

**DETERMINAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA  
BSI KCP RATULANGI PALOPO DENGAN RELIGIUSITAS  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS  
MASYARAKAT KOTA PALOPO)**

*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**

**Oleh:**

**Aulia**

2004020075

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
2024**

**DETERMINAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA  
BSI KCP RATULANGI PALOPO DENGAN RELIGIUSITAS  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS  
MASYARAKAT KOTA PALOPO)**

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**

Oleh :

**Aulia**

2004020075

**Dosen Pembimbing:**

Muhammad Ikram S, S.Ak., M.Si.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aulia  
Nim : 2004020075  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

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

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 15 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



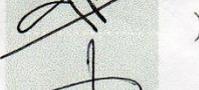
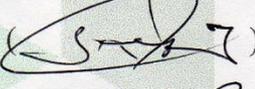
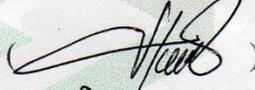
**Aulia**  
NIM: 2004020075

## HALAMAN PENGESAHAN

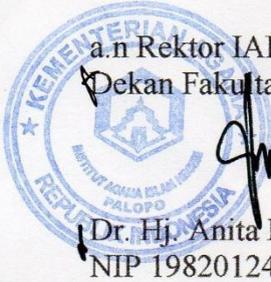
Skripsi berjudul Determinan Minat Menabung Masyarakat pada BSI KCP Ratulangi Palopo dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kota Palopo) yang ditulis oleh Aulia Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020075, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 20 Agustus 2024 Miladiyah bertepatan dengan 20 Dzulhijjah 1445 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 20 Agustus 2024

### 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. Humaidi, S.E.I., M.E.I. Penguji I (  )
4. Umar, S.E., M.SE. Penguji II (  )
5. Muhammad Ikram S., S.Ak., M.Si. Pembimbing (  )

### Mengetahui:

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

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



1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. Murni Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.HI. 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., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, beserta Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Fasiha, M.EI., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Muhammad Ilyas. S.Ag., M.A yang telah banyak memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
3. Edi Indra Setiawan S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah di IAIN Palopo dan selaku pembimbing beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Muhammad Ikram S, S.Ak., M,Si. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Humaidi, S.E.I., M.E.I. dan Jabaluddin Hamud, S.T.P., M.M. selaku penguji I dan penguji II yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Untuk kedua orang tuaku Syamsuddin dan Nurdalina terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senan tiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana.
8. Kepada saudara penulis yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, terimakasih dan sayangku untuk kalian.
9. Kepada semua teman-teman seperjuangan terkhusus Perbankan Syariah C angkatan 2020, yang telah banyak membantu saat bekerja sama selama penulis menuntut ilmu di IAIN Palopo mulai tahun 2020 sampai sekarang.

Palopo, 15 Agustus 2024

Aulia

## 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

**Tabel 0.1. Transliterasi Konsonan**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

**Tabel 0.2. Transliterasi Vokal Tunggal**

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

b. Vokal Rangkap

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

**Tabel 0.3. Transliterasi Vokal Rangkap**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيَّ	Fathahdan ya	Ai	a dan u
اُوَّ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَاتَبَ      kataba
- فَاعَلَ      fa`ala
- سُوِيَ      suila
- كَيْفَ      kaifa
- 
- حَوْلَ      haula

3. Maddah

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

**Tabel 0.4. Transliterasi Maddah**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ..ىَ..وْ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ىِ..وِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ..وْ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالِ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- قَوْلُ yaqūlu
- 

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَضَةٌ طِفَالٌ	raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- نُؤَالٌ	
أَلْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- مَوَّارَةٌ	
حَالٌ	talhah
- لَطٌ	

## 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّالٌ	nazzala
- الْبِرُّ	al-birr

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

### a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan

bunyinya.Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang

ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- أَسْ سِ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu
- شِ
- حِ
- الِ
- َ

## 7. Hamzah

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

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- أَلَّاؤُ an-nau'u
- نِ inna

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

ونُهُ خُفُّهُ الْوَالِدَاتُ  
- هَلَّا َ فُفُّهُنَّ -  
و

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

سِيمِ رَاهَا وَ سَاهَا -  
ر مَج  
م

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ  
- رَبِّ الْعَالَمِيْنَ  
مَدُ

Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

اَلرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ  
- الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

اَللّٰهُ غَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ  
رَحِيْمٌ  
اَلْاَمْرُ اَمْرٌ  
رُّبِّيْ

Allaāhu gafūrun rahīm

Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## **B. Daftar Singkat**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
A	= Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS.../...:4	= Q.S al-Baqarah/2:4 atau QS Ali 'Imran/3:4
HR	= Hadis Riwayat

## 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>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKARTA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</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 .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Landasan Teori.....	17
1. Minat Menabung .....	17
2. Pengetahuan .....	18
3. Promosi .....	20
4. Fasilitas .....	22
5. Lokasi .....	23
6. Religiusitas.....	25
7. Bank Syariah .....	26
C. Kerangka Pikir .....	32
D. Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>

A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
C. Definisi Operasional.....	35
D. Populasi dan Sampel.....	37
E. Data dan Sumber Data .....	39
F. Instrumen Penelitian.....	39
G. Teknik Pengumpulan Data.....	40
H. Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
A. Hasil Penelitian .....	47
B. Pembahasan.....	64
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR AYAT

Kutipan Surah A-Baqarah 278 .....	27
-----------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah masyarakat pengguna BSI dan Bank Konvensional.....	5
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	36
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian .....	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Usia .....	49
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	50
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.5 Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.6 Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.7 Uji F (Simultan) .....	57
Tabel 4.8 Uji T (Parsial).....	58
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	60
Tabel 4.10 $R^2$ Variabel X1 Model I.....	61
Tabel 4.11 $R^2$ Variabel X1 Model II.....	61
Tabel 4.12 $R^2$ Variabel X2 Model I.....	62
Tabel 4.13 $R^2$ Variabel X2 Model II.....	62
Tabel 4.14 $R^2$ Variabel X3 Model I.....	62
Tabel 4.15 $R^2$ Variabel X3 Model II.....	63
Tabel 4.16 $R^2$ Variabel X4 Model I.....	63
Tabel 4.17 $R^2$ Variabel X4 Model II.....	64

## DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 1.1 Market Share Perbankan Syariah .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	32
Gambar 4.1 Histogram .....	52
Gambar 4.2 P-P Plot Regression.....	53

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	82
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 3 Tabulasi Hasil Kuesioner.....	88
Lampiran 4 Hasil Data Olah SPSS.....	93

## ABSTRAK

**Aulia 2024**, *“Determinan Minat Menabung Masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kota Palopo)”*. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor pengetahuan, promosi, fasilitas, dan lokasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo. Dan apakah religiusitas sebagai variabel mederasi dapat memperkuat/meningkatkan faktor pengetahuan, promosi, fasilitas dan lokasi terhadap minat menabung.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket, yang disebarakan secara online kepada masyarakat Kota Palopo yang menggunakan Bank Syariah. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung sedangkan variabel promosi, fasilitas, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung dan religiusitas memoderasi variabel pengetahuan, promosi, fasilitas, dan lokasi terhadap minat menabung pada BSI KCP Ratulangi Palopo.

**Kata kunci:** Pengetahuan, promosi, fasilitas, lokasi, religiusitas, minat menabung

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Berdirinya perbankan syariah di Indonesia di picu niat masyarakat Indonesia sendiri. Hal ini terbukti di tahun pertengahan 1997 terjadi krisis moneter yang melanda negara-negara Asia. Akan tetapi, dalam keterpurukan tersebut masih ada perbankan syariah yang tetap bertahan dengan menggunakan prinsip bagi hasil yang berdasar pada syariat Islam<sup>1</sup>. Ini menunjukkan bahwa perbankan syariah mampu bertahan dari krisis moneter atau inflasi karena konsepnya lebih mengutamakan bagi hasil. Dengan demikian, kedua belah pihak akan bertanggung jawab atas risiko inflasi.<sup>2</sup>

Indonesia harus memiliki kemampuan untuk mengembangkan pembiayaan syariah yang lebih canggih sebagai negara dengan populasi muslim terbesar. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2024 sebesar 281.603,8 juta jiwa pada pertengahan tahun 2024.<sup>3</sup> Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* Indonesia memiliki jumlah populasi Muslim terbesar di dunia, mencapai 240,62 juta jiwa pada tahun

---

<sup>1</sup>Ipfa Retno Astuti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah Surakarta," 2020, 1–6.

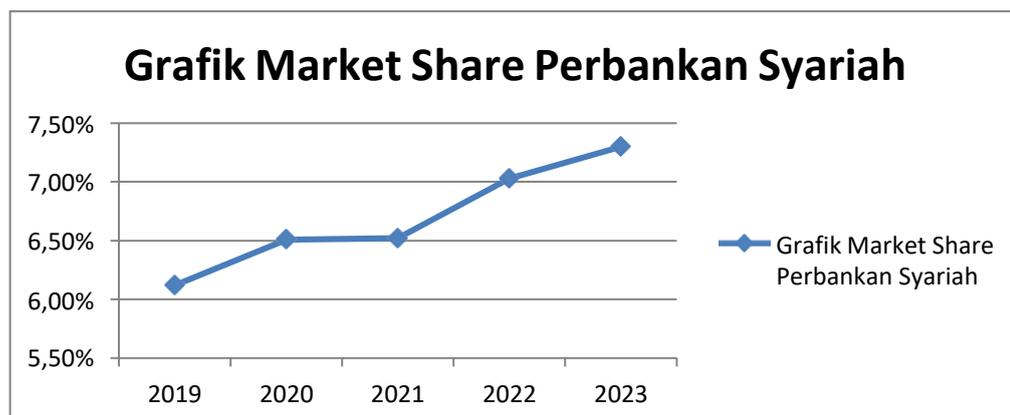
<sup>2</sup>Batari A. Anugera, "Analisis Faktor-Faktor Rendahnya Minat Masyarakat Walenrang Utara Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Desa Limbong)," 2022, 1–124.

<sup>3</sup>Badan Pusat Statistik, "Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024," 2024, <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>.

2023.<sup>4</sup> Data tersebut menunjukkan bahwa dengan populasi yang sebagian besar beragama Islam, hal ini seharusnya tidak menjadi masalah yang signifikan untuk pengembangan keuangan syariah. Bank Syariah tersedia untuk semua orang, bukan hanya orang muslim. Bukan tidak mungkin lembaga keuangan syariah bisa menjadi Bank terpenting di Indonesia, karena mayoritas penduduknya beragama Islam.<sup>5</sup>

Cita Ayni Putri Silalah menyatakan bahwa mayoritas umat Islam menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar perbankan syariah yang besar dan dapat menciptakan perbankan syariah yang lebih baik.<sup>6</sup>

**Gambar 1.1 Market Share Perbankan Syariah**



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan 2019-2023

<sup>4</sup>Cindy Mutia Annur, "Jumlah Populasi Muslim Di Indonesia," 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/populasi-muslim-indonesia-terbanyak-di-asia-tenggara-berapa-jumlahnya>.

<sup>5</sup>Fian Ayu, "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Ulujadi Kota Palu)," 2020, 1-99.

<sup>6</sup>Cita Ayni Putri Silalahi<sup>1</sup>) and Dalmi Iskandar Sultami<sup>2</sup>, "AAnalisis Faktor-Faktor Yang Mmepengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah Menabung Di Bank Syariah," 2020, 1-7.

(Otoritas Jasa Keuangan 2023) Dina Mirayanti Hutauruk menyatakan bahwa market Share perbankan syariah pada 2019 tumbuh menjadi 6,12% .Dan Posisi per Juni 2023 pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia tumbuh menjadi 7,38% dari total industri perbankan nasional.<sup>7</sup>Pertumbuhan pangsa pasar tersebut lambat, salah satu penyebabnya adalah pertumbuhan nasabah Bank Syariah yang masih rendah dibandingkan Bank Konvensional. Penyebab minimnya nasabah di Bank Syariah adalah karena masyarakat menganggap Bank Syariah tidak sesempurna, modern, dan sebagus Bank Konvensional.<sup>8</sup>

Bank Syariah harus berusaha untuk menarik nasabah baru karena persaingan yang semakin ketat di antara perbankan konvensional dan syariah. Strategi menarik minat nasabah untuk berinvestasi didasarkan pada profitabilitas sistem bagi hasil.<sup>9</sup> Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.<sup>10</sup> Munculnya minat seseorang untuk menggunakan perbankan syariah tentunya timbul dari beberapa faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal.<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup>Dina Mirayanti Hutauruk, “Aset Perbankan Syariah Di Indonesia,” 2024, [https://amp-kontan-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kontan.co.id/news/aset-perbankan-syariah-di-indonesia-mencapai-rp-84561-triliun?amp\\_gsa=1&amp\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp\\_tf=Dari%251%24s&aoh=17217020806744&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google](https://amp-kontan-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kontan.co.id/news/aset-perbankan-syariah-di-indonesia-mencapai-rp-84561-triliun?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%251%24s&aoh=17217020806744&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google).

<sup>8</sup>Ayu, “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Ulujadi Kota Palu).”

<sup>9</sup>Laras cantika Dewi, “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,” 2021, 1–81.

<sup>10</sup>Eva Mardiana and Husni Thamrin & Putri Nuraini, “Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru” 4 (2021): 1–9.

<sup>11</sup>Eka Wahyu Hestya Budianto Junanda febrina, “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung,” 2023, 1–15.

Pengaruh eksternal adalah minat konsumen. Konsumen dapat tertarik untuk membeli barang-barang seperti kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk, dan evaluasi alternatif.<sup>12</sup> Minat juga dapat didefinisikan sebagai keputusan untuk memanfaatkan atau membeli barang atau jasa tertentu. Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu. Proses ini mencakup menentukan apa yang akan dibeli dan apa yang tidak. Keputusan ini didasarkan pada kebutuhan dan dana yang sudah ada.<sup>13</sup>

Berdasarkan hasil dari observasi pertama yang dilakukan peneliti di Kota Palopo pada 16 Januari 2024, BPS Kota Palopo menyatakan bahwa jumlah penduduk Kota Palopo sebesar 190.867 jiwa pada tahun 2022.<sup>14</sup> Dimana masyarakatnya kebanyakan muslim yang seharusnya mengetahui tentang bank Syariah. Namun dari observasi penelitian di lapangan masih banyak masyarakat yang menggunakan bank Konvensional. Perbandingan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional dengan membandingkan jumlah nasabah BSI KCP Ratulangi Palopo dan BRI Unit Salubulo pada tahun 2022.<sup>15</sup> Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

---

<sup>12</sup>Dewi, “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.”

<sup>13</sup>Riyan Pradesyah, “Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)” 1 (2020): 1–10.

<sup>14</sup>Badan Pusat Statistik, “Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2022-2024.”

<sup>15</sup>Agida Syahit, “Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional (Studi Pada BSI KCP Ratulangi Dengan BRI Unit Salubulo),” 2022, 1–116.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah masyarakat pengguna**  
**BSI KCP Ratulangi Palopo dan BRI Unit Salubulo**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (orang)</b>
BRI Unit Salubulo	32.138
BSI KCP Ratulangi Palopo	16.172

Sumber : Agida Syahit, (2022)

Terkait hal tersebut terbukti kurangnya minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah disebabkan karena mereka belum terlalu mengetahui sistem Bank Syariah dan sebagian besar sudah mempunyai tabungan di Bank Konvensional. Meskipun penduduk Kota Palopo mayoritas beragama Islam, namun tidak semua warganya menggunakan Bank Syariah. Tampaknya tidak banyak orang di Palopo yang tahu bagaimana menabung atau bertransaksi di Bank Syariah. Banyak orang memilih untuk menyimpan uang mereka di Bank Konvensional daripada Bank Syariah, yang seharusnya menjadi salah satu bank yang direkomendasikan bagi orang Islam karena sistem usahanya yang sesuai dengan syariat Islam.

Menurut Zulpahmi (2010) dan Susanto (2011) beberapa hal yang dapat memengaruhi pelanggan untuk menggunakan layanan bank syariah adalah pengetahuan dimana semakin tinggi tingkat pengetahuan, semakin besar minat menabung di bank syariah, promosi bank, lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, layanan yang mudah dan tidak berbelit-belit, bangunan dan ruang bank

yang bersih dan nyaman, semua produk sesuai syariah, ATM dan cabang yang mudah ditemukan dan fasilitas transaksi.<sup>16</sup>

Pengetahuan menurut (Inayah, 2017) merupakan segala sesuatu yang diketahui dan dipahami konsumen tentang suatu produk yang di pasarkan serta melekat dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli.<sup>17</sup> Penelitian Eka Fariani (2021) mengungkapkan bahwa pengetahuan memengaruhi keinginan masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Menurut Asi Sundari (2023) pengetahuan mempengaruhi minat untuk menabung di Bank Syariah. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian Eka Safitri (2022) yang menemukan bahwa pengetahuan tidak memengaruhi minat menabung di Bank Syariah.

Menurut Eko Mardiyanto (2021) promosi adalah upaya untuk mempengaruhi pembeli untuk membeli produk tertentu dari merek tertentu secara langsung atau tidak langsung. Pada kegiatan ini, setiap bank berusaha untuk meningkatkan pemasaran seluruh layanan yang ditawarkannya, baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>18</sup> Riyan Pradsya (2020) mengungkapkan bahwa variabel promosi memengaruhi minat menabung di Bank Syariah.<sup>19</sup> Ini diperkuat oleh Abdul Malik

---

<sup>16</sup>Oriesta Dhea Budi Utamy, “Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening,” 2019, 1–95.

<sup>17</sup>Zaki Mubarak Eka Nur Safitri, “Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” 2022, 1–7.

<sup>18</sup>Nisah Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya” 1 (2021): 1–16.

(2021), yang mengungkapkan bahwa variabel promosi memengaruhi minat menabung secara signifikan.<sup>20</sup> Namun, R Maharani (2021) mengungkapkan bahwa variabel promosi tidak memengaruhi minat menabung secara signifikan.<sup>21</sup>

Fasilitas didefinisikan sebagai penampilan, kemampuan sarana dan prasarana, dan kondisi lingkungan sekitarnya untuk menunjukkan eksistensinya kepada dunia luar. Fasilitas fisik termasuk fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan.<sup>22</sup> Eka Fariani (2021) mengungkapkan bahwa fasilitas mempengaruhi keinginan orang untuk menabung di Bank Syariah di Indonesia.<sup>23</sup> Eesti Kandi Pratiwi (2021) kemudian menegaskan bahwa fasilitas juga memengaruhi keinginan orang untuk menabung di Bank Syariah Palopo. Namun, temuan ini bertentangan dengan penelitian Neni Suryani (2020), yang mengungkapkan bahwa fasilitas tidak memengaruhi keinginan nasabah untuk menabung.<sup>24</sup>

---

<sup>19</sup>Muhammad Iqbal Hilmi musyaffah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI EX BSM)” 2 (2022): 1–11.

<sup>20</sup>Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya.”

<sup>21</sup>R.maharani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI EX BSM),” 2021, 1–10.

<sup>22</sup>Yohansyah Adiputra Riyadi, “Pengaruh Promosi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Palu,” 2020, 1–177.

<sup>23</sup>Yani Prihatina Eka Furda Eka Fariani Muhammad Haris Riyaldi, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah” 1 (2021): 1–17.

<sup>24</sup>Neni dan Heru Kurniawan Suryani, “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kc Dumai,” 2020, 1–14.

Lokasi perusahaan adalah tempat mereka beroperasi dan menghasilkan barang dan jasa; oleh karena itu, pemilihan lokasi bisnis sangat penting untuk keberhasilannya.<sup>25</sup> Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri Rosalina, lokasi bank memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keinginan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.<sup>26</sup> bahwa lokasi tidak memiliki dampak signifikan terhadap keinginan nasabah untuk menabung. Perbedaan ini menunjukkan betapa kompleksnya komponen yang memengaruhi keputusan nasabah serta keberhasilan operasi Bank Syariah.<sup>27</sup>

Menurut Hasanah (2019), religiusitas ialah jenis sistem kepercayaan yang dianut dengan memahami nilai-nilai penting agama tersebut, yang berdampak pada tindakan dan tingkah laku seseorang saat mereka membuat keputusan.<sup>28</sup> Menurut Abou-Youssef 2015, religiusitas pelanggan dapat menjadi faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk memilih bank. Menurut Hasanah (2019), religiusitas adalah bentuk agama yang diyakini dengan mempelajari nilai esensinya, yang kemudian memberikan pilihan alternatif tentang perilaku dan sikap saat membuat keputusan.<sup>29</sup> Faktor terakhir sekaligus sebagai variable

---

<sup>25</sup>Nurhaeda, “Pengaruh Lokasi Dan Brand Image Terhadap Minat Menabung Pada Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar,” 2019, 1–103.

<sup>26</sup>Putri Rosalina Harahap, Henny Indrawati, and Mujiono, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Pekanbaru” 14 (2022): 1–14.

<sup>27</sup>R.maharani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI EX BSM).”

<sup>28</sup>Dwi Nur Agustin and Luqman Hakim, “Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah” 10 (2022): 1–11.

<sup>29</sup>Agustin and Hakim.

moderasi yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung pada produk bank syariah ialah religiusitas. Peneliti menggunakan variabel religiusitas menjadi faktor penentu minat menggunakan jasa bank syariah. Menurut Baron and Kenny (1986) menyarankan bahwa ketika hubungan variabel independen dan dependenditemukan hasil lemah atau tidak konsisten maka variabel moderasi harus disajikan. Oleh karena itu, telah direkomendasikan untuk memperkenalkan religiusitas sebagai variabel moderasi.<sup>30</sup> Menurut Afiah (2016) masyarakat yang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi akan semakin tertarik menggunakan jasa bank syariah. Masyarakat akan merasanyaman karena telah melakukan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan ajaran agama. Bank syariah menerapkan prinsip syariah dalam operasionalnya. Banyak peneliti menemukan pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.

Penelitian Yulian Afiah menyatakan bahwa religiusitas meningkatkan minat menabung.<sup>31</sup> Kemudian diperkuat oleh Faqih Wildan Hakim (2020) bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah.<sup>32</sup> Sedangkan

---

<sup>30</sup> Baron and Kenny 1986, *“Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariaih Pascasarjana UIN Malang 2020 Dan 2021”* (2022): 1–115.

<sup>31</sup> Yulian Afiah, *“Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lor Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,”* n.d., 1–22.

<sup>32</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 ),”* 2020, 1–113.

penelitian Lani Dwi Yulawati (2022) mengungkapkan bahwa agama tidak memengaruhi keinginan untuk menabung di perbankan syariah.<sup>33</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Determinan Minat Menabung Masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kota Palopo)”**

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo ?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo ?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo?
5. Apakah religiusitas dapat memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo?
6. Apakah religiusitas dapat memoderasi pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo?

---

<sup>33</sup>Lani Dwi Yulawati, *“Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Indonesi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,”* 2022, 1–128.

7. Apakah religiusitas dapat memoderasi pengaruh fasilitas terhadap minat menabung diBSI KCP Ratulangi Palopo?
8. Apakah religiusitas dapat memoderasi pengaruh lokasi terhadap minat menabung diBSI KCP Ratulangi Palopo?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat diBSI KCP Ratulangi Palopo.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat menabung masyarakat diBSI KCP Ratulangi Palopo.
5. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas dalam memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung diBSI KCP Ratulangi Palopo.
6. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas dalam memoderasi pengaruh promosi terhadap minat menabung diBSI KCP Ratulangi Palopo.
7. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas dalam memoderasi pengaruh fasilitas terhadap minat menabung diBSI KCP Ratulangi Palopo.
8. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas dalam memoderasi pengaruh lokasi terhadap minat menabung diBSI KCP Ratulangi Palopo.

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

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat.

##### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan baru bagi pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis dengan penelitian ini.

###### b. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat Kota Palopo untuk mempertimbangkan dan mempelajari lebih banyak tentang bank syariah dan konvensional saat memilih untuk menjadi nasabah.

###### c. Bagi Bank Syariah

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan agar pihak Bank memperluas sosialisasi kepada masyarakat untuk mengetahui produk-produk dan informasi tentang Bank Syariah sehingga dapat menambah pengetahuan dan minat masyarakat menabung pada Bank Syariah.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini menyajikan temuan dari penelitian sebelumnya yang telah diuji kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Dengan judul "Determinan minat menabung masyarakat pada BSI KCP Ratulangi Palopo Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kota Palopo)," hasil penelitian dapat digunakan sebagai sumber referensi dan sebagai tolak ukur untuk menemukan temuan yang benar.

1. Risa Windasari (2021) dengan penelitiannya yang berjudul "Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demak", Dapat disimpulkan bahwa nasabah memahami minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Sehingga hal ini perlunya pemahaman yang dilakukan dengan tujuan agar masyarakat mengetahui apa produk yang ada di di Bank Syariah Indonesia serta dengan cara sosialisasi oleh pihak bank untuk dapat menarik minat masyarakat untuk nasabah menabung.<sup>34</sup>**Persamaan:** kedua penelitian meneliti minat menabung. **Perbedaan:** penelitian ini difokuskan meneliti tentang Determinan Minat Menabung Masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopodengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Sedangkan penelitian

---

<sup>34</sup>Risa Windasari, "Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demak," 2021, 1–114.

Risa Windasari meneliti Analisis meneliti tentang Pemahaman Nasabah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demak dan menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi..

2. Yulia Putri (2020) dengan penelitiannya yang berjudul "Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas" menunjukkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah dengan memfokuskan pada faktor religiusitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun tingkat religiusitas responden rendah, hubungan antara faktor religiusitas dan minat menabung cenderung positif. Penelitian ini menguji secara parsial variabel religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di Lingkungan Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.<sup>35</sup>**Persamaan:** Dari kedua penelitian ini yaitu keduanya meneliti tentang minat menabung. **Perbedaan:** penelitian ini difokuskan meneliti tentang Determinan Minat Menabung Masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopodengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Sedangkan penelitian Yulia Putri memfokuskan pada strategi untuk meningkatkan minat menabung di Bank

---

<sup>35</sup>Yulia Putri et al., "Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas" 16 (2019): 1–12.

Syariah melalui penerapan religiusitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode statistik deskriptif dan verifikatif.

3. Nuril Fijriah (2021) dengan penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syari’ah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018)” dengan hasil penelitian hasil menunjukkan bahwasannya berdasarkan hasil uji R<sup>2</sup>, 69,2% variabel persepsi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) mahasiswa menabung di bank syariah.<sup>36</sup>**Persamaan:** dari kedua penelitian ini yaitu keduanya mengkaji tentang minat menabung. **Perbedaan:** Penelitian ini difokuskan pada determinan minat menabung masyarakat pada BSI KCP Ratulangi Palopo, dengan studi kasus di masyarakat Kota Palopo. sebagai variabel moderasi, religiusitas mempengaruhi hubungan antara variabel independen seperti pengetahuan, promosi, lokasi, dan fasilitas serta minat menabung. Sedangkan penelitian Nuril Fijriah mengkaji tentang Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syari’ah dengan Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018 dan menggunakan variabel independen yaitu persepsi.
4. Penelitian Alifa (2020), "Analisis Minat Menabung Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten di Bank Syariah", menemukan bahwa mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten memiliki keinginan menabung yang cukup tinggi, sebesar 74,19 persen. Jika

---

<sup>36</sup>Nuril Fijriah, “Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syari’ah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018),” 2021, 1–132.

dibandingkan dengan keinginan menabung laki-laki dan perempuan, keinginan menabung perempuan lebih tinggi sebesar 87,1 persen.<sup>37</sup>**Persamaan:** dari kedua penelitian ini yaitu keduanya meneliti tentang minat menabung dan menggunakan metode kuantitatif. **Perbedaan:**Penelitian ini (Studi Kasus Masyarakat Palopo) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Kota Palopo untuk menabung di BSI KCP Ratulangi Palopo, dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. Sedangkan penelitian Alifa fokus terhadap Analisis Minat Menabung Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten di Bank Syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung serta preferensi dan kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan syariah dijelaskan.

5. Widya Aisyah (2020) melakukan penelitian berjudul "Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung di Bank Syariah". Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Nagari Sungayang memiliki minat yang cukup besar untuk menabung di Bank Syariah pada aspek psikologis sebesar 59,43%, ekonomi sebesar 53,86%, dan sosial sebesar 53,86%.<sup>38</sup>**Persamaan:**Kedua penelitian ini meneliti minat menabung dan menggunakan metode kuantitatif. **Perbedaan:** Fokus penelitian ini adalah alasan mengapa orang ingin menabung di BSI KCP Ratulangi Palopo, dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. Religiusitas dianggap sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen (seperti pengetahuan, promosi, lokasi, fasilitas) dan minat

---

<sup>37</sup>Alifah et al., "Analisis Minat Menabung Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Di Bank Syariah" 1 (2020): 1–15.

<sup>38</sup>Widya Aisyah, "Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung Pada Bank Syariah," 2020, 1–96.

menabung. Sedangkan penelitian Widya Aisyah Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung di Bank Syariah. Penelitian ini lebih spesifik terhadap minat menabung masyarakat di Nagari Sungayang, dengan fokus pada kondisi lapangan atau realitas di lokasi tersebut.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Minat Menabung**

#### **a. Pengetian Minat Menabung**

Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.<sup>39</sup>

Perilaku Konsumen Menurut Schiffman dan Kanuk, 2008 Perilaku konsumen adalah istilah yang mengacu pada cara seseorang menggunakan suatu barang atau jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.<sup>40</sup>

Kotler dan Armstrong menyatakan minat menabung, yang dapat didefinisikan sebagai minat untuk membeli sesuatu atau tingkah laku yang ditunjukkan oleh sesuatu sebagai keinginan konsumen untuk membeli sesuatu. Kotler, Bowen, dan Makens mengatakan bahwa ada banyak faktor yang memengaruhi minat pelanggannya, termasuk faktor yang tidak terduga dan sikap pada orang lain. Faktor situasi tak terduga muncul secara tiba-tiba karena pelanggannya tertarik pada jasa maupun produk dengan tidak ada keterpaksaan.

---

<sup>39</sup>Philip Kotler, "Marketing Manajemen," n.d., 1–15.

<sup>40</sup>Robby Akmal, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung Kelurahan Tamansari)," *Ilmiah*, 2021, 1–16.

Faktor lain adalah sikap pada orang lain. Ketika seseorang menggunakan jasa atau barang, orang lain akan menjadi tertarik pada barang atau jasa tersebut. Sikap positif seseorang dapat memengaruhi keinginannya untuk membeli sesuatu.<sup>41</sup>

#### b. Indikator Minat Menabung

Ferdinand menyatakan bahwa indikator minat menabung termasuk:<sup>42</sup> :

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

## 2. Pengetahuan

### a. Pengertian Pengetahuan Konsumen

Menurut Sumarwan (2002, 199), Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup>Bab II Skripsi Piranda Sapira, "No Title," n.d., 1–24.

<sup>42</sup>Hakim, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah ( Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019 )."

<sup>43</sup>Baiq Eviliana Agustin, "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah Cabang Kopang (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kecamatan Janapria)," 2023, 1–108.

Menurut Yasin, Zarlis & Nasution, Pengetahuan adalah suatu pengetahuan atau pemahaman seseorang yang diperoleh setelah melakukan suatu penelitian terhadap suatu objek tertentu. Menurut Sunyoto, Pengetahuan adalah segala informasi yang dimiliki oleh seorang konsumen atau individu tentang berbagai jenis produk dan jasa, serta pengetahuan tambahan tentang produk dan jasa tersebut dan fungsi konsumennya.<sup>44</sup>

#### b. Indikator Pengetahuan

Menurut Sumarwan indikator pengetahuan:<sup>45</sup>

- 1) Pengetahuan produk: Pengetahuan produk adalah pengetahuan konsumen akan sesuatu produk yang akan ia beli, sehingga informasi yang didapat mengenai suatu produk akan bermacam-macam.
- 2) Pengetahuan pembelian: Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan mengenai cara membeli dan pengetahuan saluran distribusi. Pengetahuan pembelian mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan dengan pemerolehan produk.
- 3) Pengetahuan Pemakaian: Pengetahuan pemakaian dimana suatu produk akan memberikan manfaat jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh

---

<sup>44</sup>Junanda febrIan, “*Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung*,” 2023, 1–15.

<sup>45</sup>Citra Handayani, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Rampoang Untuk Menabung Di Bank Syariah*,” 2023, 1–121.

Konsumen. Pengetahuan pemakaian mencakupi informasi yang tersedia di dalam ingatan bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.

### **3. Promosi**

#### **a. Pengertian Promosi**

Menurut (Malau, 2017) Promosi adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah yang dibeli pelanggan serta membuat konsumen puas sehingga melakukan pembelian kembali.<sup>46</sup>

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu Bank untuk menawarkan dengan cara menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk nasabah untuk mengikuti produk yang ditawarkan. Dalam mempromosikan suatu produk, pihak yang melakukan promosi hendaknya harus mencakup hal-hal yang bersifat persuasif agar nasabah tertarik. Promosi dapat didefinisikan sebagai sarana yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merk yang akan dijual dengan harapan konsumen membeli produk tersebut.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup>Eka Fariani Muhammad Haris Riyaldi, “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah.*”

<sup>47</sup>Agustin, “*Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah Cabang Kopang (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kecamatan Janapria).*”

Menurut Assauri (2011:264), promosi adalah tindakan yang dilakukan untuk mempengaruhi pelanggan untuk menciptakan permintaan atas suatu barang atau jasa. Oleh karena itu, promosi yang dilakukan oleh bank harus dapat menarik perhatian pelanggan, memberikan kesan pertama, dan mendorong pelanggan untuk lebih memahami produk yang dipromosikan. Promosi atau iklan yang ditawarkan oleh bank harus efisien dan mudah diakses oleh pelanggan.<sup>48</sup>

#### b. Indikator Promosi

Menurut Ulwiya (2021) terdapat empat indikator promosi yaitu<sup>49</sup>

- 1) Periklanan : Dipandang sebagai kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara langsung lisan maupun dengan penglihatan (berupaberita) tentang suatu produk, jasa atau ide.
- 2) Publisitas : Hubungan masyarakat adalah suatu usaha (variasi) dari rancangan program guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk.
- 3) Promosi penjualan: Promosi penjualan adalah variasi intensif yang dilakukan dalam jangka pendek untuk mendorong orang untuk membeli atau menjual barang atau jasa tertentu.

---

<sup>48</sup>Nazaruddin aziz, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang,” 2019, 1–8.

<sup>49</sup>Fitri Kumalasari, “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Muamalat Kab. Kolaka (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Kab. Kolaka)” 2 (2023): 1–11.

#### 4. Fasilitas

##### a. Pengertian Fasilitas

Menurut Rhenald Kasali, fasilitas dapat didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggannya biasanya disebut sebagai fasilitas. Konsumen akan merasa nyaman dengan ekuitas produk dan merek, termasuk situasi yang membuat mereka melakukan transaksi yang memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasarkan pada akumulasi pengalaman setiap saat.<sup>50</sup>Fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.<sup>51</sup>

Menurut Nurastuti (2011), fasilitas perbankan adalah yang paling penting karena sangat dibutuhkan oleh pelanggan dan menawarkan kemudahan dalam

---

<sup>50</sup>Fasiha, Muhammad Yusuf, Humiras Betty Marlina Sihombing, Mujahidin, Ana Rachid Chenin, "Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di PT. Minimarket Palopo," No.2 (2022)

<sup>51</sup>Windi Syahfitri, "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah Studi Kasus Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi," 2021, 1-114.

berbagai transaksi, seperti transfer antar rekening, tarik tunai melalui ATM, jumlah ATM yang tersedia, perbankan mobile, sms, internet, dan komputer.<sup>52</sup>

#### b. Indikator Fasilitas

Menurut Moenir (1987) dalam (Alhifni, n.d.), fasilitas dapat diklasifikasikan menjadi:

- 1) Fasilitas transaksi non-tunai
- 2) Fasilitas fisik
- 3) Fasilitas estesis

### **5. Lokasi**

#### a. Pengertian Lokasi

Menurut Atmanegara et al., (2019) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja.<sup>53</sup>

Menurut Wahjono (2010), Lokasi bank mengacu pada jaringan (network) di mana nasabah dapat menggunakan produk dan layanan bank. Oleh karena itu,

---

<sup>52</sup>Safa'atul Abrori, "Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Millenial Kabupaten Sukoharjo Di Bank Syariah," 2020, 1–134.

<sup>53</sup>Muhamad Syahrir Hidayat, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop Di Kota Gresik" 6 (2021): 1–10.

lokasi bank dapat diartikan sebagai strategi perbankan untuk menarik minat nasabah ketika bertransaksi dengan bank tersebut.<sup>54</sup>

Lokasi mempunyai peranan yang sangat penting untuk masyarakat dalam menentukan minat mereka untuk menabung disuatu Lembaga keuangan seperti di BSI KCP Ratulangi Palopo, penentuan dan penetapan suatu lokasi akan sangat berpengaruh terhadap para nasabah khususnya pada masyarakat karena dimana lokasi yang strategis akan mempermudah dalam bertransaksi pada sebuah Lembaga keuangan, yang dimaksud Lembaga keuangan pada penelitian ini adalah BSI KCP Ratulangi Palopo.

#### b. Indikator Lokasi

Terdapat beberapa indikator lokasi digolongkan menjadi<sup>55</sup>:

- 1) Akses: bank syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan.
- 2) Visibiliti: bank syariah tidak jauh dari pusat ibu kota dan mudah dilihat oleh masyarakat.
- 3) Lingkungan: bank syariah berada di lingkungan yang aman dengan pos keamanan yang tersedia di sekitarnya

---

<sup>54</sup>Langgeng Cahyo Utomo, “Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Malang,” 2021, 1–87.

<sup>55</sup>Nurdin, “Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung Di Bank Syariah Belopa,” 2021, 1–97.

## 6. Religiusitas

### a. Pengertian Religiusitas

Menurut Krauss et al., 2005 Religiusitas merupakan tingkat komitmen individu terhadap agama yang diyakini beserta ajaran-ajarannya, ditunjukkan oleh sikap dan perilaku yang berkelanjutan disertai komitmen. Definisi religiusitas ialah tem kompleks berasal atas kepercayaan, keyakinan, sikap-sikap serta upacara-upacara yang menghubungkan antara individu satu dengan lain atas sesuatu yang berwujud utuh.<sup>56</sup>

Menurut Jalaluddin (2010), religiusitas dapat didefinisikan sebagai sikap atau kesadaran yang didasarkan pada keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Religiusitas dapat didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan seseorang, kekuatan keyakinannya, pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan tingkat penghayatan agama yang dianutnya.<sup>57</sup>

### b. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark (Djamaluddin & Suroso, 2011), religiusitas memiliki lima dimensi, yaitu:

---

<sup>56</sup>Yuyung Pratiwi, "Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Sebagai Variabel Moderating Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesiadi Kota Semarang)," 2021, 1–126.

<sup>57</sup>Abrori, "*Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Millenial Kabupaten Sukaharjo Di Bank Syariah.*"

- 1) Keyakinan: Dimensi ini mencakup hal-hal yang harus dipercaya dan diyakini oleh pengikutnya; contohnya, keyakinan bahwa ada Tuhan Yang Maha Esa, malaikat, surga, dan neraka.
- 2) Praktik agama: tingkat sejauh mana seseorang dapat melakukan ritual peribadatan dalam agama yang mereka anut, seperti solat, puasa, zakat, haji, dan sebagainya dalam Islam.
- 3) Pengalaman: Pengalaman spiritual yang dialami seseorang dengan Tuhan disebut sebagai pengalaman. Misalnya, menjalankan segala kewajibannya dan kemudian tenang, atau merasa bersalah ketika mengabaikan larangan-larangannya.

## **7. Bank Syariah**

### **a. Pengertian Bank Syariah**

Menurut Ismail (2016:20), Bank Syariah adalah bank yang operasionalnya berkaitan dengan hukum Islam dan tidak memungut bunga atas operasionalnya atau membayar bunga kepada nasabah. Kompensasi yang diterima Bank Syariah dan dibayarkan kepada nasabah tergantung pada akad dan kesepakatan antara nasabah dan bank. Berdasarkan UU Perbankan Syariah no. 21/2008 Ismail (2016:20) Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang mencakup hukum-hukum Islam dan etika Islam. Jenis bank syariah dapat mencakup bank syariah universal, yang menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan seperti bank konvensional, tetapi berdasarkan prinsip syariah. Menjalani prinsip-prinsip Syariat Islam di sini berarti

bertindak sesuai dengan ketentuan-ketentuan Syariat Islam, terutama menurut peraturan-peraturan yang berkaitan dengan tata cara Islam, misalnya. menghindari praktik riba dan berinvestasi berdasarkan bagi hasil.<sup>58</sup>

Dalam Al-Quran terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah menjelaskan tentang riba di dalam Bank Konvensional. Dalam surah A-Baqarah 278, yaitu:

Artinya:

اَلَّذِيْنَ اٰتٰهُم مَّا رَاوْا مِنْ رِّبَاٍ مَّوَدَّوْهُ  
 اَلَّذِيْنَ اٰتٰهُم مَّا رَاوْا مِنْ رِّبَاٍ مَّوَدَّوْهُ  
 اَلَّذِيْنَ اٰتٰهُم مَّا رَاوْا مِنْ رِّبَاٍ مَّوَدَّوْهُ

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

#### b. Fungsi dan Tujuan Bank Syariah

- 1) Fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dilakukan dengan menggunakan akad al-wadiah dan al-mudharabah.
- 2) Fungsi bank syariah juga meliputi penyaluran dana kepada masyarakat yang membutuhkan, dengan masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah selama mereka memenuhi ketentuan dan persyaratan yang berlaku.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup>Silalahi1) and Sultami2, “AAnalisis Faktor-Faktor Yang Mmepengaruhi Kurangnya Muslim Kecamatan Medan Marelan Menabung Di Bank Syariah” 1 (2023): 1–13.

*Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah Menabung Di Bank Syariah.”*

<sup>59</sup>Siti Sonia, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat*

Secara umum, tujuan Bank Syariah adalah untuk mendukung perkembangan ekonomi masyarakat dengan melaksanakan kegiatan perbankan, keuangan, komersial, dan investasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>60</sup>

#### c. Prinsip-Prinsip Dasar Bank Syariah

Bank syariah mematuhi prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan bisnisnya.

- 1). Bebas dari bunga (riba) dan
- 2). Bebas dari kegiatan spekulatif yang tidak produktif, seperti perjudian (maysir).
- 3) Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), dan
- 4) Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (bathil).<sup>61</sup>

#### d. Prinsip Sistem Operasional Bank Syariah

Prinsip-prinsip yang menjadi dasar bagi Bank Syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya, baik dalam mengumpulkan dana atau memberikan dana kepada masyarakat, tidak lain adalah prinsip-prinsip yang sesuai dengan ketentuan Syariah Islam (Ilyas, 2022; Ishak et al., 2022). Prinsip-prinsip ini sangat penting bagi Bank Syariah karena menjadi asas bagi kegiatan usahanya, bersama dengan prinsip demokrasi ekonomidan kehati-hatian yang disebutkan dalam Pasal. Dalam kasus ini, unsur-unsur seperti maisir (perjudian), gharar (spekulasi), dan riba (bunga) tidak termasuk dalam prinsip-prinsip yang diterapkan. Wadi'ah, mudharabah, musyarakah,

<sup>60</sup>Handayani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Rampoang Untuk Menabung Di Bank Syariah."

*Kaur*, 2022, 1–116.

<sup>61</sup>Legi Piani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Desa Beriang Tinggi Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Kecamatan Tanjung Kemuning Kabupaten

murabahah, ijarah, ijarah wa iqtina', ijarah muntahiyah bit-Tamlik, istishna', salam, qardh, wakalah, hawalah, kafalah, rahn, dan sharf adalah prinsip-prinsip yang termasuk dalam UU Perbankan dan Peraturan Bank Indonesia.<sup>62</sup>

e. Produk Serta Jasa Bank Syariah

- 1) Tabungan Syariah: Tabungan ini adalah simpanan yang dapat ditarik melalui beberapa persyaratan yang telah dijelaskan oleh bank kepada pelanggan. Anda dapat melakukan penarikan melalui buku tabungan, ATM, slip penarikan, atau metode modern lainnya, seperti internet banking. Tabungan syariah memiliki akad wadi'ah, yang berarti bahwa mereka tidak mendapatkan keuntungan dari tabungan karena hanya dititip, tidak ada bunga yang diterima oleh nasabah. Sebaliknya, bank memberikan hadiah atau bonus kepada nasabah.
- 2) Masyarakat banyak berinvestasi dalam deposito syariah. Tidak hanya mudah, tetapi hasilnya lebih besar daripada tabungan biasa. Deposito adalah jenis simpanan di bank yang dapat disetor atau ditarik hanya dalam jangka waktu tertentu karena bank membutuhkan waktu untuk melakukan investasi.
- 3) Gadai syariah, ialah akad gadai syariah yang di praktikkan pada PT. Pegadaian yaitu meminjamkan uang kepada nasabah dengan jaminan berupa harta yang bernilai dan dapat dijual. Uang yang di pinjamkan ialah murni tanpa bunga, namun nasabah (rahin) wajib menyerahkan barang jaminan (marhum) untuk kepentingan sebagai alat pembayaran utang manakala pemberi gadai tidak dapat membayar utang saat jatuh tempo yang telah di sepakati. Dalam

---

<sup>62</sup>Dewi, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah."

praktiknya, barang jaminan akan dijual untuk menutupi utang manakala pemberi gadai telah dikonfirmasi. Jika barang gadai telah di jual sesuai dengan harga pasaran maka penerima gadai hanya mengambil sesuai dengan nilai hutangnya dan lebihnya di kembalikan kepada penggadai.

- 4) Giro syariah adalah produk perbankan syariah yang menggabungkan ide wadiah (titipan). Secara umum didefinisikan sebagai simpanan yang dapat ditarik kapan saja melalui pemindahbukuan, cek, bilyet giro, atau metode perintah bayar lainnya. Dan, menurut Dewan Syariah Nasional, giro syariah dibenarkan jika didasarkan pada prinsip wadiah dan mudharabah.
- 5) Pembiayaan syariah, atau ijarah, dalam kehidupan sehari-hari telah menjadi produk yang umum karena layanan ini telah banyak digunakan oleh masyarakat.

#### f. Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

Bank Syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam yang tidak mengizinkan penggunaan sistem bunga. Sebagai penggantinya, Bank Syariah menggunakan konsep imbalan berdasarkan akad perjanjian yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah perjanjian.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup>Nuridin, "Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung Di Bank Syariah Belopa."

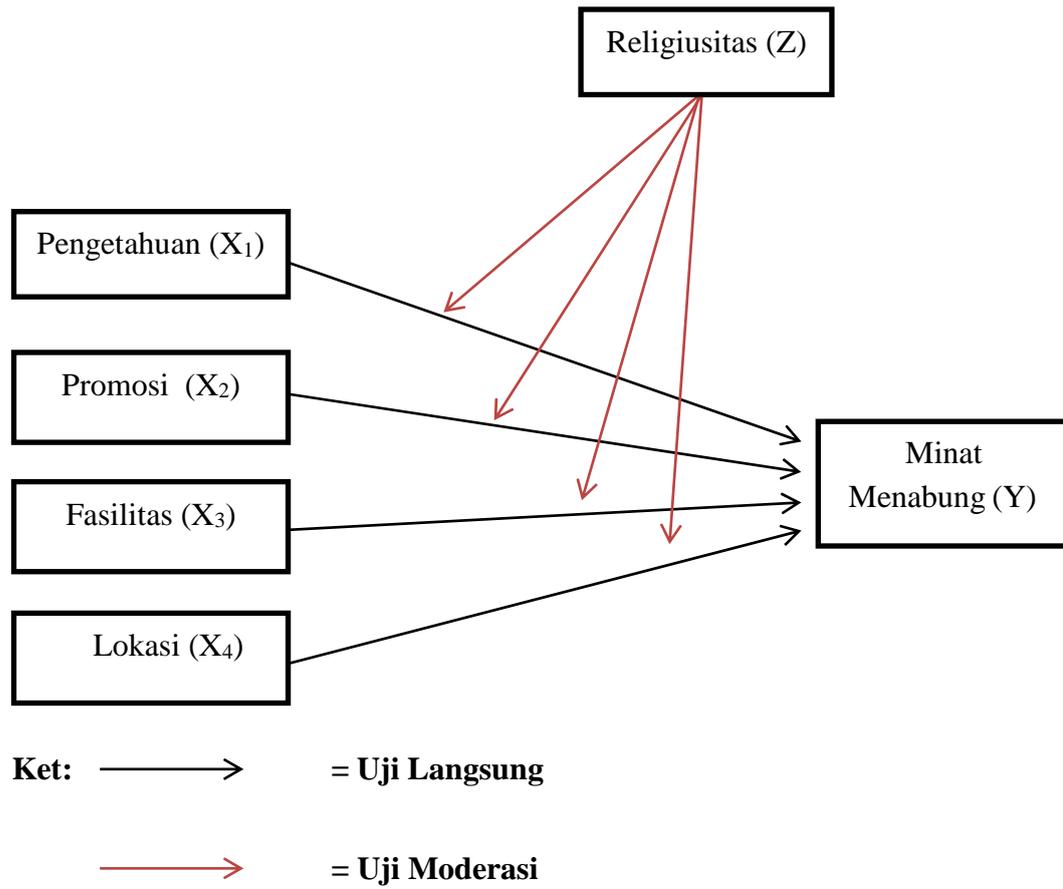
**Tabel 2.1. Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional**

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Investasi hanya pada proyek dan barang yang halal dan menguntungkan	Investasi tidak mempertimbangkan apakah itu halal atau haram
2	Pengembalian yang dibayar dan diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya yang didasarkan pada prinsip syariah.	Pengembalian berupa bunga yang dibayarkan kepada klien penyimpan dan diterima oleh klien pengguna dana
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk perjanjian yang sesuai dengan hukum Islam	Perjanjian menggunakan hukum positif.
4	Orientasi pembiayaan tidak hanya untuk keuntungan tetapi juga falah, yang berarti berfokus pada kesejahteraan masyarakat	Orientasi pembiayaan diperoleh dari keuntungan dana yang dipinjamkan.
5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra.	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditor dan debitur.

Sumber: Nurdin, (2021)

### C. Kerangka Pikir

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**



Sumber: Data yang diolah 2024

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih perlu diuji kebenarannya. Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap permasalahan yang dirumuskan. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Dengan posisinya itu hipotesis dapat berubah menjadi kebenaran, akan tetapi dapat juga dikatakan tidak sebagai kebenaran.

H1 : Diduga Pengetahuan (X1) pengaruh terhadap minat menabung masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo.

H2 : Diduga Promosi (X2) pengaruh terhadap minat menabung masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo.

H3 : Diduga Fasilitas (X3) pengaruh terhadap minat menabung masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo..

H4 : Diduga Lokasi (X4) pengaruh terhadap minat menabung masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo..

H5 : Diduga Religiusitas memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo.

H6 : Diduga Religiusitas memoderasi pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo.

H7 : Diduga Religiusitas memoderasi pengaruh fasilitas terhadap minat menabung masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo.

H8 : Diduga Religiusitas memoderasi pengaruh lokasi terhadap minat menabung masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya.<sup>64</sup>

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Palopo, dengan objek penelitian adalah masyarakat yang sudah memasuki usia menabung. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei. Lokasi ini dipilih karena relevan dengan fenomena atau objek yang ingin diteliti.

#### **C. Definisi Operasional**

Definisi Operasional adalah unsur-unsur penelitian yang menunjukkan bagaimana suatu variabel diukur dioperasionalkan ke dalam objek-objek yang berkaitan dengan peristiwa atau fenomena yang diteliti untuk mendapatkan informasi dan menarik kesimpulan.

---

<sup>64</sup>Akmal, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung Kelurahan Tamansari)*.”

**Tabel 3.1. Defenisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Defenisi</b>	<b>Indikator</b>
Pengetahuan	Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagaikonsumen.	1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan Pemakaian <sup>65</sup>
Promosi	Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu Bank untuk menawarkan dengan cara menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk nasabah untuk mengikuti produk yang ditawarkan. Dalam mempromosikan suatu produk, pihak yang melakukan promosi hendaknya harus mencakup hal-hal yang bersifat persuasif agar nasabah tertarik.	1. Periklanan 2. Publisitas 3. Penjualan pribadi <sup>66</sup>
Fasilitas	Fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan.	1. Fasilitas transaksi non tunai 2. Fasilitas fisik 3. Fasilitas estetis. <sup>67</sup>
Lokasi	Lokasi merupakan peranan yang sangat penting untuk masyarakat dalam menentukan minat mereka untuk menabung disuatu Lembaga keuangan seperti di BSI	1. Akses lingkungan 2. Visibiliti 3. ingkungan <sup>68</sup>

<sup>65</sup>Handayani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Rampoang Untuk Menabung Di Bank Syariah.”

<sup>66</sup>Kumalasari, “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Muamalat Kab. Kolaka (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Kab. Kolaka).”

<sup>67</sup>Abrori, “Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Millenial Kabupaten Sukaharjo Di Bank Syariah.”

<sup>68</sup>Nuridin, “Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung Di Bank Syariah Belopa.”

	KCP Ratulangi Palopo, penentuan dan penetapan suatu lokasi akan sangat berpengaruh terhadap para nasabah khususnya pada masyarakat karena dimana lokasi yang strategis akan mempermudah dalam bertransaksi pada sebuah Lembaga keuangan, yang dimaksud Lembaga keuangan pada penelitian ini adalah BSI KCP Ratulangi Palopo	
Religiusitas	Religiusitas adalah sikap atau kesadaran yang didasarkan pada keyakinan atau kepercayaan agama seseorang.	1. Keyakinan 2. Pengalaman 3. Praktik agama <sup>69</sup>
Minat	Minat adalah perasaan lebih menyukai dan rasa ketertarikan terhadap sesuatu atau kegiatan tanpa disuruh	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial <sup>70</sup>

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Sugiono (2016) menyatakan bahwa populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Masyarakat yang menabung di BSI KCP Ratulangi Palopo adalah populasi dalam penelitian ini.

---

<sup>69</sup>Abrori, “Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Millennial Kabupaten Sukaharjo Di Bank Syariah.”

<sup>70</sup>Hakim, “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah ( Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019 ).”

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel adalah sebagian dari populasi, seperti jumlah murid dan guru di sekolah tertentu, wilayah tertentu, dan sebagainya. Rumus slovin digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini.<sup>71</sup>

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel penelitian

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan pengambilan sampel (10%)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad n = \frac{16.172}{1+16.172(0,1)^2} = 100$$

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden. *Random sampling* adalah metode pengambilan sampel yang digunakan. Menurut Sugiono (2013), *Simple Random Sampling* atau biasa disingkat *Random Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi. Masyarakat Kota Palopo yang memiliki rekening di Bank Syariah adalah sampel penelitian ini.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup>Ayu, “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Ulujadi Kota Palu).”

<sup>72</sup>Aminatus Solikhah, “No Title,” 2023, 1–122.

## **E. Sumber Data dan Data**

Sumber data terdiri dari sumber primer dan sumber sekunder

### **1. Data Primer**

Menurut Jogiyanto (2015), data primer adalah data yang belum pernah diolah oleh pihak tertentu untuk kepentingan tertentu. Dalam penelitian ini, angket disebarakan kepada masyarakat Kota Palopo yang memiliki rekening diBSI KCP Ratulangi Palopo.<sup>73</sup>

### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder Menurut Jogiyanto, data sekunder adalah data yang telah diolah, disimpan, dan disajikan dalam bentuk atau format tertentu untuk tujuan tertentu. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari artikel, jurnal dan internet yang mendukung penelitian.<sup>74</sup>

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi, mengamati fenomena, dan mempelajari data untuk memecahkan masalah yang terkait dengan objek atau kasus penelitian.<sup>75</sup>

Proses pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan langsung di lokasi penelitian. Metode pengumpulan data ini dikenal sebagai penelitian dengan pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden. Pertanyaan atau

---

<sup>73</sup>Solikhah.

<sup>74</sup>Solikhah.

<sup>75</sup>Handayani, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Rampong Untuk Menabung Di Bank Syariah.*”

pernyataan ini disebut kuesioner atau angket, dengan menggunakan skala likert dengan ketentuan berikut:

**Tabel 3.2. Instrumen Penelitian**

<b>Simbol</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliable. Metode yang digunakan antara lain:

#### 1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang menggunakan seperangkat pernyataan tertulis untuk diberikan kepada responden untuk dijawab.<sup>76</sup>Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner tertutup, yang berarti responden hanya perlu memilih salah satu dari berbagai pilihan jawaban yang tersedia.

#### 2. Observasi

Dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data yang mendukung hasil wawancara dari kuesioner.

---

<sup>76</sup>Iksan Nawir, "Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Botta Di Bank Syariah," 2023, 1–96.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Untuk mengukur validitas kuesioner dengan menggunakan pendekatan korelasi menggunakan program SPSS. Pendekatan korelasi digunakan untuk menghitung korelasi antara skor soal (item) dengan skor total. Jika nilai korelasi positif dan signifikan, maka item pertanyaan tersebut dapat dianggap valid. Dengan ketentuan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel atau menetapkan batas signifikansi (biasanya  $\alpha = 0,05$ ). Jika nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel pada tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka indikator tersebut dianggap valid.<sup>77</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai tingkat kekonsistenan atau keandalan dari sebuah alat ukur, seperti angket. Reliabilitas mengacu pada sejauh mana skor yang diperoleh dari alat ukur (misalnya, angket) konsisten ketika diujikan berulang kali kepada orang yang sama dalam kondisi yang sama. Sebuah angket atau daftar pernyataan dikatakan reliabel jika jawaban dari seseorang konsisten dari waktu ke waktu. Untuk reliabilitas yang baik, nilai Cronbach's Alpha biasanya harus lebih besar dari 0,6044.<sup>78</sup> Reliabilitas suatu tes atau instrumen dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

---

<sup>77</sup>A. Anugera, "Analisis Faktor-Faktor Rendahnya Minat Masyarakat Walenrang Utara Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Desa Limbong)."

<sup>78</sup>Iksan Nawir, "Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Botta Di Bank Syariah."

0,80 - 1,00 : Reliabilitas Sangat Tinggi

0,60 - 0,80 : Reliabilitas Tinggi

0,40 - 0,60 : Reliabilitas Sedang

0,20 - 0,40 : Reliabilitas Rendah

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak.<sup>79</sup>

### b. Uji Multikolinearitas

Dalam analisis regresi, uji multikolinearitas dilakukan untuk mengecek seberapa kuat hubungan antara variabel bebas (independent variables) dalam model regresi. Dengan nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Nilai VIF di atas 10 menunjukkan adanya multikolinearitas yang signifikan.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah variabilitas dari variabel dependen tidak konstan di seluruh rentang nilai variabel independen dalam model regresi.

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial ( Uji-t )

Uji parsial dalam konteks analisis regresi bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh relatif dari masing-masing variabel independen (prediktor) terhadap variabel dependen. Nilai t hitung yang dihasilkan dengan nilai t tabel yang sesuai

---

<sup>79</sup>Handayani, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Rampong Untuk Menabung Di Bank Syariah.*”

dengan tingkat signifikansi yang ditentukan (misalnya, 5% atau 1%). Jika nilai t hitung melebihi nilai t tabel, maka variabel independen tersebut signifikan secara parsial dalam mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji Simultan ( uji-f )

Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas dalam model mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan tingkat nilai signifikansi dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , dengan ketentuan bahwa jika nilai  $\text{Sig} > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima, dan jika nilai  $\text{Sig} < \alpha$ , maka  $H_a$  diterima.<sup>80</sup>

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara berapa variabel independen dan variabel dependen. Secara umum, persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:<sup>81</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = minat menabung

a = konstanta

b1 = koefisien regresi X1

b2 = koefisien regresi X2

b3 = koefisien regresi X3

---

<sup>80</sup>Iksan Nawir, "Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Botta Di Bank Syariah."

<sup>81</sup>Ayu, "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Ulujadi Kota Palu)."

b4 = koefisien regresi X4

X1 = pengetahuan

X2 = promosi

X3 = fasilitas

X4 = lokasi

e = faktor kesalahan.

Untuk mengetahui serta menentukan arah besarnya koefisien antara variabel independen dan variabel dependen. maka digunakan bantuan teknik SPSS versi 24 for windows.

#### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi berganda, atau Adjusted  $R^2$ , digunakan untuk menentukan seberapa besar kontribusi variabel X terhadap variabel Y. Ini adalah besaran yang menunjukkan seberapa besar perubahan yang dapat disebabkan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pada dasarnya, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menentukan seberapa baik kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel independen.<sup>82</sup>Koefisien determinasi antara nol dan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Ini menunjukkan bahwa  $R^2 = 0$  dan bahwa tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengaruh ini biasanya ditunjukkan dalam bentuk persen. Rumus koefisien determinasi adalah:

$$kd = R^2 \times 100\%$$

Dimana Kd = koefisien determinasi

$R^2$  = Besar koefisien korelasi ganda

---

<sup>82</sup>Mardiana and Nuraini, "Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru."

## 6. Moderate Regression Analysis (MRA)

Menurut (Ghozali, 2013: 229) yaitu Pendekatan analitik dimanfaatkan guna pengecekan Moderate Regression Analysis atau MRA supaya mamapu mempertahankan integritas sempel serta berikan basic guna kendalikan efek variabel moderator. Memanfaatkan MRA bersama satu variabel prediktor disebut (X), kami mesti menyandingkan guna pembanding dua persamaan regresi yang untuk pilih style variabel dari moderasi. 3 perhitungan berikut adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_1 X_1 * Z + e$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 * Z + e$$

Dimana :

Y = Minat menabung

A = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Pengetahuan

$X_2$  = Promosi

$X_3$  = Fasilitas

$X_4$  = Lokasi

Z = Religiusitas

$X_1 * Z$  = Interaksi pengetahuan dengan religiusitas

$X_2 * Z$  = Interaksi promosi dengan religiusitas

$X_3 * Z$  = Interaksi fasilitas dengan religiusitas

$X_4 * Z$  = Interaksi lokasi dengan religiusitas

E = Error term model

Persamaan antara (I) serta (II) tidak jauh beda secara signifikan sehingga Z tidak mampu menjadi variabel moderasi, namun dapat selaku variabel prediktor atau independen. selanjutnya pengambilan ketentuan apakah pada variabelmoderasi mampu melakukan peran atas pemoderasi atau tidak yakni bersama atas besar signifikansi. apabila besaran Sig < 0.05 selanjutnya atas variabel moderasi mampu dijadikan pemoderasi serta kecuali besaran Sig > 0.05 selanjutnya variabel moderasi tidak mampu dijadikan peran atas pemoderasi.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

###### **a. Letak Geografi**

Palopo adalah sebuah kota di Indonesia, di Provinsi Sulawesi Selatan. Sejak tahun 1986, Palopo telah berfungsi sebagai kota administratif dan merupakan bagian dari Kabupaten Luwu. Pada tahun 2002, ia menjadi kota otonom berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002, yang berlaku pada 10 April 2002.

Palopo awalnya adalah kota otonom dengan 4 kecamatan dan 20 kelurahan. Namun, pada tanggal 28 April 2005, Peraturan Daerah Kota Palopo Nomor 03 Tahun 2005 mengubahnya menjadi 9 kecamatan dan 48 kelurahan. Kota ini memiliki luas 247,52 km<sup>2</sup> [2], dan pada akhir tahun 2022, berpenduduk sebanyak 190.867.

###### **b. Kondisi Geografi**

Kota Palopo terletak sekitar 375 km ke arah utara dari Makassar. Ini adalah sebuah daerah otonom di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Lokasi geografis Palopo adalah 120 derajat 03 hingga 120 derajat 17,3 Bujur Timur dan 2 derajat 53,13 hingga 3 derajat 4 Lintang Selatan. Area ini terletak antara 0 dan 300 meter di atas permukaan laut.

Secara topografi, Kota Palopo memiliki dua bagian yang berbeda. Bagian timurnya terdiri dari dataran rendah atau pantai, yang menyumbang sekitar 30% dari total luasnya. Bagian baratnya terdiri dari pegunungan dan perbukitan yang membentang dari utara ke selatan, dengan ketinggian tertinggi mencapai 1000 meter di atas permukaan laut.

Kota Palopo adalah hasil pemekaran dari Kabupaten Luwu dan merupakan salah satu dari empat daerah otonom di Tanah Luwu, dengan kekayaan alam yang beragam dari dataran rendah pantai hingga pegunungan. Kekayaan alam ini mencerminkan potensi ekonomi dan keindahan alamnya.

## **2. Analisis Deskriptif**

### **a. Populasi Masyarakat Kota Palopo**

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Palopo. Dengan jumlah penduduk sebesar 16.172 orang. Dengan demikian, penulis akan memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk melakukan penelitian. Masyarakat Kota Palopo yang memiliki rekening di BSI KCP Ratulangi Palopo adalah subjek penelitian ini.

### **b. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Palopo, dan subjeknya adalah masyarakat Palopo. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Google Forms dengan metode pengisian kuesioner.

### 3. Deskriptif Data Responden

#### a. Jenis Kelamin Responden

Tabel berikut menunjukkan profil responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.1. Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	26	26,0	26,0	26,0
	Perempuan	74	74,0	74,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa 26 responden laki-laki, atau 26% dari total responden, dan 74 responden perempuan, atau 74% dari total responden.

#### b. Usia Responden

**Tabel 4.2. Usia**

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 25 tahun	53	53,0	53,0	79,0
	26 - 30 tahun	21	21,0	21,0	100,0
	> 31 tahun	26	26,0	26,0	26,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah 2024

Melihat Tabel diatas,dapat dilihat bahwa sebanyak 53 responden yang berumur 20-25 tahun, atau 53% dari 100 responden dan 21 responden yang berumur 26-30 tahun atau 21% dan 26 responden berumur >31 tahun atau 26%. Responden yang berumur 20-25 tahun mendominasi penelitian sebesar 53%.

#### 4. Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Untuk menentukan validitas sebuah kuesioner dapat dilakukan dengan menghitung nilai total person correlation (r hitung) dari item-item dalam kuesioner. Validitas kuesioner dapat dianggap terpenuhi jika nilai r hitung (total person correlation) lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi tertentu, dalam hal ini r tabel adalah 0,196 untuk N = 100 dengan tingkat signifikansi 5%.

**Tabel 4.3 Uji Validitas**

Uji Validitas				
Variabel	Item Pernyataan	Total Person Correlation	Signifikansi	Keterangan
Pengetahuan	X1.1	,914	,000	Valid
	X1.2	,869	,000	Valid
	X1.3	,869	,000	Valid
	X1.4	,907	,000	Valid
	X1.5	,881	,000	Valid
Promosi	X2.1	,762	,000	Valid
	X2.2	,755	,000	Valid
	X2.3	,641	,000	Valid
	X2.4	,704	,000	Valid
	X2.5	,788	,000	Valid
Fasilitas	X3.1	,769	,000	Valid
	X3.2	,766	,000	Valid
	X3.3	,629	,0030	Valid
	X3.4	,720	,000	Valid
	X3.5	,685	,000	Valid
Lokasi	X4.1	,748	,000	Valid
	X4.2	,789	,000	Valid
	X4.3	,629	,000	Valid
	X4.4	,680	,000	Valid
	X4.5	,669	,000	Valid
Religiusitas	Z1	,575	,000	Valid
	Z2	,621	,000	Valid

	Z3	,536	,000	Valid
	Z4	,545	,000	Valid
	Z5	,519	,000	Valid
Minat Menabung	Y1	,746	,000	Valid
	Y2	,745	,000	Valid
	Y3	,664	,000	Valid
	Y4	,700	,000	Valid
	Y5	,682	,000	Valid

Sumber: Data yang diolah 2024

Melihat tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator (item-item pernyataan) yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid. Di mana setiap  $r$  hitung (total person correlation) dari masing-masing item lebih besar daripada  $r$  tabel yang sesuai untuk  $N = 100$  dengan tingkat signifikansi 5%, serta nilai signifikansinya (p-value) kurang dari 0,05.

#### b. Uji Reliabilitas

Nilai cronbach's alpha dianggap reliabel jika nilai cronbach's calpha lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4. Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Croncbach's Alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan	,932	Reliabel
Promosi	,933	Reliabel
Fasilitas	,948	Reliabel
Lokasi	,918	Reliabel
Religiusitas	,921	Reliabel
Minat Menabung	,905	Reliabel

Sumber : Data yang diolah 2024

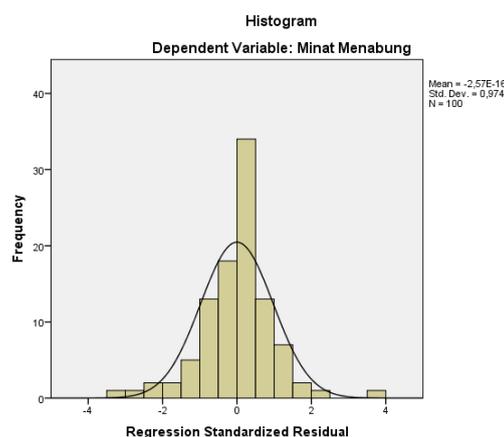
Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap faktor memiliki Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Dengan demikian, variable pengetahuan (X1), promosi (X2), fasilitas (X3), lokasi (X4), religiusitas (Z), dan minat menabung (Y) semuanya dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk mengevaluasi penelitian yang akan datang.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah Metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah data atau residual dari model regresi memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk mengevaluasi normalitas data adalah dengan menggunakan visualisasi seperti Normal P-P Plot (Probability-Probability Plot) atau QQ Plot (Quantile-Quantile Plot).

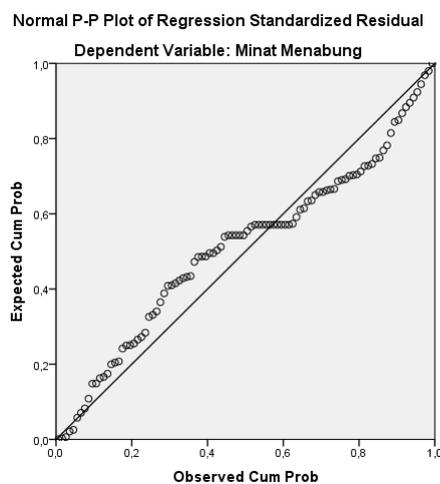
**Gambar 4.1. Histogram**



Bisa dilihat dari grafik histogram di atas bahwa residual data menunjukkan kurva normal. Dalam kasus ini, grafik histogram menunjukkan lonceng sempurna

yang tidak melenceng kekanan ataupun kekiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki distribusi normal. Untuk plot normal P-P, titik data diplot terhadap nilai teoritis dari distribusi yang diasumsikan, seperti distribusi normal.

**Gambar 4.2 P-P Plot**



Beberapa titik tersebar di sekitar garis garis dan mengikuti garis diagonal pada grafik probabilitas plot regression standardized residual normal, yang menunjukkan bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi di mana terdapat korelasi tinggi antara dua atau lebih variabel bebas dalam model regresi. Dengan nilai nilai toleransi yang rendah (biasanya  $< 0,1$ ) menunjukkan adanya multikolinearitas. Jadi, jika nilai toleransi  $> 0,1$ , ini mengindikasikan bahwa variabel bebas tidak terlalu berkorelasi tinggi satu sama lain. Dan jika nilai VIF  $> 10$ , ini mengindikasikan adanya multikolinearitas yang signifikan antara variabel bebas. Sebaliknya, jika

nilai VIF < 10 maka multikolinearitas tidak terjadi secara signifikan. Hasil penelitian multikolinearitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5. Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,319	1,047		,304	,762		
	X1	,160	,081	,180	1,978	,051	,246	4,067
	X2	,206	,082	,217	2,507	,014	,273	3,656
	X3	,216	,096	,221	2,244	,027	,212	4,726
	X4	,068	,118	,066	,579	,564	,159	6,291
	Z	,325	,072	,332	4,532	,000	,381	2,627

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, Nilai toleransi untuk semua variabel (pengetahuan, promosi, fasilitas, lokasi, religiusitas) lebih besar dari 0,1, yaitu 0,246, 0,273, 0,212, 0,159, dan 0,381. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki variasi yang cukup untuk dijelaskan dalam model, sehingga tidak terdapat indikasi multikolinearitas yang signifikan dari sisi toleransi. Nilai VIF untuk variabel pengetahuan (X1), promosi (X2), fasilitas (X3), lokasi (X4), dan religiusitas (Z) masing-masing adalah 4,067, 3,656, 4,726, 6,291, dan 2,627. Dapat dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi, karena semua nilai VIF ini kurang dari 10. Sehingga tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah menentukan apakah ada ketidakseimbangan dalam variabel residual dalam model regresi. Jika perubahan variabel residual dari satu pengamat ke pengamat berikutnya tetap, uji ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika perubahan berbeda uji ini disebut eteroskedastisitas. Model regresi ini dapat diterima. Strategi pengujian Glesjer digunakan untuk analisis penelitian ini karena dianggap memiliki ketelitian yang tinggi. Hasil penyelidikan ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6. Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,696	,710		,980	,329
	X1	-,032	,055	-,116	-,589	,557
	X2	-,136	,056	-,453	-2,431	,017
	X3	,044	,065	,143	,676	,501
	X4	,149	,080	,454	1,859	,066
	Z	-,008	,049	-,026	-,162	,871

a. Dependent Variable: Abs\_Residual

Sumber : Data yang diolah 2024

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa nilai nilai signifikansi variable pengetahuan (X1), promosi (X2), fasilitas (X3), lokasi (X4), dan religiusitas (Z) masing-masing adalah 0,557, 0,017, 0,501, 0,066, dan 0,871, masing-masing. Karena signifikansinya lebih dari 0,05, semua data dianggap homogen. Hasilnya menunjukkan bahwa semua hasil signifikansi melebihi 005, yang menunjukkan bahwa asumsi persamaan regresi baik dan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

## 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen (Y) dengan dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_k$ ). Tujuan utama dari analisis regresi berganda adalah untuk menentukan seberapa kuat dan dalam arah apa hubungan linier antara variabel-variabel ini terjadi. Dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen jika variabel independen meningkat atau menurun.

## 7. Uji Hipotesis

### 1. Uji F ( Uji Simultan)

Uji F menunjukkan apakah setiap variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat secara bersamaan. Hasilnya ditunjukkan oleh alasan berikut untuk menentukan hasilnya: a) Dikatakan bahwa variabel x dapat menjelaskan y jika signifikansinya  $< 0,05$  dan  $f_{hitung} > f_{tabel}$ ; b) Dikatakan bahwa variabel x tidak dapat menjelaskan variabel y secara bersamaan jika signifikansinya lebih dari  $0,05$  dan  $F_{hitung} < F_{tabel}$ .

$$F_{tabel} = F(k;n-k) = F(4;100-4) = F(4;96) = 2,47,$$

N = Jumlah Responden

K = Jumlah Variabel

Tabel berikut menunjukkan output spss.

**Tabel 4.7. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1229,112	4	307,278	77,745	,000 <sup>b</sup>
	Residual	375,478	95	3,952		
	Total	1604,590	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3						

Sumber : Data yang diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas. Nilai signifikansinya 0,000 atau  $< 0,05$ . Dan nilai f hitung  $77,745 > f$  tabel 2,47. Maka dalam secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## 2. Uji T (Parsial)

Uji T menguji Pengaruh variabel bebas terhadap variabel. Ini adalah dasar keputusannya:

- a) Dikatakan bahwa variabel x mempengaruhi variabel y jika nilai signifikansi  $< 0,05$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel
- b) Dikatakan bahwa variabel x tidak mempengaruhi variabel y jika nilai signifikansi  $> 0,05$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel.

$T$  tabel =  $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 100-4-1) = t(0,025; 95) = 1.985$  Keterangan:

N = Jumlah Responden,

K = Jumlah Variabel.

Tabel berikut menunjukkan hasil output SPSS:

**Tabel 4.8. Uji T (Persial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,583	1,108		1,429	,156
	Pengetahuan	,169	,089	,191	1,908	,059
	Promosi	,187	,090	,197	2,077	,040
	Fasilitas	,238	,105	,244	2,264	,026
	Lokasi	,326	,113	,313	2,873	,005

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : Data yang diolah 2024

- a) Nilai sig pengetahuan terhadap minat menabung  $0,059 < \text{nilai } 0,1$  sehingga pengetahuan X1 berpengaruh terhadap minat menabung Y.
- b) Nilai sig promosi terhadap minat menabung  $0,040 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,077 > t \text{ tabel } 1,985$  sehingga promosi X2 secara signifikan mempengaruhi minat menabung Y.
- c) Nilai sig fasilitas terhadap minat menabung  $0,026 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,264 > t \text{ tabel } 1,985$  sehingga fasilitas X3 secara signifikan mempengaruhi minat menabung Y.
- d) Nilai sig lokasi terhadap minat menabung  $0,005 > 0,05$  dan nilai t hitung  $2,873 > t \text{ tabel } 1,985$  sehingga lokasi X4 secara signifikan mempengaruhi minat menabung Y.

Hasil pengujian tabel di atas, yang diperoleh dari hasil pengelolaan menggunakan SPSS versi 24, menunjukkan model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

$$Y = 1,583 + 0,169 x_1 + 0,187 x_2 + 0,238x_3 + 0,326x_4$$

$$Y = 1,583 + 0,169 x_1 + 0,187 x_2 + 0,238x_3 + 0,326x_4$$

Dari persamaan regresi di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\underline{1,583 + 0,169 x_1, + 0,187 x_2, + 0,238 x_3,+ 0,326 x_4)}$$

- a) Nilai konstanta (intersep) sebesar 1,583. Jika semua variabel independen memiliki nilai 0, maka variabel dependen (Y) memiliki nilai 1,583.
- b) Koefisien regresi variabel X1 positif (+) sebesar 0,169. Koefisien regresi positif menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara variabel independen X1 dan variabel dependen Y. Jika nilai X1 meningkat, maka nilai Y juga cenderung meningkat, dan sebaliknya.
- c) Koefisien regresi variabel X2 positif (+) sebesar 0,187. Koefisien regresi positif menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel independen X2 dan variabel dependen Y. Jika nilai X2 meningkat, maka nilai Y juga cenderung meningkat, dan sebaliknya.
- d) Koefisien regresi variabel X3 positif (+) sebesar 0,238. Koefisien regresi positif menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel independen X3 dan variabel dependen Y. Jika nilai X3 meningkat, maka nilai Y juga cenderung meningkat, dan sebaliknya.

e) Koefisien regresi variabel X4 positif (+) sebesar 0,326. Koefisien regresi positif menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel independen X4 dan variabel dependen Y. Jika nilai X4 meningkat, maka nilai Y juga cenderung meningkat, dan sebaliknya.

### 8. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah sebuah metrik statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X). Nilai koefisien determinasi merupakan nilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.9. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,875 <sup>a</sup>	,766	,756	1,988
a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3				

Sumber : Data yang diolah 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai adjusted  $R^2$  adalah 0,756, menunjukkan kemampuan model untuk memperjelas variabel terikat sebesar 75,6 %. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

### 9. Uji Regresi Moderasi (MRA)

Uji MRA adalah metode pengujian regresi dengan variabel moderasi yang menggunakan elemen interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen).

**Tabel 4.10. R<sup>2</sup> Variabel X1 Model I**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 <sup>a</sup>	,633	,629	2,452
a. Predictors: (Constant), X1				

Sumber: Data yang diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan memberikan nilai R Square sebesar 63,3%, dan selebihnya di pengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 4.11. R<sup>2</sup> Variabel X1 Model II**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 <sup>a</sup>	,748	,742	2,043
a. Predictors: (Constant), X1Z, X1				

Sumber: Data yang diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas bahwa Nilai R square meningkat menjadi 0,748, atau 74,8%, setelah ada variabel moderasi. Ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pengaruh pengetahuan X1 terhadap minat menabung Y dapat diperkuat atau ditingkatkan oleh keberadaan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi.

**Tabel 4.12. R<sup>2</sup> Variabel X2 Model I**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 <sup>a</sup>	,616	,613	2,506
a. Predictors: (Constant), X2				

Sumber : Data yang diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi memberikan nilai R Square sebesar 61,6%, dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 4.13. R<sup>2</sup> Variabel X2 Model II**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,866 <sup>a</sup>	,749	,744	2,036
a. Predictors: (Constant), X2Z, X2				

Sumber : Data yang diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena nilai R square meningkat menjadi 0,749, atau 74,9%. Jadi, keberadaan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh promosi X2 terhadap minat menabung Y.

**Tabel 4.14. R<sup>2</sup> Variabel X3 Model I**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,818 <sup>a</sup>	,669	,665	2,329
a. Predictors: (Constant), X3				

Sumber : Data yang diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas memberikan nilai R square sebesar 66,9 % dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 4.15. R<sup>2</sup> Variabel X3 Model II**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 <sup>a</sup>	,736	,731	2,089
a. Predictors: (Constant), X3Z, X3				

Sumber : Data yang diolah 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena nilai R square meningkat menjadi 0,736, atau 73,6%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberadaan variabel religiusitas sebagai variabel moderating dapat memperkuat atau meningkatkan pengaruh fasilitas X3 terhadap minat menabung Y.

**Tabel 4.16. R<sup>2</sup> Variabel X4 Model I**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,830 <sup>a</sup>	,689	,686	2,256
a. Predictors: (Constant), X4				

Sumber: Data yang diolah 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel lokasi memberikan nilai R Square sebesar 68,9 %, dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 4.17. R<sup>2</sup> Variabel X4 Model II**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,854 <sup>a</sup>	,730	,725	2,113
a. Predictors: (Constant), X4Z, X4				

Sumber : Data yang diolah 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena nilai R square meningkat menjadi 0,730, atau 73,0 %. Jadi, sebagai variabel moderasi, variabel religiusitas dapat memperkuat pengaruh lokasi X4 terhadap minat menabung Y.

## B. Pembahasan

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

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo. Dan setelah dimoderasi variabel religiuistas lebih memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman agama seseorang atau religiusitas seseorang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung pada Bank Syariah.

Religiusitas seseorang berasal dari dalam diri mereka sendiri dan mendorong mereka untuk mengikuti perintah agama mereka. Menurut Triyuwono (2006), dalam teori bisnis sharia, Allah SWT sebagai pencipta dan pemilik

tunggal dari semua sumber daya yang ada di dunia ini adalah konsep utama yang harus mendasari setiap penetapan konsepnya. Jadi, orang melakukan apa pun yang baik hanya mengharapkan ridha dan rahmat Allah SWT.<sup>83</sup> Penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas meningkatkan pengetahuan tentang minat untuk menabung di Bank Syariah Kota Palopo. Kesimpulannya, agama Islam mengajarkan bahwa kegiatan ekonomi harus dilakukan dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, tingkat religiusitas yang tinggi dapat berdampak lebih besar pada minat untuk menabung di Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Eka Safitri (2022) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>84</sup> Dan penelitian yang dilakukan oleh Muhd Syahrul Akbar 2023, yang menyatakan bahwa religiusitas dapat mempengaruhi pengaruh faktor pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI.<sup>85</sup>

---

<sup>83</sup>Rizal Prasasti, “*Pengaruh Pengetahuan Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Tahun Angkatan 2017)*,” 2020, 1–71.

<sup>84</sup>Eka Nur Safitri, “*Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.*”

<sup>85</sup>Muhd Syahrul Akbar, “*Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.*” 2023, 1–166.

## 2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di BSI KCP Ratulangi Palopo dan setelah dimoderasi variabel religiusitas dapat memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo.

Penelitian ini sejalan dengan teori Philip Kotler yang menyatakan bahwa promosi adalah kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, mengedukasi, dan meyakinkan pembeli potensial tentang manfaat barang atau jasa serta mendorong mereka untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.<sup>86</sup>

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman agama seseorang atau religiusitas seseorang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung pada Bank Syariah (Iskandar et al., 2021; Yusuf et al., 2022). Kemudian dengan teori pemasaran yang dikembangkan oleh Kotler dan Armstrong (2008), tujuan utama dari kegiatan promosi adalah untuk mencapai beberapa tujuan kunci, termasuk mengenalkan, menginformasikan, dan memengaruhi konsumen potensial tentang produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.<sup>87</sup> Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa religiusitas memperkuat promosi terhadap minat menabung di Bank

---

<sup>86</sup>Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya.”  
*Masyarakat Menjadi Nasabah BSI (Studi Masyarakat Kelurahan Padang Lambe),* 2023, 1–116.

<sup>87</sup>Desi, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi Dan Religiusitas Terhadap Minat

Syariah Palopo. Hal ini dapat disebabkan oleh tingkat religiusitas yang tinggi ditambah dengan adanya promosi sehingga menyebabkan masyarakat menggunakan bank syariah.

Hal ini sejalan dengan Riyan Pradasya (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah.<sup>88</sup> Dan penelitian Alfiatul Rohmaniah (2019), yang menemukan bahwa religiusitas memperkuat pengaruh promosi terhadap minat menabung di bank syariah kota Salatiga.<sup>89</sup>

### **3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo. Dan setelah dimoderasi variabel religiusitas dapat memperkuat pengaruh fasilitas terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman agama seseorang atau religiusitas seseorang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung pada Bank Syariah.

---

<sup>88</sup>Riyan Pradesyah, “*Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)*.”

<sup>89</sup>Alfiatul Rohmaniah, “*Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)*,” 2019, 1–165.

Menurut Rhenald Kasali, fasilitas dapat didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya.<sup>90</sup> Sultan (2021) menyatakan bahwa fasilitas yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan suasana yang menyenangkan bagi pelanggan. Jika nasabah merasa nyaman dan terlayani dengan baik oleh fasilitas yang ada, hal ini dapat berkontribusi pada keinginan mereka untuk melakukan transaksi lebih lanjut di bank tersebut<sup>91</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Fariani (2021) yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.<sup>92</sup> Dan penelitian Pratiwi (2021) mengungkapkan bahwa religiusitas dapat memperkuat fasilitas terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah Mandiri Palopo.<sup>93</sup>

#### **4. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa faktor lokasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo. Dan setelah dimoderasi variabel religiusitas dapat memperkuat

---

<sup>90</sup>Wandira, “*Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syari’ah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung).*”

<sup>91</sup>Sri Aprilianti, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadiah Di BPRS HIK Parahyangan Cabang Ciamis Periode 2020-2021*” 6 (2022): 1–6.

<sup>92</sup>Eka Fariani Muhammad Haris Riyaldi, “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah.*”

<sup>93</sup>Hesti Kandi Pratiwi, “*Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Mandiri Palopo,*” 2021, 1–103.

pengaruh lokasi terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Ratulangi Palopo. Ini berarti bahwa dengan adanya variabel religiusitas sebagai variabel moderasi, pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan menabung di bank syariah dapat diperkuat atau ditingkatkan. Artinya bahwa unsur keagamaan dalam lokasi mendorong minat nasabah menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman agama seseorang atau religiusitas seseorang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung pada Bank Syariah. Menurut Atmanegara et al., (2019) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.<sup>94</sup>

Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Rosalina (2022), yang menemukan bahwa lokasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan layanan perbankan syariah (Ahmed et al., 2022; Marwing et al., 2022). Dan ini berarti bahwa dengan adanya variabel religiusitas sebagai variabel moderasi, pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan menabung di bank syariah dapat diperkuat atau ditingkatkan. Artinya bahwa unsur keagamaan dalam lokasi mendorong minat nasabah menabung di bank syariah.

---

<sup>94</sup>Hidayat, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop Di Kota Gresik."

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman agama seseorang atau religiusitas seseorang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung pada Bank Syariah.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai determinan minat menabung masyarakat pada BSI KCP Ratulangi Palopo dengan religiusitas sebagai variabel moderasi (studi kasus masyarakat kota palopo)

1. Nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $77,745 > F$  tabel  $2,47$  sehingga semua (independen) pengetahuan, promosi, fasilitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap variabel (dependen) minat menabung.
2. Pengetahuan: Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di BSI KCP Ratulangi Palopo, karena nilai signifikansi (sig) sebesar  $0,059 < 0,1$  Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
3. Promosi: Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap minat menabung di BSI KCP Ratulangi Palopo, dengan sig sebesar  $0,040 < 0,05$  dan t hitung sebesar  $2,077 > t$  tabel  $1,985$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.
4. Fasilitas: Terdapat pengaruh signifikan fasilitas terhadap minat menabung di BSI Kota Palopo, dengan sig sebesar  $0,026 < 0,05$  dan t hitung sebesar  $2,264 > t$  tabel  $1,985$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.
5. Lokasi: Terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap minat menabung di BSI KCP Ratulangi Palopo, dengan sig sebesar  $0,005 < 0,05$  dan t hitung sebesar  $2,873 > t$  tabel  $1,985$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.

6. Religiusitas sebagai Moderasi terhadap Pengetahuan: Religiusitas memoderasi variabel pengetahuan terhadap minat menabung, yang ditunjukkan dengan peningkatan R Square dari model sebelum dimoderasi (0,633) menjadi setelah dimoderasi (0,748). Dengan demikian, H5 diterima, menunjukkan bahwa keberadaan variabel religiusitas memperkuat pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat menabung.
7. Religiusitas sebagai Moderasi terhadap Promosi: Religiusitas memoderasi variabel promosi terhadap minat menabung, dengan peningkatan R Square dari model sebelum dimoderasi (0,616) menjadi setelah dimoderasi (0,749). Dengan demikian, H6 diterima, menunjukkan bahwa keberadaan variabel religiusitas memperkuat pengaruh variabel promosi terhadap minat menabung.
8. Religiusitas sebagai Moderasi terhadap Fasilitas: Religiusitas memoderasi variabel fasilitas terhadap minat menabung, dengan peningkatan R Square dari model sebelum dimoderasi (0,669) menjadi setelah dimoderasi (0,736). Dengan demikian, H7 diterima, menunjukkan bahwa keberadaan variabel religiusitas memperkuat pengaruh variabel fasilitas terhadap minat menabung.
9. Religiusitas sebagai Moderasi terhadap Lokasi: Religiusitas memoderasi variabel lokasi terhadap minat menabung, dengan peningkatan R Square dari model sebelum dimoderasi (0,689) menjadi setelah dimoderasi (0,730). Dengan demikian, H8 diterima, menunjukkan bahwa keberadaan variabel religiusitas memperkuat pengaruh variabel lokasi terhadap minat menabung.

## **B. Saran**

1. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki topik dan tema yang sama.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan indikator dan variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas.
3. BSI KCP Ratulangi Palopo diharapkan agar dapat terus meningkatkan pengetahuan masyarakat melalui sosialisasi mengenai produk-produk yang dimilikinya agar pengetahuan masyarakat tentang bank syariah terus meningkat sehingga minat untuk menabung akan meningkat pula.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Anugera, Batari. “Analisis Faktor-Faktor Rendahnya Minat Masyarakat Walenrang Utara Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Desa Limbong),” 2022,
- Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, Nisah. “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya” 1 (2021)
- Abrori, Safa’atul. “Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Millennial Kabupaten Sukaharjo Di Bank Syariah,” 2020
- Afiah, Yulian. “Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lor Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,” n.d.,
- Agustin, Baiq Eviliana. “Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah Cabang Kopang (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kecamatan Janapria),” 2023
- Agustin, Dwi Nur, and Luqman Hakim. “Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah” 10 (2022)
- Aisyah, Widya. “Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung Pada Bank Syariah,” 2020
- Akbar, Muhd Syahrul. “Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” 2023
- Akmal, Robby. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung Kelurahan Tamansari ).” *Ilmiah*, 2021,
- Alifah, Chika Nabila Rosmita, Jihad Akbar, Sudrajat Budi, Henny Saraswati, Wahyu Hidayat, and UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. “Analisis Minat Menabung Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Di Bank Syariah” 1 (2020):
- Annur, Cindy Mutia. “Jumlah Populasi Muslim Di Indonesia,” 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/populasi-muslim-indonesia-terbanyak-di-asia-tenggara-berapa-jumlahnya>.
- Aprilianti, Sri. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadiah Di BPRS HIK Parahyangan Cabang Ciamis Periode 2020-2021” 6 (2022):

- Ayu, Fian. “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Ulujadi Kota Palu),” 2020
- Desi. “Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BSI (Studi Masyarakat Kelurahan Padang Lambe),” 2023
- Dewi, Laras cantika. “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,” 2021
- Eka Fariani Muhammad Haris Riyaldi, Yani Prihatina Eka Furda. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah” 1 (2021)
- Eka Nur Safitri, Zaki Mubarak. “Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” 2022
- Fasiha, Muhammad Yusuf, Humiras Betty Marlina Sihombing, Mujahidin, Ana Rachid Chenin, “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di PT. Minimarket Palopo,” No.2 (2022)
- Fijriah, Nuril. “Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syari’ah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018),” 2021
- 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 ),” 2020
- Handayani, Citra. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Rampoang Untuk Menabung Di Bank Syariah,” 2023,
- Harahap, Putri Rosalina, Henny Indrawati, and Mujiono. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Pekanbaru” 14 (2022)
- Hidayat, Muhamad Syahrir. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop Di Kota Gresik” 6 (2021)
- Hilmi musyaffah, Muhammad Iqbal. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI EX BSM)” 2 (2022): 1–11.
- Iksan Nawir. “Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Botta Di Bank Syariah,” 2023
- Ipfa retno astuti. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah Surakarta,” 2020

- Junanda febrian, Eka Wahyu Hesty Budianto. “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung,” 2023
- Kotler, Philip. “Marketing Manajemen,” n.d.
- Kumalasari, Fitri. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Muamalat Kab. Kolaka (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Kab. Kolaka)” 2 (2023)
- Mardiana, Eva, and Husni Thamrin & Putri Nuraini. “Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekan Baru” 4 (2021)
- Mirayanti Hutaeruk, Dina. “Aset Perbankan Syariah Di Indonesia,” 2024.  
[https://amp-kontan-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kontan.co.id/news/aset-perbankan-syariah-di-indonesia-mencapai-rp-84561-triliun?amp\\_gsa=1&amp\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp\\_tf=Dari%251%24s&aoh=17217020806744&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google](https://amp-kontan-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kontan.co.id/news/aset-perbankan-syariah-di-indonesia-mencapai-rp-84561-triliun?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%251%24s&aoh=17217020806744&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google).
- Nazaruddin aziz. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang,” 2019
- Nur, Muhammad. “Determinan Minat Masyarakat Membayar Zakat Dan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating” 3 (2023)
- Nurdin. “Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung Di Bank Syariah Belopa,” 2021
- Nurhaeda. “Pengaruh Lokasi Dan Brand Image Terhadap Minat Menabung Pada Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar,” 2019
- Piani, Legi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Desa Beriang Tinggi Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Kecamatan Tanjung Kemuning Kabupaten Kaur,” 2022
- Prasasti, Rizal. “Pengaruh Pengetahuan Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Tahun Angkatan 2017),” 2020
- Pratiwi, Hesti Kandi. “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Mandiri Palopo,” 2021
- . “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Mandiri Palopo,” 2021
- Pratiwi, Yuyung. “Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Sebagai Variabel Moderating Pada Bank

- Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesiadi Kota Semarang),” 2021
- Putri, Yulia, Ani Solihat, Rani Rahmayani, Iis Iskandar, and Andry Trijumansyah. “Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas” 16 (2019)
- R.maharani. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI EX BSM),” 2021
- Riyadi, Yohansyah Adiputra. “Pengaruh Promosi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Palu,” 2020
- Riyan Pradesyah. “Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)” 1 (2020)
- Rohmaniah, Alfiatul. “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga),” 2019
- Sapira, Bab II Skripsi Piranda. “No Title,” n.d.,
- Silalahi<sup>1</sup>), Cita Ayni Putri, and Dalmi Iskandar Sultami<sup>2</sup>. “A Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah Menabung Di Bank Syariah,” 2020
- Solikhah, Aminatus. “No Title,” 2023
- Sonia, Siti. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Kecamatan Medan Marelan Menabung Di Bank Syariah” 1 (2023)
- Statistik, Badan Pusat. “Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024,” 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa.html>.
- Suryani, Neni dan Heru Kurniawan. “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kc Dumai,” 2020
- Syahfitri, Windi. “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah Studi Kasus Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi,” 2021
- Syahit, Agida. “Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional (Studi Pada BSI KCP Ratulangi Dengan BRI Unit Salubulo),” 2022

- Utamy, Oriesta Dhea Budi. "Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening," 2019
- Utomo, Langgeng Cahyo. "Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Malang," 2021
- Wandira, Ayu. "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syari'ah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung)," 2018
- Windasari, Risa. "Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demak," 2021
- Yuliawati, Lani Dwi. "Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Indonesi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Dan Fakultas Eknomi Dan Bisni)," 2022
- Ahmed, A. A. A., Huy, D. T. N., Trung, N. D., Alghazali, T., Alattabi, A. N., Majdi, H. S., Lattieff, F. A., Iskandar, A. S., & Nurrohkayati, A. S. (2022). Optimizing the Complex Systems Reliability Using Mixed Strategy in Ultra-fast Gas Turbine Protection System. In *Industrial Engineering and Management Systems* (Vol. 21, Issue 3, pp. 449–459). <https://doi.org/10.7232/iems.2022.21.3.449>
- Ilyas, M. (2022). Old Mosque in a Religious City: Masjid Jami' Tua Palopo as a Center of Da'wah Development. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 16(2), 383–396. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v16i2.20256>
- Ishak, Aqidah, N. A., & Rusydi, M. (2022). Effectiveness of Monetary Policy Transmission Through Sharia and Conventional Instruments in Influencing Inflation in Indonesia. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 41–56. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>
- Iskandar, A. S., Jabani, M., & Kahar Muang, M. S. (2021). Bsi Competitive Strategy Affect Purchasing Decisions of Conventional Bank Customers in Indonesia. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.305>
- Marwing, A., Asni, & Astuti, W. (2022). The Concept of Impeachment in the Indonesia's Constitutional System from the Perspective of Fiqh Siyāsa. *Al-'Adalah*, 19(2), 339–356. <https://doi.org/10.24042/adalah.v19i2.14289>
- Yusuf, M., Betty Marlina Sihombing, H., Rachid Chenini, A., Agama Islam Negeri Palopo, I., Bandung, S., & Darma Agung, U. (2022). The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 177–192. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

## Lampiran 1. Surat Izin Penelitian



### PEMERINTAH KOTA PALOPO DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921  
Telp/Fax : (0471) 326048, Email : dpmpstpp@palopokota.go.id, Website : http://dpmpstpp.palopokota.go.id

### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 500.16.7.2/2024.0567/IP/DPMPSTP

#### 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 Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

#### MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : AULIA  
Jenis Kelamin : P  
Alamat : Dsn. Baloa Bonelema Kec.Bajo Barat Kab.Luwu  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 2004020075

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

#### DETERMINAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS MASYARAKAT KOTA PALOPO)

Lokasi Penelitian : Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo  
Lamanya Penelitian : 11 Juni 2024 s.d. 11 September 2024

#### DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. 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 Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
Pada tanggal : 11 Juni 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh :  
Kepala DPMPSTP Kota Palopo  
**SYAMSURIADI NUR, S.STP**  
Pangkat : Pembina IV/a  
NIP : 19850211 200312 1 002

#### Tembusan, Kepada Yth.:

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

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)



## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

### Kuesioner Penelitian

#### **DETERMINAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA BSI KCP RATULANGI PALOPO DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS MASYARAKAT KOTA PALOPO)**

Sehubungan Dengan Penyelesaian Program Studi Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Maka Saya Meminta Kesediaan Bapak Dan Ibu Sekalian Untuk Mengisi Data-Data Dibawah Ini.

Ditujukan Kepada Masyarakat Kota Palopo yang Menggunakan Bank Syariah

#### I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  
 Laki-Laki  
 Perempuan
3. Umur :  
 20-25 tahun  26-30 tahun  
 31-35 tahun  > 36 tahun

#### II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah semua nomo dalam angket ini dan dan sebaiknya jangan ada yang terlewatkan

2. Pengisian jawaban cukup dengan memilih pilihan jawaban yang dianggap sesuai dengan pendapat responden (hanya satu jawaban untuk setiap butir pernyataan)

3. Pilihan Jawaban:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

#### A. Variabel Pengetahuan (X<sub>1</sub>)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui informasi tentang ragam produk yang ditawarkan di BSI KCP Ratulangi Palopo					
2	Saya mengetahui produk-produk di BSI KCP Ratulangi Palopoberpedoman pada prinsip syariah.					
3	Saya mengetahui tata cara menabung di BSI KCP Ratulangi Palopo					
4	Saya mengetahui manfaat produk-produk di BSI KCP Ratulangi Palopo					
5	Saya mengetahui informasi tentang pengajuan pinjaman pada BSI KCP Ratulangi Palopo					

**B. Variabel Promosi (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mendapatkan informasi mengenai BSI Kota Palopo melalui brosur.					
2	Saya tertarik menabung di BSI KCP Ratulangi Palopokarena termotivasi informasi yang diberikan oleh petugas Bank.					
3	Saya tertarik menabung di BSI KCP Ratulangi Palopokarena banyak hadiah dan undian yang diberikan kepada nasabah.					
4	Saya tertarik menabung di BSI KCP Ratulangi Palopokarena publisitas yang dilakukan oleh bank melalui kegiatan pameran, even,serta kegiatan lainnya yang dilakukan oleh bank.					
5	Saya tertarik menabung di BSI KCP Ratulangi Palopokarena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media.					

**C. Fasilitas (X<sub>3</sub>)**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Ruang tunggu dan tempat duduk di BSI KCP Ratulangi Palopobersih.					
2	BSI KCP Ratulangi Palopomenyediakan tempat parkir yang aman.					
3	BSI KCP Ratulangi Palopomemiliki gedung yang bagus.					
4	Terdapat banyak fasilitas e-channel (sms banking, mobile banking, internet banking)					
5	BSI KCP Ratulangi Palopomemiliki fasilitas Atm untuk memenuhi kebutuhan nasabah.					

**D. Lokasi (X<sub>4</sub>)**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Lokasi BSI KCP Ratulangi Palopo berada di tempat yang strategis.					
2	Lokasi BSI KCP Ratulangi Palopoberada di pusat kota.					
3	Lokasi BSI KCP Ratulangi Palopomudah dijangkau dengan sarana transportasi.					
4	BSI KCP Ratulangi Palopo mempunyai ruang tunggu yang nyaman.					
5	Tempat parkir yang dimiliki Bank Syariah luas.					

**E. Minat Menabung (Y)**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya menabung di BSI KCP Ratulangi Palopokarena sesuai ajaran islam.					
2	Saya yakin menabung di BSI KCP Ratulangi Palopoterdar dari Riba.					
3	Saya ingin menabung di BSI KCP Ratulangi Palopokarena ingin mendapat pahala.					
4	Saya menabung di BSI KCP Ratulangi Palopokarena keinginan diri sendiri					
5	Saya tertarik menabung di BSI KCP Ratulangi Palopokarena berbagai macam informasi yang saya dapatkan mengenai produk					

	dan jasa bank lengkap.					
--	------------------------	--	--	--	--	--

#### F. Religiusitas (Z)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya meyakini bahwa setiap tindakan manusi akan mendapat balasan dari Allah Swt.					
2	Saya mengerjakan shalat lima waktu dan tidak pernah meninggalkannya.					
3	Saya berusaha tidak berbohong dalam segala hal.					
4	Saya merasa berdosa setelah melanggar perintah-perintah Allah swt.					
5	Saya merasa bersyukur atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah Swt.					

### Lampiran 3. Tabulasi Hasil Kuesioner

PENGETAHUAN					Total	PROMOSI					TOTAL	FASILITAS					Total
5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21	5	5	5	3	3	21
4	3	4	4	4	19	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	18	2	4	4	2	3	15	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	5	23	5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	4	21	5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	3	21	4	3	3	3	4	17	5	5	4	5	4	23
3	4	4	2	3	16	5	5	4	3	3	20	4	5	3	3	4	19
4	4	4	2	3	17	4	5	5	4	4	22	3	4	4	4	4	19
4	5	3	3	3	18	3	3	4	3	4	17	5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	5	20	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	5	21
3	4	4	3	3	17	3	3	4	5	4	19	4	3	3	4	3	17
4	3	4	4	4	19	3	3	4	3	3	16	4	3	4	4	4	19
3	3	4	3	3	16	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15
2	3	2	2	2	11	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	4	21
4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19	5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	3	21	3	3	3	3	3	15	3	5	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	3	19	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	5	21
1	1	1	2	2	7	2	2	2	2	2	10	2	2	2	1	2	9
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	4	24	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	3	18	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	3	18	4	4	3	4	4	19
5	4	5	5	4	23	3	4	5	4	4	20	5	5	3	4	4	21
3	3	2	3	2	13	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	4	16	4	4	5	4	4	21
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	3	17	3	4	4	4	3	18
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	3	4	5	3	3	18
5	5	1	4	5	20	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20	2	3	2	2	3	12	4	4	4	4	4	20
3	4	2	4	5	18	4	5	4	2	5	20	1	4	2	4	4	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	5	24	4	4	3	5	5	21	4	5	4	4	4	21

3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	5	22	5	5	4	5	5	24
4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	2	3	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	5	5	5	21	1	3	1	3	5	13	5	5	5	5	3	23
3	5	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25
3	5	4	3	3	18	4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	2	10	2	4	3	3	2	14	2	2	2	2	2	10
5	4	4	3	3	19	4	4	4	3	2	17	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	17
3	4	4	4	4	19	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24
4	4	3	4	4	19	4	5	5	4	3	21	4	4	4	5	5	22
4	3	5	5	4	21	4	3	5	4	5	21	4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	4	22	5	4	5	5	4	23	5	4	5	4	4	22
4	3	5	2	5	19	4	4	5	4	3	20	3	4	2	4	5	18
4	5	4	3	5	21	4	3	5	5	4	21	3	4	4	5	4	20
4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
1	1	1	2	2	7	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
1	1	1	1	1	5	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10

1	2	2	2	2	9	2	1	1	2	2	8	2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
4	4	4	5	5	22	5	4	5	4	4	22	4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	5	21	5	4	4	3	4	20	4	5	5	4	4	22
5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
4	4	3	3	3	17	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	4	19
4	5	3	4	4	20	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
1	3	2	1	1	8	3	3	2	3	4	15	3	3	3	3	1	13
4	4	5	4	3	20	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	5	21	5	4	4	5	4	22

LOKASI					Total	RELIGIUSITAS					Total	MINAT MENABUNG					Total
5	3	5	4	4	21	4	4	4	4	5	21	4	3	4	5	5	21
5	4	4	3	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
4	4	4	5	4	21	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	4	21
4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	4	24	5	3	3	5	5	21	5	5	3	5	4	22
4	5	3	3	2	17	1	2	1	2	2	8	2	2	1	4	3	12
4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	4	23	3	4	3	5	4	19
5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	24	4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	4	23
3	5	5	5	4	22	3	3	3	4	3	16	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	5	5	19
4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	3	19
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20	5	3	4	5	5	22	4	4	3	3	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	24	3	4	3	3	4	17
5	5	5	5	5	25	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	4	18



3	3	4	3	3	16	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	3	19
5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	19	5	4	5	4	3	21	5	5	5	5	3	23
4	4	4	3	3	18	5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15
4	4	5	4	4	21	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	4	22
5	5	3	4	2	19	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	4	21
4	5	3	5	3	20	4	5	5	4	4	22	4	4	5	4	3	20
5	4	5	3	5	22	1	5	2	5	5	18	3	4	4	4	3	18
1	4	5	5	4	19	4	4	4	5	5	22	5	4	5	3	4	21
4	4	5	5	5	23	3	4	5	5	4	21	5	4	4	4	4	21
4	5	5	4	5	23	4	4	5	3	4	20	5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22
4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	5	21	4	5	5	4	4	22
4	5	5	5	5	24	4	5	4	5	5	23	5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23	5	4	4	5	5	23	3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	3	22	3	4	4	5	4	20	4	3	3	4	3	17
5	5	4	5	4	23	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25

## Lampiran 4. Hasil Olah Data SPSS

### B. Deskriptif Data Responden

#### 1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	26	26,0	26,0	26,0
	Perempuan	74	74,0	74,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### 2. Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 25 tahun	53	53,0	53,0	79,0
	26 - 30 tahun	21	21,0	21,0	100,0
	> 31 tahun	26	26,0	26,0	26,0
	Total	100	100,0	100,0	

### C. Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas				
Variabel	Item Pernyataan	Total Person Correlation	Signifikansi	Keterangan
Pengetahuan	X1.1	,914	,000	Valid
	X1.2	,869	,000	Valid
	X1.3	,869	,000	Valid
	X1.4	,907	,000	Valid
	X1.5	,881	,000	Valid
Promosi	X2.1	,762	,000	Valid
	X2.2	,755	,000	Valid
	X2.3	,641	,000	Valid
	X2.4	,704	,000	Valid
	X2.5	,788	,000	Valid
Fasilitas	X3.1	,769	,000	Valid
	X3.2	,766	,000	Valid
	X3.3	,629	,0030	Valid
	X3.4	,720	,000	Valid
	X3.5	,685	,000	Valid

Lokasi	X4.1	,748	,000	Valid
	X4.2	,789	,000	Valid
	X4.3	,629	,000	Valid
	X4.4	,680	,000	Valid
	X4.5	,669	,000	Valid
Religiusitas	Z1	,575	,000	Valid
	Z2	,621	,000	Valid
	Z3	,536	,000	Valid
	Z4	,545	,000	Valid
	Z5	,519	,000	Valid
Minat Menabung	Y1	,746	,000	Valid
	Y2	,745	,000	Valid
	Y3	,664	,000	Valid
	Y4	,700	,000	Valid
	Y5	,682	,000	Valid

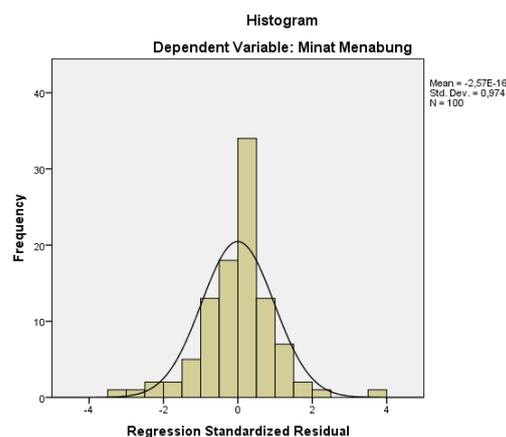
## 2. Uji Reliabilitas

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Pengetahuan	,932	Reliabel
Promosi	,933	Reliabel
Fasilitas	,948	Reliabel
Lokasi	,918	Reliabel
Religiusitas	,921	Reliabel
Minat Menabung	,905	Reliabel

## Lampiran 4. Hasil Olah Data SPSS

### A. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas



#### 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,319	1,047		,304	,762		
	X1	,160	,081	,180	1,978	,051	,246	4,067
	X2	,206	,082	,217	2,507	,014	,273	3,656
	X3	,216	,096	,221	2,244	,027	,212	4,726
	X4	,068	,118	,066	,579	,564	,159	6,291
	Z	,325	,072	,332	4,532	,000	,381	2,627

a. Dependent Variable: Y

#### 3. Uji Heterokedasititas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,696	,710		,980	,329
	X1	-,032	,055	-,116	-,589	,557
	X2	-,136	,056	-,453	-2,431	,017
	X3	,044	,065	,143	,676	,501

	X4	,149	,080	,454	1,859	,066
	Z	-,008	,049	-,026	-,162	,871
a. Dependent Variable: Abs_Residual						

## B. Uji Hipotesis

### 1. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1229,112	4	307,278	77,745	,000 <sup>b</sup>
	Residual	375,478	95	3,952		
	Total	1604,590	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3						

### 2. Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,583	1,108		1,429	,156
	Pengetahuan	,169	,089	,191	1,908	,059
	Promosi	,187	,090	,197	2,077	,040
	Fasilitas	,238	,105	,244	2,264	,026
	Lokasi	,326	,113	,313	2,873	,005
a. Dependent Variable: Minat Menabung						

### 3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,875 <sup>a</sup>	,766	,756	1,988
a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3				

### C. MRA (Moderated Regression Analysis)

#### 1. Pengetahuan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 <sup>a</sup>	,633	,629	2,452
a. Predictors: (Constant), X1				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 <sup>a</sup>	,748	,742	2,043
a. Predictors: (Constant), X1Z, X1				

#### 2. Promosi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 <sup>a</sup>	,616	,613	2,506
a. Predictors: (Constant), X2				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,866 <sup>a</sup>	,749	,744	2,036
a. Predictors: (Constant), X2Z, X2				

#### 3. Fasilitas

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,818 <sup>a</sup>	,669	,665	2,329
a. Predictors: (Constant), X3				

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 <sup>a</sup>	,736	,731	2,089
a. Predictors: (Constant), X3Z, X3				

## 4. Lokasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,830 <sup>a</sup>	,689	,686	2,256
a. Predictors: (Constant), X4				

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,854 <sup>a</sup>	,730	,725	2,113
a. Predictors: (Constant), X4Z, X4				

## RIWAYAT HIDUP



Aulia lahir di Baloa, Kecamatan Bajo Barat, Kabupaten Luwu pada tanggal 01 Januari 2002. Penulis merupakan anak delapan dari sembilan bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Syamsuddin dan ibu Nurdalina. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Desa Bonelemo, Kec. Bajo barat, Kab. Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 33 Bonelemo. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan sekolah menengah pertama di MTS Bonelemo dan tamat pada tahun 2017. Pada tahun yang sama juga penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di SMAN 14 Luwu dan tamat pada tahun 2020. Pada tahun 2020 penulis mendaftar menjadi salah satu mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Pada tahap akhir penyelesaian studi, penulis menyusun skripsi dengan judul “Determinan Minat Menabung Masyarakat Pada BSI KCP Ratulangi Palopo Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi” sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.E) pada program Strata Satu.