b>	2	2	2	4	3	<b>13</b>	4	3	4	3	3	4	<b>21</b>
78	5	3	4	4	4	4	<b>24</b>	3	3	3	5	5	<b>19</b>	4	4	4	4	4	2	<b>22</b>
79	4	3	3	3	4	3	<b>20</b>	2	3	2	3	3	<b>13</b>	2	2	2	3	2	2	<b>13</b>
80	4	3	3	3	4	3	<b>20</b>	2	3	2	3	3	<b>13</b>	2	2	2	3	2	2	<b>13</b>
81	3	4	5	2	3	3	<b>20</b>	4	3	1	1	2	<b>11</b>	5	4	3	4	2	4	<b>22</b>
82	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	2	<b>22</b>
83	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
84	3	3	4	4	3	3	<b>20</b>	3	4	4	4	4	<b>19</b>	5	4	4	3	4	3	<b>23</b>
85	5	5	4	4	4	4	<b>26</b>	3	4	4	4	3	<b>18</b>	4	4	4	4	4	5	<b>25</b>
86	3	3	4	5	4	5	<b>24</b>	4	5	5	5	5	<b>24</b>	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>
87	5	5	4	4	4	5	<b>27</b>	4	4	4	5	4	<b>21</b>	4	3	3	3	4	4	<b>21</b>
88	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	2	4	4	4	3	<b>17</b>	4	3	3	3	4	4	<b>21</b>
89	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	3	4	4	5	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
90	1	3	3	3	3	2	<b>15</b>	3	1	2	2	3	<b>11</b>	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>
91	5	5	5	5	5	3	<b>28</b>	3	4	3	4	3	<b>17</b>	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>
92	4	2	2	2	2	4	<b>16</b>	4	4	3	4	3	<b>18</b>	4	4	5	4	2	2	<b>21</b>
93	2	2	3	3	2	3	<b>15</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	4	4	4	3	3	<b>21</b>
94	2	2	3	4	3	3	<b>17</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	4	4	4	4	4	3	<b>23</b>
95	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
96	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	1	1	1	2	1	<b>6</b>	5	5	4	4	5	4	<b>27</b>

97	2	4	4	4	4	2	<b>20</b>	2	3	3	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
98	1	2	3	4	2	4	<b>16</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	2	3	3	3	3	4	<b>18</b>
99	2	2	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
100	4	4	4	4	3	2	<b>21</b>	3	3	3	4	3	<b>16</b>	4	4	3	3	3	3	<b>20</b>
101	2	3	3	4	3	4	<b>19</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	4	3	3	4	4	4	<b>22</b>
102	4	4	5	4	5	4	<b>26</b>	3	3	3	4	4	<b>17</b>	1	4	1	2	3	2	<b>13</b>
103	2	2	3	3	2	3	<b>15</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	3	3	3	2	2	3	<b>16</b>
104	5	3	3	4	3	2	<b>20</b>	2	3	3	3	3	<b>14</b>	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>
105	4	4	5	5	4	4	<b>26</b>	4	4	4	4	5	<b>21</b>	4	4	4	2	2	2	<b>18</b>
106	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
107	5	4	5	5	2	4	<b>25</b>	2	4	4	4	5	<b>19</b>	4	4	4	3	4	3	<b>22</b>
108	5	5	5	5	5	3	<b>28</b>	3	3	4	5	4	<b>19</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
109	2	2	4	4	3	3	<b>18</b>	3	3	3	4	3	<b>16</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
110	5	5	5	5	5	3	<b>28</b>	3	4	4	4	5	<b>20</b>	3	3	4	4	1	3	<b>18</b>
111	2	3	3	3	3	3	<b>17</b>	5	5	5	5	5	<b>20</b>	1	2	2	3	3	3	<b>14</b>
112	3	4	3	3	3	4	<b>20</b>	2	3	3	4	3	<b>15</b>	4	3	3	4	3	3	<b>20</b>
113	4	3	3	3	4	3	<b>20</b>	4	4	4	3	3	<b>18</b>	2	2	2	2	3	2	<b>13</b>
114	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
115	4	4	5	4	4	4	<b>25</b>	3	4	4	4	4	<b>19</b>	5	4	4	2	3	2	<b>20</b>
116	3	3	4	4	3	4	<b>21</b>	4	4	4	5	4	<b>21</b>	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>
117	2	2	2	2	2	3	<b>13</b>	3	3	4	4	3	<b>17</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
118	2	3	4	4	4	2	<b>19</b>	2	2	2	4	4	<b>14</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
119	4	3	4	4	4	3	<b>22</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	2	4	3	2	4	<b>19</b>
120	4	4	5	5	5	4	<b>27</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>
121	2	2	3	4	2	4	<b>17</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	2	2	4	4	<b>20</b>

122	4	4	4	2	3	4	<b>21</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	3	3	3	2	3	3	<b>17</b>
123	4	4	4	4	4	3	<b>23</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>
124	4	3	4	3	3	3	<b>20</b>	1	2	1	2	1	<b>7</b>	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>
125	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	2	4	2	4	3	<b>15</b>	4	4	3	3	3	3	<b>20</b>
126	1	2	3	2	3	2	<b>13</b>	3	3	4	4	4	<b>18</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
127	4	4	5	4	3	4	<b>24</b>	4	4	3	4	3	<b>18</b>	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>
128	4	3	4	3	4	4	<b>22</b>	3	3	3	4	4	<b>17</b>	2	3	3	4	3	3	<b>18</b>
129	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>	2	3	2	2	2	<b>11</b>		5	5	5	3	3	<b>21</b>
130	5	3	4	4	3	5	<b>24</b>	4	5	4	4	5	<b>22</b>	3	2	3	4	4	3	<b>19</b>
131	2	3	3	3	3	4	<b>18</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
132	2	3	4	4	3	3	<b>19</b>	3	3	4	4	4	<b>18</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
133	3	3	3	3	3	2	<b>17</b>	2	3	3	3	2	<b>13</b>	4	4	4	3	3	3	<b>21</b>
134	2	2	4	4	3	3	<b>18</b>	4	4	4	3	4	<b>19</b>	3	3	3	4	3	3	<b>19</b>
135	5	3	5	5	1	3	<b>22</b>	4	3	5	4	4	<b>20</b>	3	2	2	2	4	4	<b>17</b>
136	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	3	3	4	4	4	<b>18</b>	3	2	3	3	4	3	<b>18</b>
137	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
138	5	4	5	5	4	3	<b>26</b>	3	3	4	1	3	<b>14</b>	4	4	5	5	4	3	<b>25</b>
139	5	2	4	4	3	4	<b>22</b>	3	3	4	4	4	<b>18</b>	4	4	3	3	3	3	<b>20</b>
140	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	4	5	4	5	5	<b>23</b>	4	3	3	3	4	4	<b>21</b>
141	2	3	4	4	3	4	<b>20</b>	3	4	4	4	4	<b>19</b>	1	3	2	2	2	3	<b>13</b>
142	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
143	4	3	3	4	4	3	<b>21</b>	2	3	3	4	4	<b>16</b>	1	3	1	1	3	2	<b>11</b>
144	4	4	4	5	4	3	<b>24</b>	4	4	4	3	4	<b>19</b>	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>
145	1	1	2	3	2	4	<b>13</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	2	3	2	3	3	2	<b>15</b>
146	4	3	3	4	3	3	<b>20</b>	3	4	4	4	4	<b>19</b>	3	3	3	3	3	2	<b>17</b>

147	3	3	4	4	3	3	<b>20</b>	3	4	4	4	4	<b>19</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
148	4	2	3	3	2	3	<b>17</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>
149	4	3	4	4	4	3	<b>22</b>	2	3	2	4	2	<b>13</b>	4	3	3	3	3	4	<b>20</b>
150	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>	4	4	4	4	3	<b>19</b>	4	4	4	5	5	3	<b>25</b>
151	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	2	4	3	4	3	<b>16</b>	5	4	4	4	3	4	<b>24</b>
152	4	5	4	4	4	4	<b>25</b>	2	4	3	3	5	<b>17</b>	4	3	5	4	4	4	<b>24</b>
153	5	3	5	5	4	5	<b>27</b>	4	4	4	4	5	<b>21</b>	3	2	3	4	4	3	<b>19</b>
154	2	3	4	4	2	3	<b>18</b>	4	4	4	5	4	<b>21</b>	4	4	5	5	3	3	<b>24</b>
155	4	3	4	4	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	2	4	4	3	3	<b>19</b>
156	5	2	3	3	3	3	<b>19</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	2	2	2	2	1	3	<b>12</b>
157	5	4	5	5	5	4	<b>28</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	5	4	4	4	3	2	<b>22</b>
158	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
159	4	3	4	4	2	2	<b>19</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	3	4	2	4	2	<b>18</b>
160	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
161	3	3	4	3	4	3	<b>20</b>	3	3	3	4	3	<b>16</b>	3	3	3	4	3	3	<b>19</b>
162	5	5	5	5	5	3	<b>28</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
163	4	3	3	4	3	5	<b>22</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	4	4	3	5	1	3	<b>20</b>
164	5	5	5	5	3	4	<b>27</b>	4	4	3	5	4	<b>20</b>	2	2	4	3	2	3	<b>16</b>
165	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>
166	2	3	4	4	4	3	<b>20</b>	3	3	3	4	4	<b>17</b>	4	4	4	4	4	3	<b>23</b>
167	4	3	4	4	3	3	<b>21</b>	3	3	3	4	4	<b>17</b>	4	3	4	4	4	5	<b>24</b>
168	5	5	5	5	5	3	<b>28</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>
169	3	4	3	3	2	2	<b>17</b>	4	3	4	4	3	<b>18</b>	5	5	4	3	4	3	<b>24</b>
170	3	5	3	3	5	3	<b>22</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	1	1	1	1	1	<b>8</b>
171	2	2	3	3	3	3	<b>16</b>	2	4	3	3	3	<b>15</b>	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>

172	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>	5	5	5	4	4	<b>23</b>	2	2	2	2	2	3	<b>13</b>
173	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>
174	4	3	4	3	3	3	<b>20</b>	3	3	2	3	3	<b>14</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>

NO	FASILITAS.(X3)						Total	PROMOSI.(X4)						Total	Minat.(Y)							Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	4	4	4	5	4	3	4	<b>28</b>
2	5	4	5	4	4	4	<b>26</b>	5	4	5	4	5	4	<b>27</b>	5	4	5	4	4	4	5	<b>31</b>
3	4	3	4	3	4	3	<b>21</b>	4	3	4	3	4	4	<b>22</b>	4	4	4	4	5	5	4	<b>30</b>
4	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>	3	3	3	3	4	3	<b>19</b>	5	5	5	5	4	4	4	<b>32</b>
5	5	4	4	5	5	4	<b>27</b>	5	4	4	5	4	4	<b>26</b>	4	3	4	3	3	4	3	<b>24</b>
6	3	4	4	4	4	3	<b>22</b>	3	4	3	4	3	4	<b>21</b>	4	4	5	4	4	4	4	<b>29</b>
7	4	5	5	5	4	4	<b>27</b>	4	4	5	5	5	4	<b>27</b>	5	4	4	5	4	5	5	<b>32</b>
8	4	4	4	3	3	4	<b>22</b>	5	5	5	4	4	5	<b>28</b>	4	5	4	4	5	4	5	<b>31</b>
9	4	4	3	4	4	3	<b>22</b>	4	4	4	5	4	5	<b>26</b>	3	4	3	4	4	4	4	<b>26</b>
10	5	5	5	4	5	4	<b>28</b>	5	5	5	4	5	4	<b>28</b>	4	4	4	4	4	3	5	<b>28</b>
11	5	4	4	5	4	4	<b>26</b>	5	4	4	5	5	4	<b>27</b>	5	5	5	5	4	4	5	<b>33</b>
12	4	5	4	5	4	5	<b>27</b>	4	5	4	5	5	5	<b>28</b>	4	4	4	4	3	3	4	<b>26</b>
13	4	4	5	4	5	4	<b>26</b>	4	4	5	4	4	4	<b>25</b>	3	3	4	4	4	4	4	<b>26</b>
14	4	3	4	3	4	4	<b>22</b>	4	4	4	3	4	3	<b>22</b>	4	5	5	4	4	4	3	<b>29</b>
15	5	4	4	4	5	5	<b>27</b>	3	4	3	4	4	5	<b>23</b>	4	4	3	3	4	4	4	<b>26</b>
16	5	5	5	5	4	4	<b>28</b>	5	5	4	5	5	4	<b>28</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
17	5	5	4	4	5	5	<b>28</b>	5	5	4	4	4	5	<b>27</b>	4	4	5	4	5	5	5	<b>32</b>
18	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>	4	4	4	3	4	3	<b>22</b>	4	3	4	3	4	3	3	<b>24</b>

19	5	5	4	4	5	4	<b>27</b>	5	5	4	4	4	4	<b>26</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>27</b>
20	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>25</b>
21	5	4	5	5	4	4	<b>27</b>	5	4	5	5	4	4	<b>27</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>34</b>
22	5	4	5	4	5	5	<b>28</b>	5	5	4	5	4	5	<b>28</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>31</b>
23	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>27</b>
24	4	4	3	3	4	4	<b>22</b>	4	5	5	5	5	4	<b>28</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>33</b>
25	3	4	3	4	4	4	<b>22</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>26</b>
26	5	5	5	4	5	5	<b>29</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>33</b>
27	4	4	4	4	5	4	<b>25</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>25</b>
28	4	4	3	3	4	3	<b>21</b>	3	3	3	3	4	3	<b>19</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>26</b>
29	5	4	5	4	5	5	<b>28</b>	5	4	5	4	5	5	<b>28</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>32</b>
30	4	5	4	4	4	4	<b>25</b>	4	4	4	4	5	4	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>28</b>						
31	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	4	4	4	3	4	3	<b>22</b>	4	3	4	4	4	3	4	<b>26</b>
32	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	4	4	3	3	3	3	<b>20</b>	3	3	4	3	3	3	3	<b>22</b>
33	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	3	<b>27</b>
34	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	2	5	5	5	<b>29</b>
35	2	4	2	1	2	2	<b>13</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>	4	4	4	3	5	5	5	<b>30</b>
36	4	4	4	4	4	2	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	4	3	3	<b>25</b>
37	2	2	4	3	3	4	<b>18</b>	3	3	4	5	4	5	<b>24</b>	4	5	4	4	4	4	4	<b>29</b>
38	3	2	4	3	4	3	<b>19</b>	5	4	5	5	5	5	<b>29</b>	5	5	3	4	3	3	4	<b>27</b>
39	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	5	<b>25</b>	4	5	4	4	5	5	5	<b>32</b>
40	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>	4	4	3	3	3	4	<b>21</b>	3	4	3	3	4	4	5	<b>26</b>
41	4	4	2	3	4	3	<b>20</b>	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	3	4	4	4	3	4	4	<b>26</b>
42	4	4	2	2	4	4	<b>20</b>	2	4	4	4	3	4	<b>21</b>	3	4	4	3	3	4	5	<b>26</b>
43	3	3	3	2	3	2	<b>16</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	5	2	4	3	5	5	<b>28</b>

44	4	4	4	4	4	3	<b>23</b>	4	3	3	4	4	4	<b>22</b>	4	4	3	4	2	4	<b>4</b>	<b>25</b>
45	4	4	4	3	4	3	<b>22</b>	4	4	3	4	4	5	<b>24</b>	4	4	3	3	5	4	<b>5</b>	<b>28</b>
46	4	3	4	3	4	3	<b>21</b>	4	4	4	3	2	4	<b>21</b>	2	5	4	4	4	4	<b>5</b>	<b>28</b>
47	2	3	3	3	2	3	<b>16</b>	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	5	<b>4</b>	<b>29</b>
48	4	4	3	2	4	3	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	2	4	3	4	<b>4</b>	<b>25</b>
49	4	4	3	4	3	3	<b>21</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	5	5	3	3	<b>3</b>	<b>29</b>
50	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	5	4	3	5	<b>4</b>	<b>29</b>
51	4	5	4	2	4	4	<b>23</b>	5	4	2	4	5	5	<b>25</b>	5	5	4	4	3	4	<b>5</b>	<b>30</b>
52	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	3	4	4	<b>5</b>	<b>27</b>
53	4	4	5	4	3	5	<b>25</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>	4	4	3	3	4	3	<b>3</b>	<b>24</b>
54	2	3	3	4	3	3	<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	3	<b>4</b>	<b>27</b>
55	3	3	4	4	3	3	<b>20</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	5	5	3	4	<b>4</b>	<b>31</b>
56	4	2	4	4	3	3	<b>20</b>	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	2	2	2	2	4	4	<b>5</b>	<b>21</b>
57	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>	5	5	5	5	4	4	<b>3</b>	<b>31</b>
58	3	3	4	3	2	4	<b>19</b>	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	3	3	5	<b>5</b>	<b>28</b>
59	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>	5	5	5	5	5	5	<b>5</b>	<b>35</b>
60	4	3	4	4	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>26</b>
61	3	3	4	4	3	3	<b>20</b>	4	3	4	4	4	3	<b>22</b>	4	3	4	2	4	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>25</b>
62	2	3	4	4	2	4	<b>19</b>	4	3	4	4	4	4	<b>23</b>	4	4	3	5	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>26</b>
63	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	3	3	3	3	4	4	<b>20</b>	4	4	3	4	5	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>30</b>
64	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>29</b>
65	4	4	4	4	5	5	<b>26</b>	5	5	5	4	4	5	<b>28</b>	4	5	4	5	3	4	<b>4</b>	<b>29</b>
66	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	3	3	4	<b>5</b>	<b>26</b>
67	2	3	3	3	3	3	<b>17</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	2	3	5	<b>5</b>	<b>24</b>
68	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	5	5	2	4	<b>4</b>	<b>30</b>

69	3	4	4	3	3	3	<b>20</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	4	4	4	3	5	4	<b>5</b>	<b>29</b>
70	3	4	3	3	3	4	<b>20</b>	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	3	4	4	2	4	4	<b>5</b>	<b>26</b>
71	4	3	2	5	4	3	<b>21</b>	5	5	4	4	4	5	<b>27</b>	5	3	3	4	4	5	<b>4</b>	<b>28</b>
72	4	4	3	3	4	4	<b>22</b>	3	3	4	4	3	4	<b>21</b>	4	4	4	2	4	3	<b>5</b>	<b>26</b>
73	4	3	4	4	3	3	<b>21</b>	4	3	3	3	4	4	<b>21</b>	4	4	3	4	3	3	<b>3</b>	<b>24</b>
74	4	5	4	4	3	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	3	3	5	<b>4</b>	<b>27</b>
75	4	5	4	4	3	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	3	3	4	<b>5</b>	<b>27</b>
76	1	2	1	3	2	3	<b>12</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	3	1	4	4	<b>5</b>	<b>27</b>
77	4	3	4	3	3	4	<b>21</b>	3	3	4	3	3	3	<b>19</b>	3	3	3	4	4	3	<b>3</b>	<b>23</b>
78	4	4	4	4	4	2	<b>22</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	4	4	4	3	<b>4</b>	<b>29</b>
79	2	2	2	3	2	2	<b>13</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	4	2	3	4	<b>4</b>	<b>23</b>
80	2	2	2	3	2	2	<b>13</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	4	2	4	4	<b>5</b>	<b>25</b>
81	5	4	3	4	2	4	<b>22</b>	3	3	4	3	2	5	<b>20</b>	5	2	3	3	4	4	<b>3</b>	<b>24</b>
82	4	4	4	4	4	2	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	2	3	5	<b>5</b>	<b>27</b>
83	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	2	5	5	<b>5</b>	<b>29</b>
84	5	4	4	3	4	3	<b>23</b>	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>	4	4	4	5	4	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>27</b>
85	4	4	4	4	4	5	<b>25</b>	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>	4	4	3	4	4	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>27</b>
86	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>	5	5	4	5	5	5	<b>29</b>	5	5	5	4	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>29</b>
87	4	3	3	3	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	5	5	5	5	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>34</b>
88	4	3	3	3	4	4	<b>21</b>	4	4	2	4	4	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>29</b>
89	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	4	4	3	4	<b>4</b>	<b>29</b>
90	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>	4	3	3	4	3	4	<b>5</b>	<b>26</b>
91	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>	5	4	3	3	3	3	<b>21</b>	3	4	3	2	3	5	<b>5</b>	<b>25</b>
92	4	4	5	4	2	2	<b>21</b>	3	4	3	4	4	4	<b>22</b>	4	3	4	5	2	4	<b>4</b>	<b>26</b>
93	3	4	4	4	3	3	<b>21</b>	2	4	4	4	4	4	<b>22</b>	4	4	3	4	5	4	<b>5</b>	<b>29</b>

94	4	4	4	4	4	3	<b>23</b>	3	4	4	3	3	4	<b>21</b>	4	4	3	4	4	4	<b>5</b>	<b>28</b>
95	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	5	<b>4</b>	<b>29</b>
96	5	5	4	4	5	4	<b>27</b>	1	2	2	1	2	1	<b>9</b>	1	2	1	5	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>20</b>
97	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>	4	4	3	4	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>28</b>
98	2	3	3	3	3	4	<b>18</b>	4	5	5	4	4	4	<b>26</b>	4	4	4	2	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>28</b>
99	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	5	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>29</b>
100	4	4	3	3	3	3	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>25</b>
101	4	3	3	4	4	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>28</b>
102	1	4	1	2	3	2	<b>13</b>	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>	4	3	3	2	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>26</b>
103	3	3	3	2	2	3	<b>16</b>	3	3	4	5	5	5	<b>25</b>	5	4	4	4	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>31</b>
104	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>	4	4	3	3	4	4	<b>22</b>	4	4	3	2	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>25</b>
105	4	4	4	2	2	2	<b>18</b>	5	5	4	5	5	5	<b>29</b>	5	5	5	2	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>29</b>
106	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>29</b>
107	4	4	4	3	4	3	<b>22</b>	5	5	4	4	4	4	<b>26</b>	4	4	5	4	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>27</b>
108	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	4	4	3	3	3	<b>21</b>	3	5	4	5	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>29</b>
109	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>	4	3	4	4	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>26</b>
110	3	3	4	4	1	3	<b>18</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	3	5	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>30</b>
111	1	2	2	3	3	3	<b>14</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	2	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>26</b>
112	4	3	3	4	3	3	<b>20</b>	3	3	3	2	1	3	<b>15</b>	3	3	3	5	4	3	2	<b>23</b>
113	2	2	2	2	3	2	<b>13</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	2	5	5	2	<b>26</b>
114	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
115	5	4	4	2	3	2	<b>20</b>	4	4	4	4	4	5	<b>25</b>	5	4	4	4	4	5	4	<b>30</b>
116	3	3	2	3	3	3	<b>17</b>	4	4	4	5	5	4	<b>26</b>	4	4	4	3	5	4	5	<b>29</b>
117	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>	2	2	4	4	4	2	<b>18</b>	2	2	4	5	3	4	4	<b>24</b>
118	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>	4	4	3	5	5	3	5	<b>29</b>

119	4	2	4	3	2	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	3	3	2	<b>24</b>
120	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	4	2	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>27</b>
121	4	4	2	2	4	4	<b>20</b>	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>	4	4	4	2	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>27</b>
122	3	3	3	2	3	3	<b>17</b>	5	3	4	4	5	4	<b>25</b>	4	4	4	2	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>28</b>
123	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>27</b>
124	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	2	3	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>20</b>
125	4	4	3	3	3	3	<b>20</b>	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	4	4	4	4	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>28</b>
126	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	4	4	4	3	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>29</b>
127	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	3	3	4	4	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>25</b>
128	2	3	3	4	3	3	<b>18</b>	3	4	4	3	4	4	<b>22</b>	4	4	3	4	3	2	<b>2</b>	<b>22</b>
129		5	5	5	3	3	<b>21</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	2	5	3	5	<b>4</b>	<b>25</b>
130	3	2	3	4	4	3	<b>19</b>	3	3	3	4	4	3	<b>20</b>	3	3	5	2	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>22</b>
131	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>	4	3	4	4	4	4	<b>5</b>	<b>28</b>
132	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	4	3	<b>4</b>	<b>26</b>
133	4	4	4	3	3	3	<b>21</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	4	4	5	<b>5</b>	<b>27</b>
134	3	3	3	4	3	3	<b>19</b>	4	4	4	3	3	4	<b>22</b>	4	4	3	3	3	5	<b>5</b>	<b>27</b>
135	3	2	2	2	4	4	<b>17</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	4	1	4	4	<b>4</b>	<b>27</b>
136	3	2	3	3	4	3	<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	2	<b>4</b>	<b>26</b>
137	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	4	3	3	4	2	<b>3</b>	<b>22</b>
138	4	4	5	5	4	3	<b>25</b>	5	5	4	5	5	5	<b>29</b>	5	5	3	5	4	2	<b>4</b>	<b>28</b>
139	4	4	3	3	3	3	<b>20</b>	3	4	4	4	3	4	<b>22</b>	4	4	2	4	3	4	<b>5</b>	<b>26</b>
140	4	3	3	3	4	4	<b>21</b>	3	3	2	4	4	4	<b>20</b>	4	4	5	5	4	4	<b>2</b>	<b>28</b>
141	1	3	2	2	2	3	<b>13</b>	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>	4	4	5	2	3	3	<b>2</b>	<b>23</b>
142	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	4	4	<b>4</b>	<b>24</b>
143	1	3	1	1	3	2	<b>11</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	1	3	3	<b>4</b>	<b>23</b>

144	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	5	4	4	5	5	5	<b>28</b>	5	5	5	1	2	3	5	<b>26</b>
145	2	3	2	3	3	2	<b>15</b>	3	3	3	3	3	4	<b>19</b>	4	3	4	3	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>28</b>
146	3	3	3	3	3	2	<b>17</b>	4	3	3	4	4	4	<b>22</b>	4	3	4	4	3	2	<b>2</b>	<b>22</b>
147	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	4	3	4	2	3	5	<b>4</b>	<b>25</b>
148	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>24</b>
149	4	3	3	3	3	4	<b>20</b>	2	4	3	3	4	5	<b>21</b>	5	2	3	2	4	4	<b>5</b>	<b>25</b>
150	4	4	4	5	5	3	<b>25</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	4	3	<b>4</b>	<b>26</b>
151	5	4	4	4	3	4	<b>24</b>	4	3	3	4	4	4	<b>22</b>	4	4	2	4	4	5	<b>5</b>	<b>28</b>
152	4	3	5	4	4	4	<b>24</b>	5	4	4	5	3	5	<b>26</b>	5	5	2	5	3	5	<b>5</b>	<b>30</b>
153	3	2	3	4	4	3	<b>19</b>	5	5	5	5	4	5	<b>29</b>	5	5	5	4	4	4	<b>4</b>	<b>31</b>
154	4	4	5	5	3	3	<b>24</b>	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	4	2	<b>4</b>	<b>26</b>
155	3	2	4	4	3	3	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	2	<b>3</b>	<b>25</b>
156	2	2	2	2	1	3	<b>12</b>	5	5	4	3	3	3	<b>23</b>	3	3	3	1	4	2	<b>4</b>	<b>20</b>
157	5	4	4	4	3	2	<b>22</b>	4	5	5	5	5	5	<b>29</b>	5	5	4	4	3	4	<b>5</b>	<b>30</b>
158	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	4	3	3	3	3	<b>19</b>	3	3	3	3	4	4	2	<b>22</b>
159	3	3	4	2	4	2	<b>18</b>	3	4	3	4	3	3	<b>20</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
160	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>	5	5	4	5	4	4	<b>4</b>	<b>31</b>
161	3	3	3	4	3	3	<b>19</b>	3	4	3	3	3	4	<b>20</b>	4	3	3	3	3	3	4	<b>23</b>
162	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	2	3	5	<b>22</b>
163	4	4	3	5	1	3	<b>20</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	5	3	4	4	<b>4</b>	<b>30</b>
164	2	2	4	3	2	3	<b>16</b>	5	5	5	4	5	5	<b>29</b>	5	5	4	3	4	5	<b>5</b>	<b>31</b>
165	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>30</b>
166	4	4	4	4	4	3	<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	3	2	<b>2</b>	<b>23</b>
167	4	3	4	4	4	5	<b>24</b>	4	3	4	5	5	5	<b>26</b>	5	4	4	5	3	5	<b>4</b>	<b>30</b>
168	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	3	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>23</b>

169	5	5	4	3	4	3	<b>24</b>	4	4	5	4	4	5	<b>26</b>	5	5	4	4	4	4	5	<b>31</b>
170	3	1	1	1	1	1	<b>8</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	3	3	3	3	2	3	<b>3</b>	<b>20</b>
171	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>	3	3	3	2	2	2	<b>15</b>	2	3	3	4	4	5	<b>5</b>	<b>26</b>
172	2	2	2	2	2	3	<b>13</b>	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>	4	5	4	4	3	5	<b>5</b>	<b>30</b>
173	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	5	4	4	<b>4</b>	<b>29</b>
174	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	4	3	3	3	3	3	<b>19</b>	3	4	3	3	4	2	<b>4</b>	<b>23</b>



### 3. Output Olah data analisis Penelitian

#### a. Hasil uji validitas

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	,535**	,563**	,485**	,444**	,412**	,787**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
X1.2	Pearson Correlation	,535**	1	,500**	,466**	,607**	,334**	,781**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
X1.3	Pearson Correlation	,563**	,500**	1	,627**	,454**	,322**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
X1.4	Pearson Correlation	,485**	,466**	,627**	1	,495**	,397**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
X1.5	Pearson Correlation	,444**	,607**	,454**	,495**	1	,354**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
X1.6	Pearson Correlation	,412**	,334**	,322**	,397**	,354**	1	,623**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	174	174	174	174	174	174	174

	Pearson Correlation	,787**	,781**	,756**	,761**	,757**	,623**	1
Pengetahuan	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	174	174	174	174	174	174	174

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

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Religiusitas
X2.1	Pearson Correlation	1	,628**	,622**	,440**	,545**	,785**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174
X2.2	Pearson Correlation	,628**	1	,637**	,611**	,659**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174
X2.3	Pearson Correlation	,622**	,637**	1	,576**	,631**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174
X2.4	Pearson Correlation	,440**	,611**	,576**	1	,630**	,781**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174
X2.5	Pearson Correlation	,545**	,659**	,631**	,630**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	174	174	174	174	174	174

	Pearson Correlation	,785**	,849**	,845**	,781**	,832**	1
Religiusitas	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	174	174	174	174	174	174

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

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Fasilitas
X3.1	Pearson Correlation	1	,680**	,681**	,533**	,593**	,515**	,842**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	173	173	173	173	173	173	173
X3.2	Pearson Correlation	,680**	1	,589**	,490**	,553**	,471**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	173	174	174	174	174	174	174
X3.3	Pearson Correlation	,681**	,589**	1	,684**	,507**	,541**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	173	174	174	174	174	174	174
X3.4	Pearson Correlation	,533**	,490**	,684**	1	,479**	,532**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	173	174	174	174	174	174	174
X3.5	Pearson Correlation	,593**	,553**	,507**	,479**	1	,591**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	173	174	174	174	174	174	174

X3.6	Pearson Correlation	,515**	,471**	,541**	,532**	,591**	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	173	174	174	174	174	174	174
Fasilitas	Pearson Correlation	,842**	,782**	,833**	,770**	,783**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	173	174	174	174	174	174	174

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

**Correlations**

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Promosi
X4.1	Pearson Correlation	1	,727**	,595**	,562**	,559**	,557**	,818**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
X4.2	Pearson Correlation	,727**	1	,641**	,544**	,507**	,608**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
X4.3	Pearson Correlation	,595**	,641**	1	,585**	,526**	,535**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
X4.4	Pearson Correlation	,562**	,544**	,585**	1	,760**	,738**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000

	N	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,559**	,507**	,526**	,760**	1	,640**	,815**
X4.5	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,557**	,608**	,535**	,738**	,640**	1	,829**
X4.6	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,818**	,815**	,785**	,854**	,815**	,829**	1
Promosi	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	174	174	174	174	174	174	174

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

#### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Minat
	Pearson Correlation	1	,592**	,399**	,151*	,061	,099	,112	,610**
Y.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,047	,422	,193	,140	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,592**	1	,400**	,244**	,095	,100	,198**	,675**
Y.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,212	,191	,009	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,399**	,400**	1	,100	,143	,085	,008	,544**
Y.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,188	,060	,266	,919	,000

	N	174	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,151*	,244**	,100	1	,017	-,023	-,072	,433**
Y.4	Sig. (2-tailed)	,047	,001	,188		,827	,764	,346	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,061	,095	,143	,017	1	,243**	,281**	,466**
Y.5	Sig. (2-tailed)	,422	,212	,060	,827		,001	,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,099	,100	,085	-,023	,243**	1	,450**	,519**
Y.6	Sig. (2-tailed)	,193	,191	,266	,764	,001		,000	,000
	N	174	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,112	,198**	,008	-,072	,281**	,450**	1	,531**
Y.7	Sig. (2-tailed)	,140	,009	,919	,346	,000	,000		,000
	N	174	174	174	174	174	174	174	174
	Pearson Correlation	,610**	,675**	,544**	,433**	,466**	,519**	,531**	1
Minat	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	174	174	174	174	174	174	174	174

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

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

### ***b. Hasil uji reliabilitas***

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 Total.X1
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

### Case Processing Summary

		N	%
	Valid	174	100,0
Cases	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	174	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	7

#### RELIABILITY

```
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 Total.X2  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.
```

### Case Processing Summary

		N	%
	Valid	174	100,0
Cases	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	174	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,812	6

```
RELIABILITY  
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 Total.X3  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.
```

#### Case Processing Summary

	N	%
Valid	173	99,4
Cases Excluded <sup>a</sup>	1	,6
Total	174	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	7

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 X4.6 Total.X4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	174	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	174	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,802	7

RELIABILITY

```
/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 Y.7 Total.Y  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.
```

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	174	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	174	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,712	8

#### 4. Dokumentasi Penelitian





## 5. Lembar surat izin penelitian

    
1 2 0 2 3 1 9 0 0 9 0 7 1 1

**PEMERINTAH KOTA PALOPO**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

**ASLI** **IZIN PENELITIAN**  
NOMOR : 711/IP/DPMP/VI/2023

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi,
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja,
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian,
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo,
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

Nama : MASPIANI M  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Balandi Kota Palopo  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 1804020135

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, FASILITAS DAN PROMOSI PRODUK AKAD WADIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA 2020-2021 MENABUNG DI BSI KOTA PALOPO**

Lokasi Penelitian : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
Lamanya Penelitian : 14 Juni 2023 s.d. 14 Juli 2023

**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
Pada tanggal : 15 Juni 2023  
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

  
**ERICK K. SIGA, S.Sos**  
Pangkat : Penata Tk.I  
NIP : 19830414 200701 1 005

**Tembusan :**

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel,
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

## RIWAYAT HIDUP



Maspiani.M , Lahir di Tojabi pada tanggal 14 Agustus 1999. Penulis merupakan anak Pertama dari 6 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Maskur dan ibunda Sapiah. Saat ini penulis bertempat tinggal di jalan trans Sulawesi Indewe Timur kabupaten Kolaka Utara.

Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SDN 1 Lasusua . Kemudian di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 pakue dan diselesaikan pada tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Lasusua. Setelah lulus SMA ditahun 2017, Penulis melanjutkan pendidikan S1 di Program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.