

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Profil Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin terletak antara 3°16'46'' sampai dengan 3°22'54'' lintang selatan dan 114°31'40'' sampai dengan 114°39'55'' bujur timur. Ketinggian rata-rata Kota Banjarmasin yaitu 0,16 m dari bawah permukaan laut dan kondisinya relatif datar serta berpayapaya sehingga saat air pasang hampir seluruh wilayah digenangi air. Luas Kota Banjarmasin 98,46 km persegi atau 0,26 % dari luas wilayah Provinsi Kalimantan Selatan, terdiri dari 5 kecamatan yaitu Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah, Banjarmasin Utara, dan ada 52 kelurahan secara keseluruhan (Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, 2022)

Pada Tahun 2021, rasio jenis kelamin di Kota Banjarmasin sebesar 100,29. Hal ini dapat menggambarkan bahwa jumlah penduduk laki-laki masih lebih banyak di bandingkan dengan jumlah penduduk perempuan walaupun selisihnya cenderung kecil. Menurut wilayah kecamatan, maka hampir sekitar 48,11% penduduk kota Banjarmasin bertempat tinggal di Kecamatan Banjarmasin Selatan dan Banjarmasin Utara dengan memiliki tingkat kepadatan penduduk terbesar pada kecamatan Banjarmasin Tengah yang mencapai 13.160 jiwa/km². Kota Banjarmasin disebut sebagai Kota Seribu

Sungai karena banyaknya sungai yang melintas wilayah Kota Banjarmasin. Sungai terpanjang yang melintas Kota Banjarmasin adalah Sungai Martapura dengan panjang 25.066 meter. (Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin,2022)

b. Visi dan Misi Kota Banjarmasin

Visi

"Kayuh Baimbai Menuju Banjarmasin Baiman (Bertakwa, Aman, Indah, Maju, Amanah dan Nyaman)"

Misi

- 1) Mewujudkan Kota Banjarmasin bertaqwa dalam setiap sendi kehidupan masyarakat, dengan mengedepankan pendidikan akhlak dan budi pekerti sehingga terwujud masyarakat Banjarmasin yang religius, berbudi luhur, berbudaya, sehat dan sejahtera.
- 2) Mewujudkan Kota Banjarmasin yang aman, sehat, dan kondusif bagi pribadi dan kehidupan masyarakat.
- 3) Mewujudkan Kota Banjarmasin indah dengan penataan kota berbasis tata ruang berbasis sungai guna terwujud kota yang asri dan harmoni.
- 4) Mewujudkan Kota Banjarmasin yang maju dengan penguatan perekonomian melalui sektor perdagangan, perindustrian, dan pelabuhan dengan memperhatikan pemerataan pendapatan, meningkatkan taraf pendidikan, pengembangan dan pelestarian budaya banjar serta pariwisata sungai untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.
- 5) Melaksanakan pemerintahan amanah, ramah, bersih dan profesional berbasis teknologi informasi dan komunikasi serta memaksimalkan fungsi

melayani sebagai suatu tanggung jawab terhadap masyarakat dan Tuhan YME.

- 6) Melaksanakan pembangunan infrastruktur yang handal dan berkelanjutan dengan memperhatikan kesesuaian Tata Ruang, serta pembangunan menyeluruh mulai dari daerah terluar, terpencil, dan terbelakang sebagai pembangunan dasar untuk menjadikan Kota Banjarmasin nyaman yang ditunjang dengan perbaikan pengelolaan wisata dan pengelolaan pasar tradisional secara professional.

2. Deskripsi Data Responden

Untuk mengetahui karakteristik responden dalam penelitian ini diperoleh dengan cara penyebaran angket/kuesioner menggunakan google form dan disebarakan secara online dan offline. Dalam penelitian ini responden berjumlah 100 orang, data mengenai karakteristik responden yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah jenis kelamin,usia, pekerjaan dan pendidikan terakhir. Berikut adalah hasil gambaran data dan karakteristik dari 100 responden yang di dapat:

- a. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	F	Persentase
1.	Laki-laki	42	42%
2.	Perempuan	58	58%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didapat responden perempuan berjumlah 58 orang dengan persentase sebesar 58% dan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 42 orang dengan persentase sebesar 42%. Kesimpulannya bahwa dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan.

b. Responden berdasarkan usia

Tabel 4.2
Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	F	Persentase
1.	< 20 Tahun	6	6%
2.	20 – 30 Tahun	81	81%
3.	31 – 40 Tahun	6	6%
4.	41 – 50 Tahun	6	6%
5.	> 50 Tahun	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel data di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh responden yang berusia sekitar < 20 Tahun berjumlah 6 orang dengan Presentase sebesar 6%, responden yang berusia sekitar 20-30 Tahun berjumlah 81 orang dengan Presentase sebesar 81%, responden yang berusia sekitar 31 - 40 Tahun berjumlah 6 orang dengan Presentase sebesar 6%, responden yang berusia sekitar 41-50

Tahun berjumlah 6 orang dengan Presentase sebesar 6%, responden yang berusia sekitar > 50 Tahun berjumlah 1 orang dengan Presentase sebesar 1%. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas karakteristik responden berdasarkan usia adalah responden yang berusia sekitar 20-30 dengan Presentase sebesar 81% .

c. Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.3
Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	F	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	49	49%
2.	PNS	1	1%
3.	Wiraswasta	8	8%
4.	Guru/Dosen	2	2%
5.	Pedagang	8	8%
6.	Lainnya	32	32%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diperoleh yaitu status pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 49 atau 49%, PNS berjumlah 1 atau 1%, Wiraswasta berjumlah 8 atau 8%, Guru/Dosen berjumlah 2 atau 2% , Pedagang berjumlah 8 atau 8% dan pekerjaan lainnya berjumlah 32 atau 32%. Dari data tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden berdasarkan pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa.

d. Responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 4.4
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan terakhir	F	Persentase
1.	SD/MI/Sederajat	3	3%
2.	SMP/MTS/Sederajat	9	9%
3.	SMA/MA/Sederajat	77	77%
4.	Diploma	1	1%
5.	Sarjana	10	10%
6.	Pascasarjana	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir diperoleh responden dengan pendidikan terakhir SD/MI/Sederajat berjumlah 3 atau 3%, pendidikan terakhir SMP/MTS/Sederajat berjumlah 9 atau 9%, pendidikan terakhir SMA/MA/Sederajat berjumlah 77 atau 77%, pendidikan terakhir Diploma berjumlah 1 atau 1%, pendidikan terakhir Sarjana berjumlah 10 atau 10%, dan pendidikan terakhir Pascasarjana berjumlah 0 atau 0% . Dapat disimpulkan dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir mayoritasnya adalah responden dengan pendidikan terakhir SMA/MA/Sederajat.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini variabel penelitian yang di deskripsikan adalah variabel independen yaitu *Brand image*(X1) dan Pengetahuan (X2) dan variabel dependen nya yaitu Minat menabung (Y) Sedangkan variabel moderasi nya yaitu religiusitas(Z)

a. Variabel *brand image*

1. Bank syariah mempunyai citra yang baik di mata masyarakat

Tabel 4.5
Tanggapan responden mengenai Bank Syariah mempunyai citra yang baik di mata masyarakat

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	45	45%
2.	Setuju (S)	42	42%
3.	Netral (N)	12	12%
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 45 orang atau 45%, responden yang menjawab setuju berjumlah 42 orang atau 42%, responden yang menjawab netral berjumlah 12 orang atau 12%, Tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi sangat setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 45 atau 45%

yang mengindikasikan bahwa responden sudah merasakan citra yang baik terhadap Bank syariah.

2. Bank syariah memiliki ciri khas yang menarik

Tabel 4.6
Tanggapan responden mengenai Bank syariah memiliki ciri khas yang menarik

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	35	45%
2.	Setuju (S)	48	42%
3.	Netral (N)	16	12%
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 35 orang atau 35%, responden yang menjawab setuju berjumlah 48 orang atau 48%, responden yang menjawab netral berjumlah 16 orang atau 16%, Tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 48 atau 48% yang mengindikasikan bahwa responden telah mengakui bahwa Bank syariah memiliki ciri khas yang menarik.

3. Logo bank syariah mudah diingat

Tabel 4.7
Tanggapan responden mengenai Logo bank syariah mudah diingat

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	31	31%
2.	Setuju (S)	35	35%
3.	Netral (N)	29	29%
4.	Tidak Setuju (TS)	3	3%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 31 orang atau 31%, responden yang menjawab setuju berjumlah 35 orang atau 35%, responden yang menjawab netral berjumlah 29 orang atau 29%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 3 orang atau 3% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 35 atau 35% yang mengindikasikan bahwa responden sudah merasakan kemudahan dalam mengingat logo Bank syariah.

4. Tampilan warna pada merek bank syariah lebih menarik dibanding bank lainnya

Tabel 4.8
Tanggapan responden mengenai Tampilan warna pada merek bank syariah lebih menarik dibanding bank lainnya

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	25	25%
2.	Setuju (S)	28	28%
3.	Netral (N)	41	41%
4.	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 orang atau 25%, responden yang menjawab setuju berjumlah 28 orang atau 28%, responden yang menjawab netral berjumlah 41 orang atau 41%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 4 orang atau 34% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi netral pada pernyataan ini dengan jumlah 41 atau 41% yang mengindikasikan bahwa responden masih ragu-ragu atau mereka tidak bisa memberikan jawaban yang pasti terhadap tampilan warna merek bank syariah lebih menarik pada bank lainnya.

b. Variabel Pengetahuan

1. Saya mengetahui produk-produk yang ada di Bank syariah

Tabel 4.9
Tanggapan responden mengenai Saya mengetahui produk-produk yang ada di Bank syariah

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	15	15%
2.	Setuju (S)	38	38%
3.	Netral (N)	35	35%
4.	Tidak Setuju (TS)	7	7%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	5	5%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 15 orang atau 15%, responden yang menjawab setuju berjumlah 38 orang atau 38%, responden yang menjawab netral berjumlah 35 orang atau 35%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 7 orang atau 7% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 5 orang atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 38 atau 38% yang mengindikasikan bahwa responden sudah mengetahui produk-produk yang ada di bank syariah.

2. Saya mengetahui tentang Bank syariah dan lokasi Bank syariah yang ada di Kota Banjarmasin

Tabel 4.10
Tanggapan responden mengenai Saya mengetahui tentang Bank syariah dan lokasi Bank syariah yang ada di Kota Banjarmasin

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
----	-----------------	---	------------

1.	Sangat Setuju (SS)	27	27%
2.	Setuju (S)	45	45%
3.	Netral (N)	27	27%
4.	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 orang atau 27%, responden yang menjawab setuju berjumlah 45 orang atau 45%, responden yang menjawab netral berjumlah 27 orang atau 27%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 45 atau 45% yang mengindikasikan bahwa responden sudah mengetahui tentang Bank syariah beserta lokasi-lokasi nya yang ada di Kota Banjarmasin.

3. Saya mengetahui manfaat dalam menggunakan produk serta jasa Bank syariah

Tabel 4.11
Tanggapan responden mengenai Saya mengetahui manfaat dalam menggunakan produk serta jasa Bank syariah

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	27	27%
2.	Setuju (S)	38	38%

3.	Netral (N)	29	29%
4.	Tidak Setuju (TS)	6	6%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 orang atau 27%, responden yang menjawab setuju berjumlah 38 orang atau 38%, responden yang menjawab netral berjumlah 29 orang atau 29%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 6 orang atau 6% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 38 atau 38% yang mengindikasikan bahwa responden sudah mengetahui manfaat dalam menggunakan produk serta jasa Bank syariah.

c. Variabel Religiusitas

1. Saya yakin bahwa bank syariah dalam melakukan transaksi berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist

Tabel 4.12
Tanggapan responden mengenai Saya yakin bahwa bank syariah dalam melakukan transaksi berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	33	33%
2.	Setuju (S)	42	42%
3.	Netral (N)	18	18%

4.	Tidak Setuju (TS)	6	6%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 33 orang atau 33%, responden yang menjawab setuju berjumlah 42 orang atau 42%, responden yang menjawab netral berjumlah 18 orang atau 18%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 6 orang atau 6% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 42 atau 42% yang mengindikasikan bahwa responden meyakini bahwa bank syariah dalam melakukan transaksi berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist.

2. Saya yakin bertransaksi di bank syariah akan lebih memberikan manfaat dan berkah

Tabel 4.13
Tanggapan responden mengenai Saya yakin bertransaksi di bank syariah akan lebih memberikan manfaat dan berkah

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	34	34%
2.	Setuju (S)	47	47%
3.	Netral (N)	16	16%
4.	Tidak Setuju (TS)	3	3%

5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 34 orang atau 34%, responden yang menjawab setuju berjumlah 47 orang atau 47%, responden yang menjawab netral berjumlah 16 orang atau 16%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 3 orang atau 3% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 47 atau 47% yang mengindikasikan bahwa responden meyakini bertransaksi di bank syariah akan lebih memberikan manfaat dan berkah.

3. Saya memastikan bahwa bank yang saya pilih bebas dari perkara
riba

Tabel 4.14
Tanggapan responden mengenai Saya memastikan bahwa
bank yang saya pilih bebas dari perkara riba

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	33	33%
2.	Setuju (S)	47	47%
3.	Netral (N)	17	17%
4.	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 33 orang atau 33%, responden yang menjawab setuju berjumlah 47 orang atau 47%, responden yang menjawab netral berjumlah 17 orang atau 17%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 47 atau 47% yang mengindikasikan bahwa responden memastikan bahwa bank yang mereka pilih bebas dari perkara riba.

4. Saya mengetahui hukum islam sehingga memilih menjadi nasabah bank syariah

Tabel 4.15
Tanggapan responden mengenai mengetahui hukum islam
sehingga memilih menjadi nasabah bank syariah

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	36	36%
2.	Setuju (S)	41	41%
3.	Netral (N)	20	20%
4.	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 36 orang atau 36%, responden yang menjawab setuju berjumlah 41 orang atau 41%, responden yang menjawab

netral berjumlah 20 orang atau 20%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 41 atau 41% yang mengindikasikan bahwa responden sudah mengetahui hukum islam sehingga memilih menjadi nasabah bank syariah.

5. Ketika saya melakukan transaksi menggunakan bank syariah hidup menjadi sangat berkah

Tabel 4.16
Tanggapan responden mengenai Ketika saya melakukan transaksi menggunakan bank syariah hidup menjadi sangat berkah

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	35	35%
2.	Setuju (S)	39	39%
3.	Netral (N)	22	22%
4.	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	3	3%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 35 orang atau 35%, responden yang menjawab setuju berjumlah 39 orang atau 39%, responden yang menjawab netral berjumlah 22 orang atau 22%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 3 orang atau 3%. Hal ini menunjukkan bahwa

mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 39 atau 39% yang mengindikasikan bahwa responden ketika melakukan transaksi menggunakan bank syariah mereka merasa hidup menjadi sangat berkah.

d. Variabel minat menabung

1. Saya tertarik menabung di Bank Syariah

Tabel 4.17
Tanggapan responden mengenai Saya tertarik menabung di Bank Syariah

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	35	35%
2.	Setuju (S)	47	47%
3.	Netral (N)	15	15%
4.	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 35 orang atau 35%, responden yang menjawab setuju berjumlah 47orang atau 47%, responden yang menjawab netral berjumlah 15 orang atau 15%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan

jumlah 47 atau 47% yang mengindikasikan bahwa responden tertarik untuk menabung di Bank Syariah.

2. Saya berkeinginan untuk merekomendasikan bank syariah ke orang lain

Tabel 4.18
Tanggapan responden mengenai Saya berkeinginan untuk merekomendasikan bank syariah ke orang lain

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	34	34%
2.	Setuju (S)	42	42%
3.	Netral (N)	19	19%
4.	Tidak Setuju (TS)	3	3%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 34 orang atau 34%, responden yang menjawab setuju berjumlah 42 orang atau 42%, responden yang menjawab netral berjumlah 19 orang atau 19%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 3 orang atau 3% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 42 atau 42% yang mengindikasikan bahwa responden bersedia merekomendasikan bank syariah ke orang lain.

3. Saya berkeinginan untuk terus menabung di Bank Syariah di masa yang akan datang

Tabel 4.19
Tanggapan responden mengenai Saya berkeinginan untuk terus menabung di Bank Syariah di masa yang akan datang

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	34	34%
2.	Setuju (S)	46	46%
3.	Netral (N)	16	16%
4.	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 34 orang atau 34%, responden yang menjawab setuju berjumlah 46 orang atau 46%, responden yang menjawab netral berjumlah 16 orang atau 16%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 46 atau 46% yang mengindikasikan bahwa responden berkeinginan untuk terus menabung di Bank Syariah di masa yang akan datang.

4. Saya selalu mencari informasi terkait bank syariah

Tabel 4.20
Tanggapan responden mengenai Saya selalu mencari informasi
terkait bank syariah

No	Pilihan jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Setuju (SS)	31	31%
2.	Setuju (S)	31	31%
3.	Netral (N)	28	16%
4.	Tidak Setuju (TS)	5	5%
5.	Sangat Tidak Setuju(STS)	5	5%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 31 orang atau 31%, responden yang menjawab setuju berjumlah 31 orang atau 31%, responden yang menjawab netral berjumlah 28 orang atau 28%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 5 orang atau 5% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 5 orang atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menanggapi sangat setuju dan setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 31 atau 31% yang mengindikasikan bahwa responden mencari informasi terkait bank syariah.

4. Uji kualitas data

a. Reliabilitas dan validitas

Kriteria validitas dan reliabilitas dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai Average Variance Extracted

(AVE) dari masingmasing kosntruk. Konstruk dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi apabila nilainya 0,70 dan AVE berada diatas 0,50.

Tabel 4.21
Composite Reliability dan Average Variance Extracted

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE (Average Variance)
X1	0.838	0.848	0.893	0.676
X1*Z	1.000	1.000	1.000	1.000
X2	0.838	0.861	0.901	0.753
X2*Z	1.000	1.000	1.000	1.000
Y	0.899	0.900	0.930	0.768
Z	0.940	0.943	0.954	0.807

Sumber : Hasil penelitian diolah dengan SmartPLS 3.0,2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai cronbach's alpha dan composite reliability di atas 0,70. Oleh karena itu indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini dikatakan reliable. Sedangkan validitas menggunakan nilai average variance axtracted (AVE) dengan nilai batasan diatas 0,50 terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai AVE diatas 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan indikator dan variabel dinyatakan valid.

5. Konstruksi Diagram Jalur

a. Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

1. *Convergent Validity*

Validitas Konvergensi adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menggambarkan sejauh mana indikator berkorelasi positif dengan indikator lain pada konstruk yang sama. Ukuran validitas konvergensi nilai loadingnya $> 0,70$. Menurut (Chin dalam ghozali) untuk tahap awal ukuran validitas konvergen diukur menggunakan nilai outer loading 0,5 sampai dengan 0,60 dianggap cukup memadai.

Tabel 4.22
Outer Loadings

indikator	Loading factor	keterangan
X1.1	0.738	Valid
X1.2	0.902	Valid
X1.3	0.799	Valid
X1.4	0.842	Valid
X2.1	0.881	Valid
X2.2	0.828	Valid
X2.3	0.894	Valid
Y1	0.886	Valid
Y2	0.905	Valid
Y3	0.900	Valid
Y4	0.813	Valid
Z1	0.892	Valid
Z2	0.887	Valid
Z3	0.870	Valid
Z4	0.923	Valid

Sumber : Hasil penelitian diolah dengan SmartPLS 3.0,2022

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil *loading factor* semua indikator untuk masing-masing konstruknya sudah memenuhi convergent validity, karena semua nilai loading factor setiap indikator melebihi 0,70. Nilai paling kecil sebesar 0,738 dari indikator X1.1. Sehingga indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi *convergent validity*.

2. Discriminant Validity

Nilai diskriminan dapat dilihat menggunakan crossloading. dengan kriteria nilai cross loading untuk setiap indikator pada variabel yang diukur harus lebih besar dibandingkan dengan cross loading pada variabel laten lainnya.

Tabel 4.23
Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)

	X1	X1*Z	X2	X2*Z	Y	Z
X1*Z	-0.342	1.000	-0.123	0.727	-0.267	-0.264
X1.1	0.738	-0.369	0.488	-0.230	0.548	0.564
X1.2	0.902	-0.359	0.515	-0.216	0.646	0.656
X1.3	0.799	-0.217	0.387	-0.078	0.529	0.442
X1.4	0.842	-0.181	0.569	-0.028	0.638	0.651
X2*Z	-0.167	0.727	-0.134	1.000	-0.269	-0.240
X2.1	0.550	-0.105	0.881	-0.144	0.493	0.495
X2.2	0.459	-0.110	0.828	-0.068	0.436	0.390
X2.3	0.548	-0.106	0.894	-0.129	0.604	0.657
Y1	0.609	-0.258	0.469	-0.233	0.886	0.719
Y2	0.667	-0.213	0.547	-0.254	0.905	0.760
Y3	0.588	-0.235	0.516	-0.264	0.900	0.712

Y4	0.651	-0.231	0.560	-0.192	0.813	0.710
Z1	0.571	-0.208	0.479	-0.156	0.696	0.892
Z2	0.690	-0.264	0.559	-0.249	0.737	0.887
Z3	0.578	-0.245	0.523	-0.237	0.711	0.870
Z4	0.670	-0.186	0.551	-0.141	0.797	0.923
Z5	0.674	-0.286	0.610	-0.298	0.776	0.920

Sumber : Hasil penelitian diolah dengan SmartPLS 3.0,2022

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa setiap konstruk X1 memiliki nilai lebih besar di setiap indikatornya (X1.1, X1.2, X1.3, X1.4) dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* memiliki *discriminant validity* yang baik.

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa setiap konstruk X2 memiliki nilai lebih besar di setiap indikatornya (X2.1, X2.2, X2.3) dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki *discriminant validity* yang baik.

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa setiap konstruk Y memiliki nilai lebih besar di setiap indikatornya (Y1, Y2, Y3, Y4) dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat menabung memiliki *discriminant validity* yang baik.

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa setiap konstruk Z memiliki nilai lebih besar di setiap indikatornya (Z1 ,Z2 ,Z3 ,Z4 ,Z5) dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki *discriminant validity* yang baik.

3. Composite Reability

Setelah dilakukan uji validitas, maka juga harus dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi alat ukur. Uji reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's alpha dan composite reliability. Ukuran cronbach alpha dan composite reliability yang dihasilkan haruslah $> 0,7$, namun jika nilai yang dihasilkan > 0.6 masih dapat diterima.

Tabel 4.24
Cronbach's Alpha & Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Brand image	0.838	0.893
Pengetahuan	0.838	0.901
Minat menabung	0.899	0.930
Religiusitas	0.940	0.954

Sumber : Hasil penelitian diolah dengan SmartPLS 3.0,2022

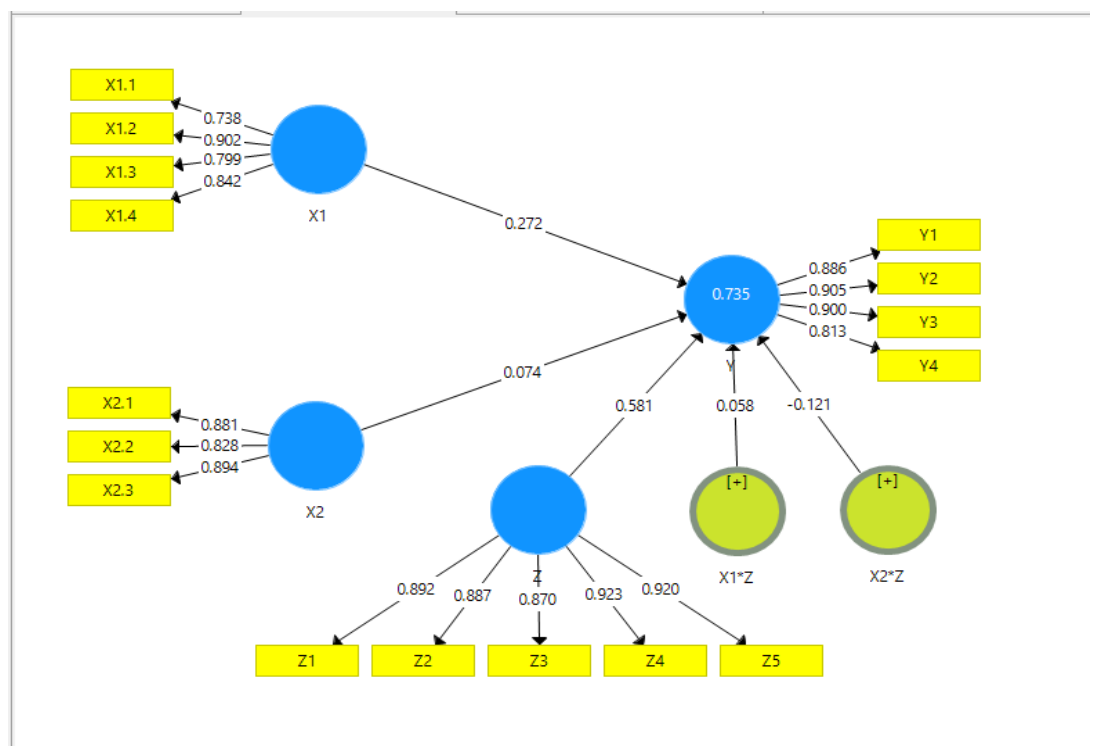
Berdasarkan tabel di atas tersebut dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* maupun *composite reliability* masing-masing konstruk (variabel) sudah di atas 0,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk sudah memiliki reliabilitas yang baik.

b. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model atau model struktural bertujuan untuk menilai pengaruh variabel independen tertentu terhadap variabel dependen. Nilai R² yang kecil menunjukkan konstruk atau variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas (lemah), nilai yang

mendekati 1 berarti konstruk atau variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (baik).

Gambar 4.1
Model Struktural



1. R-square.

Dalam menilai model dengan menggunakan PLS dimulai dengan melihat nilai Koefisien Determinasi (R^2) atau R-square. Berikut ini hasil estimasi R-square dengan menggunakan smartPLS

Tabel 4.25
R-square

variabel	R-square
----------	----------

Y	0.735
---	-------

Sumber : Hasil penelitian diolah dengan SmartPLS 3.0,2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *R-square* untuk variabel minat menabung sebesar 0,735. Hasil ini menunjukkan bahwa 73,5% variabel minat menabung dapat dipengaruhi oleh variabel *brand image*, pengetahuan dan religiusitas sisa nya sebesar 26,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini.

2. Q- square

Dalam pengujian Q-square memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa baik nilai observasi yang diperoleh dalam model serta mengestimasi parameternya. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai relevansi produksi yang kuat terhadap konstruk tertentu sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan model kurang mempunyai relevansi prediksi.

Tabel 4.26
Redundansi validasi silang-konstruk

variabel	Q-square
Y	0.522

Sumber : Hasil penelitian diolah dengan SmartPLS 3.0,2022

Dari tabel diatas dilihat bahwa nilai Q^2 dari variabel minat menabung adalah sebesar 0.522 yang berarti bahwa nilai tersebut > 0 , artinya model dalam penelitian ini mempunyai relevansi prediksi yang kuat terhadap masing-masing konstruk yang diteliti.

6. Pengujian hipotesis

Diterima atau ditolaknya sebuah hipotesis yang diusulkan, perlu dilakukan pengujian hipotesis dengan memanfaatkan fungsi Bootstrapping pada SmartPLS 3.0. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai Tstatistik < Ttabel dan Pvalues > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak, namun jika Tstatistik > Ttabel dan Pvalues < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Diketahui nilai Ttabel dengan df 145 dan taraf signifikan 5% two tailed adalah 1.96

Tabel 4.27
Hasil Path Coefficient

	Original Sampel	Sampel Mean	Standard Deviation (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values	Hasil
X1 -> Y	0.272	0.276	0.104	2.606	0.009	Diterima
X2 ->Y	0.074	0.072	0.075	0.996	0.320	ditolak
Z-> Y	0.581	0.574	0.129	4.505	0.000	diterima
X1*Z ->Y	0.058	0.062	0.053	1.092	0.275	ditolak
X2*Z ->Y	-0.121	-0.108	0.056	2.178	0.030	diterima

Sumber : Hasil penelitian diolah dengan SmartPLS 3.0,2022

Dari hasil path coefficient di atas dapat dilihat dari Pvalue dan Tstatistics yang digunakan sebagai rujukan untuk mengambil keputusan hipotesis diterima atau hipotesis ditolak. Hipotesis dapat diterima jika nilai Tstatistics > t tabel atau p value < 0,05.

H1 = *Brand image* berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin. Nilai t-statistik Brand image terhadap minat menabung

sebesar $2.606 > 1.96$ atau dapat dilihat p value nya yang bernilai $0.009 < 0.05$. Dengan demikian nilai hipotesis pertama dapat diterima.

H2 = Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin. Nilai t-statistik pengetahuan terhadap minat menabung sebesar $0.996 < 1.96$ atau dapat dilihat p value nya yang bernilai $0.320 > 0.05$. Dengan demikian hipotesis kedua ditolak.

H3 = Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin. . Nilai t-statistik religiusitas terhadap minat menabung sebesar $4.505 > 1.96$ atau dapat dilihat p value nya yang bernilai $0.000 < 0.05$. Dengan demikian nilai hipotesis ketiga dapat diterima.

H4 = Religiusitas memperlemah pengaruh *brand image* terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin. Nilai t-statistik sebesar $1.092 < 1.96$ atau dapat dilihat p value yang bernilai $0.275 > 0.05$. Dengan demikian hipotesis keempat ditolak. Ini dapat diartikan bahwa religiusitas tmemperlemah pengaruh *brand image* terhadap minat menabung masyarakat Kota Banjarmasin.

H5 = Religiusitas memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin. Nilai t-statistik sebesar $2.178 > 1.96$ atau dapat dilihat p value yang bernilai $0.030 < 0.05$. Dengan demikian hipotesis kelima diterima. Ini dapat diartikan bahwa religiusitas memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat Kota Banjarmasin.

B. Analisis Data

1. Pengaruh variabel *brand image* terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Brand Image (X1) terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Brand Image (X1) sebesar 0,009 < 0,05 dan t hitung sebesar 2.606 > dari t tabel 1.96 dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima yang berarti variabel *Brand Image* berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin. *Brand image* ialah segala hal yang berkaitan dengan merek yang muncul di benak ingatan seseorang terhadap merek yang dibentuk karena informasi dan pengalaman seseorang terhadap suatu merek. (suryani 2008 : 13). Menurut peneliti semakin baik *brand image* suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula minat menabung masyarakat di bank syariah. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alfiatul Rohmaniah yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)” pada tahun 2019 yang juga menunjukan hasil variabel Brand Image berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3.315 dan nilai t tabel sebesar 1,6654 dengan nilai signifikansi nilainya sebesar 0,012 jadi t hitung > t tabel dan Sig < 0,05.

2. Pengaruh Variabel Pengetahuan (X2) Terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat Di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Pengetahuan (X2) terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Pengetahuan (X2) sebesar $0,320 > 0,05$ dan t hitung sebesar $0,996 <$ dari t tabel 1,96 dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima H_1 ditolak yang berarti variabel Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin. Pengetahuan masyarakat terhadap Bank Syariah sangat mempengaruhi sikap masyarakat tersebut terhadap produk-produk yang ditawarkan. Pengetahuan merupakan suatu tindakan yang berkaitan dengan pola pikir seseorang yang mempengaruhi minat. Jika seorang nasabah mengetahui bank syariah kemungkinan besar akan menabung di bank syariah. Adapun penyebab pengetahuan tidak berpengaruh pada penelitian ini menurut peneliti sebagai berikut:

- a. Masyarakat tidak mempertimbangkan Pengetahuan dalam memilih bank syariah, melainkan mereka memilih Bank Syariah berdasarkan Agama yang dianut yaitu Islam sehingga membuat mereka menabung di Bank syariah.
- b. Masyarakat Kota Banjarmasin sebagian besar belum mengetahui mengenai Bank syariah apalagi istilah produk dan akad dalam Bank syariah masih asing bagi sebagian masyarakat .

c. dalam penelitian ini mayoritas responden adalah dari golongan Pelajar/Mahasiswa 77 orang. Dapat kita ketahui bahwa Pelajar/Mahasiswa menggunakan Bank syariah dalam bertransaksi untuk pembayaran SPP/UKT, belanja online, menabung, pencairan beasiswa, Transfer Uang dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menggunakan bank syariah berdasarkan keperluan sehari-hari.

3. Pengaruh Variabel Religiusitas (Z) Terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat Di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Religiusitas (Z) terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Religiusitas (Z) sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $4.505 >$ dari t tabel 1.96 dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima yang berarti variabel Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin. Religiusitas ialah tingkat keyakinan, kepercayaan, dan kesalehan seseorang dalam menjalankan syariat agama. Religiusitas dilaksanakan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk bidang ekonomi. Lembaga perbankan syariah termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga dilarang di dalam islam dan mengandung unsur riba. Suwarsih (2017:185). Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

Dewi Ziqni Fuqory yang berjudul “Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah Di CIMB Niaga Syariah dengan Pengetahuan Produk sebagai Variabel Intervening” hasilnya menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat pengajuan KPR syariah dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3.944 dan nilai t tabel sebesar 1,96 dengan nilai signifikansi nilainya sebesar 0,000 jadi t hitung $> t$ tabel dan $Sig < 0,05$.

4. Pengaruh *brand image* terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat di Kota Banjarmasin setelah di moderasi oleh religiusitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas religiusitas tidak memoderasi pengaruh brand image terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel sebesar $0,275 > 0,05$ dan t hitung sebesar $1.092 <$ dari t tabel 1.96 dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima religiusitas sebagai variabel moderasi ditolak yang menunjukkan religiusitas dapat memperlemah pengaruh *brand image* terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin. Karena semakin baik brand image yang dimiliki oleh pihak bank yang diiringi dengan tingginya tingkat religiusitas yang dimiliki oleh individu belum tentu mempengaruhi minat menabung seseorang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh ajining lestari yang berjudul “Pengaruh E-Word Of Mouth, Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi” yang peneliti nya dilakukan pada masyarakat Kecamatan Bandung hasilnya religiusitas sebagai variabel moderasi tidak bisa memperkuat variabel *brand Image* terhadap Minat. Hal ini dapat dijelaskan oleh (Nasrullah,2015) bahwa masyarakat Indonesia cenderung lebih mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan dan secara keagamaan masih belum menerapkan agama sebagai *way of life*. Dapat dilihat dari masyarakat yang memilih bank konvensional agar asetnya dapat terus berkembang oleh karena itu, bunga bank konvensional yang cukup tinggi membuatnya lebih menarik tanpa memperhatikan bahwa bank tersebut bukan bank syariah atau kegiatan nya tidak berlandaskan islam.

5. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat di Kota Banjarmasin setelah di moderasi oleh religiusitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas religiusitas mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di Kota Banjarmasin yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel sebesar $0,030 < 0,05$ dan t hitung sebesar $2.178 >$ dari t tabel 1.96 dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan religiusitas sebagai variabel moderasi diterima yang menunjukkan religiusitas dapat memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin. karena semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat yang diiringi dengan tingginya tingkat religiusitas yang dimiliki oleh

individu maka semakin tinggi juga minat menabung seseorang. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian (Rokhani dan Nurkhin,2021) hasilnya Religiusitas secara positif dan signifikan mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.