

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat

Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin adalah perguruan tinggi keagamaan Islam negeri yang berlokasi di Kalimantan Selatan, Indonesia. Didirikan pada 20 November 1964 dengan nama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Antasari, universitas ini mengalami transformasi menjadi UIN Antasari pada 3 April 2017 berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2017.

Pendirian UIN Antasari berawal dari kesadaran akan pentingnya pendidikan Islam di Kalimantan Selatan. Pada 15–19 Juli 1937, Kongres Umat Islam Kalimantan diadakan, diikuti oleh Kongres Serikat Muslimin Indonesia pada 17–20 Januari 1938 di Banjarmasin. Kemudian, pada 28 Februari 1938 di Barabai, dibentuklah Badan Persiapan Sekolah Tinggi Islam Kalimantan yang diketuai oleh H. Abdurrahman Ismail, M.A. Upaya ini berlanjut hingga pada 20 November 1964, IAIN Antasari resmi didirikan

2. Visi dan Misi

UIN Antasari memiliki visi menjadi pusat peradaban ilmu berbasis lokal dan berwawasan global. Universitas ini berkomitmen untuk mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dengan ilmu pengetahuan modern, serta menjunjung tinggi kearifan lokal dalam setiap aspek pendidikan dan pengajaran.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Persentase Jenis Kelamin Responden Mahasiswa Uin Antasari Banjarmasin

Jenis Kelamin		Frequency	Percent
Valid	LAKI-LAKI	38	40.4%
	PEREMPUAN	56	59.6%
	Total	94	100.0

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan data pada Tabel 4.1, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 56 orang atau sebesar 59,6%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 38 orang atau sebesar 40,4% dari total 94 mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi mahasiswa perempuan dalam penelitian mengenai tingkat religiusitas dan pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia lebih dominan dibandingkan laki-laki. Perbedaan proporsi ini dapat menjadi indikator awal bahwa persepsi dan preferensi terhadap lembaga keuangan syariah, termasuk dalam hal motivasi menabung, mungkin lebih banyak dipengaruhi oleh mahasiswa perempuan. Namun demikian, untuk mengetahui apakah jenis kelamin memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, diperlukan analisis lebih lanjut melalui uji statistik pada variabel-variabel terkait.

2. Hasil Jawaban Responden

a. Hasil Jawaban Responden Variabel X1

Analisis deskriptif jawaban responden tentang variabel Tingkat Religiusitas didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebarakan pada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel Tingkat Religiusitas dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 2
Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Religiusitas (X1)

Item Pertanyaan	Skor										Mean
	STS		TS		KS		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya percaya bahwa menabung di Bank Syariah sesuai dengan ajaran agama Islam	0	0	0	0	12	12.8	59	62.8	23	24.5	4.1170
Saya merasa lebih nyaman melakukan transaksi perbankan di Bank Syariah dibandingkan dengan bank konvensional	0	0	0	0	7	7.4	53	56.4	34	36.2	4.2872
Saya merasa puas dengan pengalaman saya saat menggunakan layanan di Bank Syariah	0	0	0	0	17	18.1	59	62.8	18	19.1	4.0106
Saya memiliki pengetahuan	0	0	0	0	23	24.5	52	55.3	19	20.2	3.9574

yang cukup tentang prinsip dasar Bank Syariah, seperti larangan riba dan gharar											
Saya merasa tenang dan yakin dalam bertransaksi di Bank Syariah karena sesuai dengan prinsip agama Islam	0	0	2	2.1	51	54.3	35	37.2	6	6.4	3.4787

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil tanggapan responden, dapat disimpulkan bahwa tingkat religiusitas responden dalam kaitannya dengan preferensi terhadap Bank Syariah tergolong tinggi. Mayoritas responden menyatakan persetujuan yang kuat terhadap pernyataan bahwa menabung di Bank Syariah sejalan dengan ajaran agama Islam, dengan 62.8% setuju dan 24.5% sangat setuju, menghasilkan nilai rata-rata (mean) sebesar 4.1170. Hal serupa terlihat dalam kenyamanan bertransaksi, di mana 56.4% responden setuju dan 36.2% sangat setuju bahwa mereka lebih nyaman menggunakan layanan Bank Syariah dibandingkan bank konvensional, dengan mean tertinggi di antara semua item yaitu 4.2872. Kepuasan penggunaan layanan Bank Syariah juga memperoleh respons positif, dengan 62.8% responden setuju dan 19.1% sangat setuju, serta nilai rata-rata sebesar 4.0106. Pengetahuan tentang

prinsip dasar Bank Syariah seperti larangan riba dan gharar juga cukup baik, dengan 55.3% setuju dan 20.2% sangat setuju (mean 3.9574). Namun, pada aspek ketenangan dan keyakinan dalam bertransaksi karena alasan religius, terlihat sedikit penurunan dalam tingkat persetujuan, dengan 54.3% setuju dan hanya 6.4% sangat setuju, serta mean terendah yaitu 3.4787. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun secara umum responden memiliki religiusitas tinggi dan pandangan positif terhadap Bank Syariah, keyakinan emosional atau spiritual saat bertransaksi masih memiliki ruang untuk ditingkatkan melalui edukasi atau pendekatan religius yang lebih menyentuh aspek batiniah nasabah

b. Hasil Jawaban Responden Variabel X2

Analisis deskriptif jawaban responden tentang variabel Pengetahuan didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebarkan pada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel Pengetahuan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 3
Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan (X2)

Item Pertanyaan	Skor										Mean
	STS		TS		KS		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya mengetahui produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Syariah,	0	0	0	0	22	23.4	60	63.8	12	12.8	3.8936

seperti tabungan mudharabah dan tabungan lainnya											
Saya mengetahui manfaat menabung di Bank Syariah, seperti keuntungan yang halal dan sesuai dengan prinsip syariah	0	0	1	1.1	28	29.8	55	58.5	10	10.6	3.7872
Saya merasa puas dengan layanan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya	0	0	0	0	32	34.0	55	58.5	7	7.4	3.7340

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan mereka terhadap produk dan manfaat menabung di Bank Syariah berada pada kategori cukup baik. Pada pernyataan mengenai pengetahuan produk tabungan seperti mudharabah, mayoritas responden (63.8%) menyatakan setuju dan 12.8% sangat setuju, dengan nilai rata-

rata sebesar 3.8936. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah familiar dengan jenis-jenis tabungan syariah. Selain itu, pemahaman responden terhadap manfaat menabung di Bank Syariah—seperti keuntungan yang halal dan sesuai prinsip syariah—juga cukup tinggi, dengan 58.5% responden setuju dan 10.6% sangat setuju, menghasilkan mean sebesar 3.7872. Adapun terkait kepuasan terhadap layanan produk karena kesesuaian dengan kebutuhan pribadi, 58.5% responden setuju dan 7.4% sangat setuju, dengan nilai mean 3.7340. Meskipun tingkat "sangat setuju" masih tergolong rendah, mayoritas responden menunjukkan kesadaran dan pemahaman yang baik terhadap karakteristik dan keunggulan produk perbankan syariah. Hal ini mencerminkan bahwa pengetahuan responden cukup memadai, namun masih diperlukan peningkatan dalam penyampaian informasi yang lebih mendalam dan menarik agar pemahaman mereka semakin kuat dan terinternalisasi.

c. Hasil Jawaban Responden Variabel Y

Analisis deskriptif jawaban responden tentang variabel Minat Menabung didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan atau indikator, seperti yang terdapat dalam kuesioner yang sudah disebarkan kepada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel Minat Menabung dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 4
Tanggapan Responden Minat Menabung (Y)

Item Pertanyaan	Skor										
	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya lebih tertarik untuk melakukan transaksi keuangan di Bank Syariah karena sesuai dengan prinsip syariah	0	0	0	0	25	26.6	58	61.7	11	11.7	3.8511
Saya sering mendapatkan informasi positif dari teman atau keluarga mengenai produk Bank Syariah	0	0	0	0	29	30.9	56	59.6	9	9.6	3.7872
Saya lebih suka menabung di Bank Syariah karena saya percaya produk dan layanan yang mereka tawarkan sesuai dengan prinsip syariah Islam	0	0	1	1.1	17	18.1	56	59.6	20	21.3	4.0106
Saya tertarik untuk mengeksplorasi lebih banyak produk perbankan yang ditawarkan oleh Bank Syariah	0	0	3	3.2	42	44.7	32	34.0	17	18.1	3.6702

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Secara umum, minat responden untuk menabung di Bank Syariah menunjukkan kecenderungan yang cukup tinggi, terutama didorong oleh kesesuaian prinsip syariah dalam produk dan layanan yang ditawarkan. Pernyataan mengenai ketertarikan untuk bertransaksi keuangan di Bank Syariah karena alasan prinsip syariah memperoleh dukungan kuat, dengan 61.7% responden setuju dan 11.7% sangat setuju, menghasilkan nilai mean sebesar 3.8511. Selain itu, pengaruh lingkungan sosial juga terlihat cukup besar, ditunjukkan oleh 59.6% responden yang setuju dan 9.6% sangat setuju bahwa mereka sering mendapatkan informasi positif dari teman atau keluarga mengenai Bank Syariah (mean 3.7872). Keyakinan terhadap kesesuaian produk dan layanan dengan prinsip Islam menjadi aspek yang paling kuat, di mana 59.6% responden setuju dan 21.3% sangat setuju, serta menghasilkan mean tertinggi sebesar 4.0106. Sementara itu, minat untuk mengeksplorasi lebih banyak produk Bank Syariah menunjukkan variasi respons yang lebih besar; meskipun 34% responden setuju dan 18.1% sangat setuju, terdapat 44.7% yang baru berada pada kategori "kurang setuju" (KS), dengan mean sebesar 3.6702. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kepercayaan terhadap prinsip syariah sudah terbentuk dengan baik, namun upaya peningkatan minat eksploratif terhadap produk lainnya masih perlu diperkuat, misalnya melalui edukasi produk dan promosi yang lebih intensif dan relevan dengan kebutuhan nasabah.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas X1

Uji validitas adalah Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika r hitung lebih besar daripada r tabel maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Untuk lebih jelasnya mengenai uji data secara validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Validitas			
		r-Hitung	r-Tabel	Sig	Ket
Tingkat Religiusitas (X_1)	X1.1	0,693	0,1865	0,000	Valid
	X1.2	0,767	0,1865	0,000	Valid
	X1.3	0,796	0,1865	0,000	Valid
	X1.4	0,765	0,1865	0,000	Valid
	X1.5	0,539	0,1865	0,000	Valid
Pengetahuan (X_2)	X2.1	0,785	0,1865	0,000	Valid
	X2.2	0,861	0,1865	0,000	Valid
	X2.3	0,782	0,1865	0,000	Valid
Minat Menabung (Y)	Y.1	0,751	0,1865	0,000	Valid
	Y.2	0,735	0,1865	0,000	Valid
	Y.3	0,780	0,1865	0,000	Valid
	Y.4	0,785	0,1865	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,1865, selain itu nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Untuk lebih jelasnya mengenai nilai *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliability
Tingkat Religiusitas (X_1)	0,754	Reliabel
Pengetahuan (X_2)	0,738	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,755	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah (2025).

Dari hasil uji reliabilitas terhadap kuisisioner yang disebarkan, diperoleh hasil bahwa seluruh faktor atau butir adalah reliabel karena memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji *kolmogorov smirnov* adalah lebih besar

dari 0,05 (bebas masalah uji normalitas). Untuk mengetahuinya dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dari hasil *output* SPSS tabel berikut :

Tabel 4. 7
Hasil Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.69276002
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.041
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.487
Asymp. Sig. (2-tailed)		.971

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan nilai signifikan yang ditunjukkan pada hasil *output* SPSS sebesar 0,971 dapat dinyatakan bahwa data adalah berdistribusi normal, karena memiliki nilai lebih besar dari taraf signifikan 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi, dengan kriteria nilai *VIF* tidak lebih besar dari 10. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 8
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	Variance Inflation Factor
----------	-----------	---------------------------

Tingkat Religiusitas (X_1)	.503	1.989
Pengetahuan (X_2)	.503	1.989

Sumber: Data Primer diolah (2025).

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas. Karena semua pertimbangan dan syarat-syarat penelitian uji multikolinearitas sudah terpenuhi, dengan nilai *VIF* tidak lebih besar dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance sari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, metode pengujian yaang digunakan adalah dengan metode Uji Glester. Uji Glester dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam model regresi. Adapun hasil *output* uji Glejser pada tabel berikut :

Tabel 4. 9
Uji *Heteroskedastisitas*

Variabel	Signifikan	Keterangan
Tingkat Religiusitas (X_1)	0,146	Tidak ada gejala
Pengetahuan (X_2)	0,354	Tidak ada gejala

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X_1 dan X_2 memiliki nilai signifikan lebih besar 0,05, sehingga faktor tersebut memenuhi syarat dan dinyatakan tidak terdapat gejala *heteroskedastisitas*.

5. Hasil Uji Hipotesis

Hasil *output* dari SPSS 21 terhadap data skor yang telah dibuat berdasarkan jawaban responden dari kuisioner yang telah dibagikan, kemudian dirangkum menjadi bahasan-bahasan sebagaimana yang terlihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 10
Uji Persamaan Regresi dan Uji-t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.033	1.631		3.086	0.003
	X1	0.243	0.112	0.264	2.160	0.033
	X2	0.479	.169	0.345	2.829	0.006

Sumber: Data Primer diolah (2025)

a. Persamaan Regresi

Secara matematis model fungsi regresi linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut :

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = 5.033 + 0,243.X_1 + 0,479.X_2$$

- 1) Peningkatan terhadap variabel Tingkat Religiusitas (X_1) 0,243 adalah positif, yang berarti bahwa adanya hubungan searah antara variabel bebas dan variabel terikat, semakin meningkat nilai pada variabel Tingkat Religiusitas, maka hubungan Minat Menabung juga akan meningkat
- 2) Peningkatan terhadap variabel Pengetahuan (X_2) 0,479 adalah positif, yang berarti bahwa adanya hubungan searah antara variabel

bebas dan variabel terikat, semakin meningkat nilai pada variabel Pengetahuan, maka hubungan Minat Menabung juga akan meningkat

6. Hasil Uji-t

Uji t Digunakan untuk menghitung signifikansi pengaruh secara parsial atau dari masing-masing variabel X terhadap Y. Hasil nilai signifikansi pengujian (Sig.t) sebagai berikut :

- 1) Variabel X1 Tingkat Religiusitas didapatkan nilai sig. = 0.033 (Nilai Sig. < 0,05) lebih kecil dari 0,05, yang artinya secara parsial variabel Tingkat Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Minat Menabung.
- 2) Variabel X2 Pengetahuan didapatkan nilai sig. = 0.006 (Nilai Sig. < 0,05) lebih kecil dari 0,05, yang artinya secara parsial variabel Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Minat Menabung.

7. Hasil Uji-F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen atau terikat. Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil nilai signifikansi pengujian (Sig.F) sebagai berikut :

Tabel 4. 11
Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123,930	2	61,970	21,162	0.000 ^b
	Residual	266,486	91	2,928		
	Total	390,426	94			

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Dari Uji *Anova* atau *F test*, didapat tingkat signifikansi nilai sig. = 0.000 (Nilai Sig. < 0,05) Karena probabilitas 0,000 maka model regresi bisa dipakai untuk mengetahui pengaruh terhadap Minat Menabung. Atau secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

8. Hasil Uji Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan suatu model penelitian dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang ada. Dengan demikian akan diketahui seberapa besar variabel dependen dapat diterangkan oleh variabel independen yang ada. Berikut tabel untuk memprediksi variasi dependen.

Tabel 4. 12
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.563 ^a	0.317	0.302	1.71126	1.630

Sumber : Data Diolah Penulis 2025

Berdasarkan *output* Model Summary, diketahui bahwa nilai R sebesar 0.563 menunjukkan adanya korelasi positif yang cukup kuat antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Nilai R Square (R^2)

sebesar 0.317 mengindikasikan bahwa sekitar 31.7% variasi yang terjadi pada variabel Y (minat menabung) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas dalam model (misalnya tingkat religiusitas dan pengetahuan). Sementara itu, *Adjusted R Square* sebesar 0.302 memberikan nilai yang telah disesuaikan dengan jumlah prediktor dalam model, dan menunjukkan bahwa setelah penyesuaian, sekitar 30.2% variasi dalam minat menabung tetap dapat dijelaskan oleh model ini..

C. Hasil Pembahasan

1. Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan berpengaruh secara simultan

Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat religiusitas dan pengetahuan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan melalui uji ANOVA atau *F-test*, yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini jauh di bawah ambang batas signifikansi yang umumnya digunakan, yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang melibatkan kedua variabel bebas ini layak digunakan untuk menjelaskan variasi pada variabel terikat, yaitu minat menabung. Artinya, baik tingkat religiusitas maupun pengetahuan secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat individu untuk menabung di bank yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Individu yang memiliki pemahaman yang baik mengenai sistem perbankan syariah dan pada saat yang sama menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan, cenderung

menunjukkan preferensi yang kuat terhadap penggunaan layanan keuangan syariah.

Temuan ini sejalan dengan sejumlah penelitian sebelumnya dan terbaru. Penelitian oleh Maulana dan Azizah (2022) menyimpulkan bahwa religiusitas dan pengetahuan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, dengan nilai *F-test* yang mendukung signifikansi model regresi. Demikian pula, studi terbaru tahun 2024 oleh mahasiswa Universitas Islam Kalimantan menunjukkan bahwa meskipun pendapatan tidak berpengaruh secara parsial, religiusitas dan pengetahuan secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menabung, dengan nilai signifikansi uji F sebesar 0,003. Penelitian lain di Ponorogo (2024) juga memperlihatkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama menjelaskan sebagian besar variasi dalam minat menabung, menunjukkan peran penting dari kombinasi nilai keagamaan dan edukasi keuangan dalam membentuk perilaku konsumen. Dengan demikian, hasil ini memperkuat pentingnya pendekatan holistik yang menggabungkan nilai spiritual dan pemahaman rasional dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah. Bank Syariah Indonesia dapat mempertimbangkan strategi edukatif yang mengedepankan nilai religius sekaligus meningkatkan literasi masyarakat sebagai bentuk sinergi yang efektif dalam menarik nasabah baru

Secara konseptual, pengaruh simultan ini menunjukkan bahwa keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah bukan hanya didorong

oleh aspek spiritual (religi) saja, melainkan juga oleh aspek kognitif berupa pengetahuan. Artinya, ketika seseorang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi namun tidak memahami sistem perbankan syariah, kemungkinan untuk tertarik menabung mungkin belum optimal. Sebaliknya, jika seseorang memiliki pengetahuan yang cukup namun tidak memiliki dorongan religius, efeknya pun menjadi terbatas.

Korelasi positif antara variabel bebas dan minat menabung ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,563, yang dalam interpretasi statistik termasuk kategori korelasi yang cukup kuat. Artinya, terdapat hubungan yang searah dan cukup stabil antara tingkat religiusitas serta pengetahuan dengan minat menabung. Ketika kedua faktor ini meningkat secara bersamaan, maka minat individu untuk menggunakan jasa bank syariah juga cenderung meningkat.

Penyebab utama dari pengaruh simultan ini adalah adanya interaksi yang saling menguatkan antara nilai-nilai spiritual dan informasi rasional yang dimiliki seseorang. Religiusitas mendorong keyakinan bahwa menabung di bank syariah adalah pilihan yang sesuai dengan ajaran agama, sementara pengetahuan memberikan justifikasi logis dan teknis mengapa pilihan itu layak diambil. Kombinasi keduanya menghasilkan keputusan yang lebih mantap dan terarah.

Nilai R Square sebesar 0,317 mengindikasikan bahwa sekitar tiga puluh satu persen variasi dalam minat menabung dapat dijelaskan oleh kombinasi religiusitas dan pengetahuan. Ini berarti bahwa meskipun ada

faktor lain di luar model yang memengaruhi minat menabung, porsi kontribusi dua variabel ini tetap signifikan dan penting untuk diperhatikan dalam konteks pemasaran dan edukasi perbankan syariah.

Adjusted R Square sebesar 0,302 memberikan estimasi yang lebih konservatif dan realistis, mengingat adanya penyesuaian terhadap jumlah prediktor. Hal ini menegaskan bahwa setelah memperhitungkan variabel-variabel dalam model, kontribusi penjelasan terhadap variabel minat menabung tetap kuat. Ini menunjukkan model tidak mengalami overfitting dan cukup baik untuk digunakan dalam pengambilan kebijakan atau strategi pemasaran.

Bagi Bank Syariah Indonesia, hasil ini menunjukkan pentingnya pendekatan ganda dalam menarik nasabah. Tidak cukup hanya mengandalkan nilai-nilai religius dalam kampanye pemasaran, tetapi juga penting untuk memberikan edukasi yang menyeluruh mengenai prinsip dan manfaat sistem keuangan syariah. Edukasi berbasis bukti dan logika akan memperkuat keyakinan yang telah terbentuk dari nilai-nilai spiritual.

Lingkungan sosial yang mendukung nilai religius dan literasi keuangan syariah juga berperan besar dalam menciptakan pengaruh simultan ini. Ketika individu berada dalam ekosistem yang secara bersamaan menekankan pentingnya nilai keislaman dan pemahaman sistem syariah, maka efek dari religiusitas dan pengetahuan akan berlipat ganda dalam membentuk keputusan keuangan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa pengembangan sektor perbankan syariah perlu mempertimbangkan kedua aspek utama tersebut—spiritualitas dan literasi. Religiusitas membentuk kesadaran moral dan motivasi batin, sementara pengetahuan menjadi fondasi bagi pengambilan keputusan yang cerdas dan berdaya. Sinergi keduanya menjadi kunci dalam mendorong minat masyarakat untuk beralih ke layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

2. Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan berpengaruh secara parsial

Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia

Tingkat religiusitas merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku keuangan individu, termasuk dalam hal memilih lembaga keuangan. Dalam konteks bank syariah, nilai-nilai agama menjadi landasan operasional sehingga menarik bagi individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari ambang batas, yang mengindikasikan adanya pengaruh nyata secara statistik.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Sari dan Wibowo (2021) yang menemukan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah terhadap produk perbankan syariah. Selain itu, hasil penelitian ini juga diperkuat oleh temuan dari Maulana dan Azizah (2022), yang menyatakan bahwa tingkat religiusitas individu berkorelasi positif dengan keputusan

memilih bank syariah dibandingkan bank konvensional. Konsistensi ini juga tercermin dalam penelitian-penelitian terbaru tahun 2024–2025, seperti studi oleh mahasiswa UNISKA dan Universitas Negeri Malang yang mengungkapkan bahwa religiusitas menjadi faktor penting secara parsial maupun simultan dalam meningkatkan minat menabung di bank syariah, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian di Ponorogo dan Serang pun memperlihatkan hasil serupa, di mana nilai-nilai keagamaan terbukti menjadi motivator utama dalam memilih layanan keuangan syariah. Dengan demikian, temuan ini tidak hanya mendukung teori sebelumnya, tetapi juga memperkuat relevansi nilai religiusitas sebagai variabel strategis dalam pengembangan layanan perbankan syariah masa kini.

Pengaruh signifikan ini mencerminkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut memiliki preferensi terhadap lembaga keuangan yang sejalan dengan nilai-nilai agama yang dianutnya. Bank syariah menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah seperti larangan riba, keadilan dalam transaksi, dan transparansi. Bagi individu yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip keagamaan, hal ini menjadi daya tarik utama.

Minat menabung tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional semata seperti suku bunga atau kemudahan transaksi, tetapi juga oleh keyakinan bahwa tindakan finansial yang dilakukan selaras dengan ajaran agama. Dalam hal ini, religiusitas berperan sebagai filter moral dan spiritual yang membentuk preferensi dan keputusan ekonomi seseorang. Oleh karena itu,

tingginya tingkat religiusitas dapat mendorong individu untuk lebih memilih produk-produk syariah sebagai bentuk pengamalan keimanan dalam kehidupan sehari-hari.

Penyebab utama dari pengaruh signifikan ini adalah adanya kesadaran individu bahwa sistem perbankan konvensional kerap dianggap tidak sejalan dengan prinsip syariah, terutama karena praktik bunga yang dianggap sebagai riba. Sementara itu, bank syariah memosisikan diri sebagai alternatif yang bersih dari unsur tersebut. Bagi individu religius, kenyamanan batin yang diperoleh karena merasa menjalankan perintah agama dalam pengelolaan keuangan menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan.

Selain itu, adanya program edukasi dan dakwah yang intens dari berbagai pihak mengenai pentingnya muamalah sesuai syariah turut memengaruhi sikap masyarakat. Banyak lembaga keislaman dan tokoh agama yang mendukung penggunaan produk keuangan syariah. Hal ini memperkuat keyakinan masyarakat religius untuk lebih percaya terhadap lembaga keuangan berbasis syariah.

Lingkungan sosial yang mendukung nilai-nilai religius juga memperkuat pengaruh ini. Dalam komunitas yang religius, terdapat kecenderungan untuk mengikuti kebiasaan sosial seperti menabung di bank syariah. Tekanan normatif atau anjuran dari lingkungan sekitar menjadi salah satu pendorong perilaku konsumen, termasuk dalam hal memilih tempat untuk menabung.

Dari sisi psikologis, individu religius juga cenderung mengaitkan keputusan keuangan dengan konsep pahala dan keberkahan. Menabung di bank syariah tidak semata-mata dilihat sebagai keputusan finansial, tetapi juga sebagai amal saleh yang bernilai ibadah. Perspektif ini memperkuat komitmen individu terhadap penggunaan produk perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

Implikasi dari temuan ini penting bagi pihak Bank Syariah Indonesia untuk memperkuat strategi pemasaran berbasis nilai. Pendekatan yang menekankan aspek religius dan spiritual perlu dikedepankan dalam komunikasi merek, promosi, dan inovasi produk. Edukasi publik mengenai prinsip-prinsip syariah serta keterlibatan tokoh agama dapat memperluas basis nasabah dengan tingkat religiusitas tinggi.

Secara keseluruhan, hubungan yang signifikan antara tingkat religiusitas dan minat menabung menunjukkan bahwa aspek keagamaan tidak bisa diabaikan dalam studi perilaku konsumen. Bank syariah harus terus menjaga integritas syariah dalam praktik operasionalnya agar tetap menjadi pilihan utama bagi segmen pasar yang memiliki kepekaan religius tinggi. Dengan demikian, peningkatan religiusitas masyarakat dapat terus dikonversi menjadi pertumbuhan nasabah secara berkelanjutan.

3. Pengetahuan berpengaruh secara parsial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa temuan penelitian ini sejalan dengan kerangka teori *Theory of Planned*

Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (2005). Dalam teori ini, Ajzen menegaskan bahwa faktor latar belakang (misalnya, informasi atau pengetahuan) memiliki peran krusial dalam membentuk keyakinan individu. Hasil penelitian ini secara spesifik menunjukkan bahwa pengetahuan yang didefinisikan sebagai informasi yang tersedia dari berbagai sumber seperti buku, surat kabar, dan media sosial berfungsi sebagai faktor latar belakang yang memengaruhi niat menabung di bank. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris yang menguatkan TPB, bahwa peningkatan pengetahuan dapat memicu minat menabung, yang pada gilirannya merupakan prasyarat penting untuk membentuk niat dan perilaku menabung yang sesungguhnya.

Pengetahuan merupakan salah satu faktor kognitif yang sangat berperan dalam memengaruhi keputusan dan perilaku konsumen, termasuk dalam memilih lembaga keuangan tempat menabung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Temuan ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari ambang batas yang ditetapkan, menandakan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang mengenai sistem perbankan syariah, semakin besar minatnya untuk menabung di institusi tersebut.

Penelitian ini konsisten dengan hasil studi yang dilakukan oleh Fitri dan Nurhayati (2021) yang menemukan bahwa tingkat pengetahuan tentang perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank

syariah, khususnya di kalangan mahasiswa. Selain itu, penelitian oleh Rahmawati dan Sari (2022) juga menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip ekonomi Islam dan praktik perbankan syariah, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan jasa keuangan syariah. Dukungan empiris juga datang dari beberapa penelitian terbaru tahun 2024–2025. Sebagai contoh, studi di Ponorogo menunjukkan bahwa pengetahuan dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian mahasiswa Universitas Negeri Malang tahun 2025 juga mencatat bahwa literasi keuangan syariah menjadi salah satu faktor dominan yang memengaruhi preferensi mahasiswa dalam memilih bank syariah. Pengetahuan yang mencakup pemahaman akad, keuntungan nisbah, serta transparansi transaksi syariah telah mendorong terbentuknya sikap positif terhadap layanan perbankan syariah. Dengan demikian, temuan ini tidak hanya memperkuat hasil-hasil sebelumnya, tetapi juga menegaskan pentingnya edukasi dan literasi keuangan berbasis syariah sebagai strategi dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk-produk keuangan syariah.

Pengaruh ini mencerminkan bahwa individu yang memahami konsep dan prinsip dasar perbankan syariah, seperti larangan riba, prinsip bagi hasil, serta akad-akad yang digunakan dalam transaksi syariah, akan lebih tertarik menggunakan produk-produk keuangan syariah. Pengetahuan memberi dasar bagi seseorang untuk membedakan antara sistem konvensional dan

sistem syariah, sehingga mendorong sikap positif terhadap lembaga keuangan yang dianggap sesuai dengan nilai-nilai yang dipahami.

Salah satu penyebab utama dari pengaruh signifikan ini adalah kurangnya informasi atau pemahaman yang masih menjadi hambatan dalam adopsi perbankan syariah secara luas. Oleh karena itu, ketika seseorang memiliki tingkat pengetahuan yang memadai mengenai bank syariah, maka hambatan tersebut dapat diminimalisir. Individu yang sudah paham merasa lebih yakin dan percaya diri dalam memilih serta menggunakan produk-produk syariah.

Di sisi lain, pengetahuan juga membentuk persepsi yang rasional dan objektif terhadap manfaat serta keunggulan bank syariah. Individu yang mengetahui bahwa bank syariah memiliki kejelasan akad, transparansi transaksi, serta memberikan alternatif keuangan yang etis dan bebas spekulasi, cenderung memiliki preferensi yang lebih kuat untuk menabung di bank tersebut. Pengetahuan membuka ruang untuk mengapresiasi nilai-nilai moral dan ekonomi yang ditawarkan oleh sistem keuangan Islam.

Pengetahuan tidak hanya mencakup pengenalan terhadap istilah-istilah syariah, tetapi juga pemahaman terhadap cara kerja dan keuntungan yang ditawarkan produk-produk seperti tabungan mudharabah atau deposito syariah. Pemahaman ini membentuk sikap positif dan menumbuhkan keyakinan bahwa bank syariah bukan hanya religius secara prinsip, tetapi juga kompetitif dan aman secara finansial.

Edukasi dari lembaga keuangan syariah, kampus, media sosial, serta tokoh masyarakat berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan publik. Ketika bank syariah aktif dalam memberikan sosialisasi dan literasi keuangan berbasis syariah, maka masyarakat lebih teredukasi dan lebih tertarik untuk menjadi nasabah. Artinya, pengetahuan yang terbangun bukan hanya bersifat individu, tetapi juga kolektif.

Lingkungan sekitar yang memiliki tingkat pengetahuan baik tentang keuangan syariah juga berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan seseorang. Ketika individu berada dalam komunitas yang memahami dan membahas topik-topik keuangan syariah, maka pengetahuan pun semakin berkembang melalui interaksi sosial, yang kemudian memicu peningkatan minat menabung di bank syariah.

Implikasi dari temuan ini cukup besar bagi pihak bank syariah. Untuk meningkatkan jumlah nasabah, strategi yang bisa diterapkan adalah meningkatkan literasi masyarakat tentang produk dan layanan syariah, baik melalui kampanye digital, seminar, maupun kolaborasi dengan institusi pendidikan dan keagamaan. Pengetahuan yang disebarkan secara sistematis dapat memperluas basis nasabah yang rasional dan loyal.

Secara keseluruhan, pengetahuan terbukti menjadi faktor signifikan yang memengaruhi minat menabung. Bank syariah tidak hanya bersaing dari sisi layanan dan produk, tetapi juga dari kemampuan mereka mengedukasi masyarakat. Ketika individu tahu dan paham, maka kepercayaan meningkat,

dan minat untuk menjadi bagian dari sistem perbankan syariah pun tumbuh dengan kuat dan berkelanjutan.