Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE), 2022, Vol. 1 No. 7, Hal 196-207

No. ISSN 2797-0760

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah

Laila Nanda Safira[1], Mela Dwi Oktavia[2], Hafizh Dwijasena Wicaksono[3], Muhammad Yodha Raissa Putra[4]
[1234]Universitas Negeri Malang

* laila.nanda.2004216@students.um.ac.id

Abstrak

Indonesia ialah salah satu satu dari sekian negara yang penduduk muslimnya mayoritas di dunia, dengan adanya potensi tersebut maka seharusnya potensinya sangat besar. Tetapi kenyataannya pangsa pasar bank konvensional jauh lebih besar (Tripuspitorini, 2019: p.55). Perbankan Syariah belum bisa meningkatkan pertumbuhan strategi pemasaran dengan cepat atau loncatan pertumbuhan yang memuaskan. Sikap nasabah terhadap bank dapat menjadi tantangan bagi bank untuk menarik nasabahnya. Salah satunya perilaku konsumen yaitu sensitifitas religiusitas. Dalam ajaran agama islam, tingkahalaku individu merupakan perefleksin hubungannya dengan Allah SWT, maka nasabah muslim yang taat akan mengambil jalan yang sesuai hukum Allah yaitu dengan tidak mengambil jalan yang haram, tidak pelit, dan tidak serakah agar sejahtera di dunia serta akhirat kelak (Masrurah, 2015: p. 2). Pada penelitian ini, penulis menyorot faktor yang dipaparkan, diungkapkan dan hasil dari penelitian terdahulu, menyatakan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian. Sehingga, diperlukan adanya pengujian kembali. Dipilih metode kuantitatif guna untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadapUminat mahasiswa menabung mahasiswa di Perbankan Syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah, dengan persentase pengaruhareligiusitasaterhadapaminat mahasiswa menabung di perbankan syariah adalah sebesar 58,20% dan sisanya 41,80% dipengaruhi oleh faktor lain.
Kata kunci : Religiusitas, Menabung, Mahasiswa, Perbankan Syariah.

Abstract

Indonesia is one of several countries with a majority Muslim population in the world, with this potential, the potential should be very large. But in reality the market share of conventional banks is much larger (Tripuspitorini, 2019: p.55). Islamic banking has not been able to increase the growth of marketing strategies quickly or a satisfactory growth jump. The customer's attitude towards the bank can be a challenge for the bank to attract its customers. One of the consumer behavior is religiosity sensitivity. In the teachings of Islam, a person's behavior is a reflection of his relationship with Allah SWT, so obedient Muslim customers will take the path according to Allah's law, namely by not taking the forbidden path, not being stingy, and not greedy so that they are prosperous in the world and the hereafter 2015: p. 2). In this study, the authors highlight the factors described, disclosed and the results of previous studies, stating the inconsistency of the research results. So, a re-test is needed. Quantitative methods were chosen to determine the effect of religiosity on student interest in saving in Islamic banking. Based on the results of research that has been carried out, it is obtained that religiosity has an effect on student interest in saving in Islamic banking, with the percentage of the influence of religiosity on student interest in saving in Islamic banking is 58.2% and the remaining 41.8% is influenced by other factors.
Keywords: *Religiosity, Savings, Students, Islamic Banking*

PENDAHULUAN

Mengacu pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 terdapat dua sistem perbankan di Indonesia yaitu Bank Konvensional (umum) serta Bank Perkreditan Rakyat. Bank Konvensional (umum) dan Bank Perkreditan Rakyat keduanya sama-sama melakukan kegiatan konvensional atau syariah. Dari sini dapat diartikan bahwa di Indonesia memiliki sistem

perbankan ganda, dimana Bank konvensional dan Bank syariah beroperasi bersamaan (Handayani, 2019: p.2).

Menurut Tripuspitorini (2019: p.55), pengembangan dari produk syariah dibandingkan dengan produk dari bank konvensional perkembangannya berjalan jauh lebih lambat. Maka dari itu, diperlukan upaya agar pengembangan bank syariah dapat memenuhi aspek hukum dan peraturan perundang-undangan. Sebagai konsumen (pengguna jasa) lembaga perbankan harus berorientasi kepada minat dari pasar atau minat masyarakat. Bank syariah belum mampu menghasilkan perkembangan yang lebih cepat atau pertumbuhan kuantum yang maksimal dari strategi pemasarannya saat ini. Padahal jika dilihat Indonesia merupakan satu dari beberapa negara dengan jumlah muslim mayoritas di dunia, maka potensi dari hal ini harusnya sangat besar. Tetapi saat ini yang terjadi adalah pasar bank konvensional lebih besar dan lebih berkembang dibandingkan dengan pasar bank syariah. Hal ini menandakan bahwa meskipun penduduk Indonesia mayoritas muslim banyak, pengaruhnya terhadap bank syariah sangatlah kurang. Sehingga muncul tantangan bagi bank syariah pada kondisi perekonomian global yang tidak tentu ini. Maka perbankan syariah harus membuat langkah yang efektif dalam menghadapi kondisi tersebut, serta harus mampu bersaing dengan bank lainnya, yaitu bank konvensional, dalam menarik minat masyarakat. Diluar faktor pengahmbat perkembangan bank syariah, dalam hal ini memperlihatkan bahwa respon dari berbagai lapisan penduduk Indonesia yang kebanyakan atau mayoritas muslim masih kurang berminat untuk menabung pada bank syariah. Sehingga diperlukan pola baru dan dasar yang tepat agar sistem pemasaran bank syariah lebih tepat sasaran dan semakin berkembang. (Mujaddid, 2019: p.17).

Presepsi dan sikap yang dimiliki oleh nasabah terhadap bank dapat mempengaruhi karakteristik bank itu sendiri. Menurut Kotler dan Amstrong (2008: p.174), dalam memberikan penafsiran terhadap suatu informasi dari setiap nasabah tidaklah dengan cara yang sama meskipun sumber dari informasi yang masuk tersebut berasal dari satu sumber. Sehingga ini juga menjadi tantangan bagi suatu bank untuk dapat dapat menarik minat dari nasabah menabung di bank syariah.

Selain perilaku diatas ada hal lain yang menjadi faktor dalam pembentukan perilaku nasabah yaitu sisi religiusitas. Religiuistas adalah faktor yang juga dapat membentuk perilaku nasabah. Dalam ajaran agama islam, perilaku seseorang adalah cerminan hubungannya dengan Allah SWT, sehingga seorang muslim yang taat akan amar ma'ruf nahi mungkar, yaitu meninggalkan yang haram serta menegakkan kebajikan agar dalam hidupnya sejahtera di alam dunia dan akhirat kelak (Masrurah, 2015: p. 2).

Dalam penelitian terdahulu menemukan bahwa faktor keyakinan atau religiusitas dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah (Abimarta, 2013; Utami, 2015; Mulikhah, 2015; Masruroh, 2015; Padmaninggar 2016; Arifin 2016; Ramadhani 2016; Sari 2018; Khotimah 2018; Uniyanti 2018; Handayani, 2019; Tripuspitorini, 2019; Suratno, 2019). Namun, terdapat penelitian lain yang menyatakan bahwa faktor keyakinan atau religiuitas tidak berdampak terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah (Zakaria, 2020; Livia, dkk., 2020; Maghfiroh, 2018).

Pada penelitian ini, penulis menyorot faktor yang dipaparkan, diungkapkan dan hasil dari penelitian terdahulu, menyatakan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian. Sehingga, diperlukan adanya pengujian kembali pada mahasiswa. Terdapat perbedaan natara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu dalam penelitian ini lebih mengkhususkan pada religiuitas mahasiswa dalam menabung di perbankan syariah. Dan membuat peneliti ingin untuk mengetahui tentang apakah sisi religiusitas mahasiswa dapat berdampak terhadap

keinginannya untuk menabungadi Bank Syariah, seberapa besar tingkat pengaruhnya, sertta bagaimana arah pengaruhnya. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti secara khusus mahasiswa di Universitas Negeri Malang.

KAJIAN PUSTAKA

Pengkajian dalam artikel ini dilakukan dengan menggunakan penelitian sebelumnya sebagai acuan untuk menyederhanakan ketika pemungutan data. beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilkerjakan peneliti terdahulu yang dijadikan sebagai referensiadalam penelitian ini adalah:

Penelitian mengenai indikator yang bias berpengaruh pada nasabaha(mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah oleh Ananggadipa Abhimantara (2013). Dimana setiap faktornya berpengaruh secara positif atas keinginan nasabah memutuskan menabung di Bank Syariah, meski tidak signifikan. Hasil yang didapatkan memiliki kesamaan dengan penilitian mengenai pengaruh kelompokareferensi, religiusitas dan motivasi atas keputusan untuk menabung di Bank Syariah oleh Wahyu Utami (2015).

Penelitian berjudul pengaruhkreligiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanankterhadap preferensi menabung pada perbankanjsyariah oleh Alfi Mulikhah (2015). Berdasarkan hasil penelitiannya, dampak religiusitas atas preferensi dalam menabung di perbankan syariah karena kepatuhan agama. Dalam jurnal penelitian yang mganalisis pengaruhotingkat religiusitas dan disposibleoincome dengan minat menabungomahasiswa di perbankan syariah oleh Atik Masruroh (2015). Hasil penelitiannya menunjukan variabel disposible income dan religiusitas Saling berpengaruh jika dimoderasi.

Penelitian yang meneliti pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuanudan jumlah urangysaku terhadap minatumenabung di Bank Umum Syariah oleh Adindara Padmaninggar (2016). Berdasarkan hasil penelitiannya, bahwa antara faktor-faktornya dengan variabel minat menabung Saling berpengaruh positif. Serta penelitian yang yang dilakukan oleh Zaenal Arifin (2016). Menunjukkan besarnya nilai Ftest lebih besar dari Ftabel.

Penelitian dengan judul analisis pengaruh tingkatbreligiusitas, pengetahuankdan lingkunganksosial terhadap minat menabung mahasiswa di bankksyariah kota Malang oleh Nur'aini Ika Ramadhani (2016). Dari hasil penelitian menunjukan bahwa setiap faktor terhadap minat menabung, berpengaruh positif secara simultan. Hasil yang sama juga didapatkan dalam penelitian mengenai bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah oleh Fitria Nurma Sari (2018). Penelitian dengan mengajukan judul pengaruh religiusitas kepercayaan, citra perusahaan dan sistem bagi hasil terhadap minat nasabah menabung dan loyalitas di Bank Syariah Mandiri oleh Nurul Khotimah (2018). Hasil dari penelitian ini menunjukan tentang kepercayaan, religiusitas, citra dari perusahaan, dan sistem pembagian bagi hasil dapat meningkatkan minat konsumen menabung di Bank Syariah Mandiri.

Dalam penelitian oleh Uniyanti (2018), dijelaskan bahwa faktor religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan, dengan nilai probabilitas Sig sebesar 0,258. Sementara penelitian mengenai pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap perilaku memilih bank dengan faktor religiusitas sebagai moderating value oleh Asri Handayani (2019). Berdasarkan hasil penelitiannya, religiusitas tidak berpengaruh dalam hubungan antara pengetahuan dan tingkah laku dalam memilih bank syariah, sementara indikator religiusitas berdampak kepada hubungan antara sikap dan perilaku memilih bank syariah adalalah signifikan.

Penelitian yang serupa oleh Fifi Afiyanti Tripuspitorini (2019), menunjukkan bahwa komitmen dan kepribadian adalah proksi dari religiusiatas secara signifikan berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Sementara dari penelitian pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan dan disposible income terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah oleh Suratno (2019) menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan, yang dibuktikan dengan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel.

Penelitian oleh Livia Deni Zakaria, dkk. yang menggunakan metode yaitu analisis regresi linear berganda menghasilkan sebuah penelitian tentang cara simultan setiap variable religiusitas, fasilitas layanan dan literature keuangan dan bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah, sedangkan secara parsial variabel religiusitas, fasilitas pelayanan, dan literatur keuangan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (Livia, dkk., 2020). Terdapat penelitian lain oleh Maghfiroh yang mengungkapkan tidak adanya pengaruh antara minat menabung di bank syariah dengan religiusitas. sehingga, religiusitas bukan merupakan salah satu aspek yang dapat menyebabkan seseorang untuk bertransaksi di bank syariah (Maghfiroh, 2018).

Bank Syariah

Bank syariah ialah bank dengan kegiatan operasionalnya dijalankan berlandaskan aspek-aspek syariah serta mengikuti fatwa yang telah dikeluarkan oleh DewanaSyariahaNasioanlaMajelisaUlamaaIndonesia (Shandy, 2018). Bank syariah bergerak sesuai Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008.

Menurut Muhith (2012), bank syariah yang berdiri paling awal adalah Bank Muamalat di tahun 1992. Dalam perkembangannya mengalami perlambatan jika dibandingkan dengan negara muslim di dunia, pada kurun waktu 1992 sampai 1998 baru berdiri satu unit bank syariah, tahun 1999 meningkat menjadi tiga unit dan tahun 2000 bertambah menjadi enam unit. Sementara jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah mencapai delapan puluh enam unit dan terus bertambah seiringnya dengan masuk bank syariah baru dan dibukanya unit usaha syariah di bank konvensional.

Produk Bank Syariah

Bank syariah memiliki berbagai macam produk yang dipromosikan kepada para nasabah dalam konsep dasar operasionalnya yaitu, prinsip simpanan atau Wadiah; prinsip bagi hasil seperti syirkah, musyarakah dan mudharabah; prinsip jual beli atau tijarah; prinsip sewa seperti ijarah, murabahah, salam dan istihna; prinsip jasa atau al-ajr wal umulah) dan prinsip garansi (kafalah) (Sumantri, 2014; Rahmawaty, 2014).

Religiusitas

Religiusitas merupakan pendalaman serta pembelajaran aspek-aspek agama di dalam batin serta pikiran individu. kondisi ini memiliki hubungan terhadap keyakinan terhadap pemahaman agama baik di dalam batin ataupun ucapan. Keyakinan ini selanjutnya diinterpretasikan ke bentuk perilaku serta perbuatan sehari-hari (Aviyah, 2014). Religiusitas terdapat dasar teologi yang bersumber dari tuntunan atau pemahaman mengenai agama, religiusitas memiliki implementasi ibadah yang bila diaplikasikan dalam kehiduapna akan berdampak terhadap psikologis bagi pribadi masing-masing bila dilakukan dengan khidmat yang ditunjukkan kepada Tuhan yang Maha Suci (Amir, 2016). Sehingga kesimpulannya bahwa religiusitas adalah bentuk hubungan antara manusia dengan sang pencipta yang diterapkan dalam kehidupan manusia secara terinternalisasi.

Dimensi Religiusitas

Berdasarkan Glock (Mayasari, 2014), dimensi religiusitas ada lima, yaitu:

1. Dimensi pemikiran, yaitu bentntuk dari keberagaman yang berkaitan dengan keimanannya. Seperti kepercayaan terhadap tuhan, malaikat, surga ataupun neraka.
2. Dimensi peribadatan, yaitu dimensi praktikal dalam peribadatan terhadap tuhan yang sudah ditetapkan oleh agama. Seperti praktik shalat, berpuasa maupun zakat.
3. Dimensi penghayatan, yaitu dimensi yang memiliki hubungan erat antara ketenagan batin yang dimiliki oleh seseorang dalam beragama atau seberapa jauh penghayatan dalam ritual keagamaan. Seperti khusyuk dalam menunaikan shalat.
4. Dimensi pengetahuan, yaitu dimensi mengenai pengetahuan seoarang penganut agama terhadap ajaran-ajaran agamanya.
5. Dimensi pengamalan, yaitu hubungan timbal balik atas penerapan ajaran agama yang dianutnya melalui cerminan sikap di kehidupan sehari-hari ataupun bermasyarakat.

Hubungan Religiusitas dengan Minat Menabung di Bank Syariah

Lembaga perbankan ialah bagian yang tidak bisa lepas dari dunia perekonomian, termasuk lembaga perbankan syariah. Bank syariah memberlakukan prinsip syariah sebagai alternatif bagi masyarakat islam dalam menghadapi perbankan konvensional yang menggunakan pola ribawi. Menurut Edy (2019) individu yang paham secara rohaniyah selalu percaya bahwasannya Allah selalu mengawasi setiap perbauatan makhluknya termasuk dalam kegiatan perkonomian. Dengan menabung di perbankan syariah menjadi alternatif halal sesuai ajaran agama islam dan mematuhi perintah Allah. Dengan adanya religiusitas yang dimiliki oleh individu dapat memahami jika menabung di bank syariah, secara langsung dia akan membantu orang yang membutuhkan dalam perkeonomiannya dikarenakan sistemubagi hasil yang diaplikasikan dalam pengelolaannya oleh bank syariah dapat saling membantu sesama umat islam. Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada yakni mengenai hubungan religiusitas dengan minat menabung diperbankan syariah, maka akan sangat menarik jika penelitian ini dilaksanakan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar lebih dapat menyelami pengaruh dari religiusitas terhadap keinginan menabung mahasiswa di Perbankan Syariah. Sehingga dalam penelitian ini, rumusan hipotesis yaitu:

H0: Tidak ada pengaruh antara religiusitas terhadap minat Mahasiswa menabung di Perbankan Syariah

H1: Ada pengaruh antara religiusitas terhadap minat Mahasiswa menabung di Perbankan Syariah

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif dipilih sebagai metode dalam penelitian ini. Metode ini digunakan untuk mencari dampak religiusitas terhadaphminat mahsiswa menabung di Perbankan Syariah. Akan dilakukan pengambilan data primer melalui penyebaran kuesioner melalui link google form kepada responden. Data primer merupakan sekumpulan data yang dijadikan satu oleh peneliti secara langsung dari populasi penelitian (Suharyadi dan Purwanto, 2016:15). Data diperoleh dalam bentuk angka untuk menjawab seberapa besar pengaruhnya. Pada penyusunan kuesioner, digunakan skala likert dengan rentang 1ahingga 5 dimulai dari penilaian sangat tidak setuju hingga sangat setuju pada setiap sebuah pertanyaan/pernyataan, dengan diberi skor 1 sampai dengan 5.

Variabel Penelitian

Variabel di penelitian ini terdapat dua jenis, yaitu variabel religiusitas sebagai variabel independent (variabel X) dan variabel minat menabung di Perbankan Syariah sebagaisvariabel dependent (variabel Y).

Sampel

Dalam penelitian ini, Mahasiswa Universitas Negeri Malang dipilih sebagai populasi, yang diambil sampel dengan membuat beberapa kriteria: (1) Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (2) Beragama Islam. Sampel diperoleh dengan pengambilan sampel acak dengan adanya pertimbangan atau teknik purposive random sampling.

Analisis Data

Pada penelitian ini metode Uji Regresi Sederhana dipilih sebagai cara untuk menganalisis data dengan memakai aplikasi SPSS 22. Uji Regresi Linear Sederhana digunakan untuk menguji seberapa jauh dan bagaimana arah satu variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sebelum dilaksanakan uji hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian yaitu uji validitas serta uji reliabilitas kepada setiap pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner dengan bantuan program SPSS 22, untuk menguji bahwa pertanyaan/pernyataan benar-benar valid dan reliabel.

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r hitung (yang ditunjukkan pada kolom corrected item-total correlations pada setiap pertanyaan/pernyataan). Apabila diperoleh nilai dari r hitung > r tabel, maka pertanyaan/pernyataan tersebut dinyatakan valid, begitupun sebaliknya (Sugiyono, 2016: 182).

Menurut Ghozali (2006: 41) kuesioner yang reliabel yaitu kuesioner yang konsisten dari waktu-kewaktu atas jawaban dari responden terhadap pernyataan/pernyataan. Untuk uji validitas dilakukan dengan cara menghitung koefisien cronbach alphanya dari setiap pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal, jika didapatkan hasil koefisien cronbach alpha > 0,6 (Ghozali, 2006: 42).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas pada setiap butir pertanyaan/pernyaataan pada variabel religiusitas mahasiswa akan ditunjukkan pada Gambar 1 dan Tabel 1di bawah ini:

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Religiusitas Mahasiswa
X1	Pearson Correlation	1	1.000**	1.000**	1.000**	.018	1.000**	.018	.319*	.555**	.336*	.233	.143	.617**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.899	.000	.899	.024	.000	.017	.104	.323	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	1.000**	1	1.000**	1.000**	.018	1.000**	.018	.319*	.555**	.336*	.233	.143	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.899	.000	.899	.024	.000	.017	.104	.323	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1	1.000**	.018	1.000**	.018	.319*	.555**	.336*	.233	.143	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.899	.000	.899	.024	.000	.017	.104	.323	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X4	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1	.018	1.000**	.018	.319*	.555**	.336*	.233	.143	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.899	.000	.899	.024	.000	.017	.104	.323	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X5	Pearson Correlation	.018	.018	.018	.018	1	.018	1.000**	.026	.147	.833**	.568**	.399**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.899	.899	.899	.899		.899	.000	.856	.310	.000	.000	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X6	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.018	1	.018	.319*	.555**	.336*	.233	.143	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.899		.899	.024	.000	.017	.104	.323	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X7	Pearson Correlation	.018	.018	.018	.018	1.000**	.018	1	.026	.147	.833**	.568**	.399**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.899	.899	.899	.899	.000	.899		.856	.310	.000	.000	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X8	Pearson Correlation	.319*	.319*	.319*	.319*	.026	.319*	.026	1	.091	.128	.201	.145	.364**
	Sig. (2-tailed)	.024	.024	.024	.024	.856	.024	.856		.529	.376	.162	.316	.009
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X9	Pearson Correlation	.555**	.555**	.555**	.555**	.147	.555**	.147	.091	1	.323*	.260	.083	.505**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.310	.000	.310	.529		.022	.068	.565	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X10	Pearson Correlation	.336*	.336*	.336*	.336*	.833**	.336*	.833**	.128	.323*	1	.693**	.495**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.017	.017	.017	.017	.000	.017	.000	.376	.022		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X11	Pearson Correlation	.233	.233	.233	.233	.568**	.233	.568**	.201	.260	.693**	1	.564**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.104	.104	.104	.104	.000	.104	.000	.162	.068	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X12	Pearson Correlation	.143	.143	.143	.143	.399**	.143	.399**	.145	.083	.495**	.564**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.323	.323	.323	.323	.004	.323	.004	.316	.565	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Religiusitas Mahasiswa	Pearson Correlation	.617**	.617**	.617**	.617**	.707**	.617**	.707**	.364**	.505**	.872**	.755**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Gambar1. Hasil Uji Validitas terhadap X

Sumber: *Output* SPSS 22 (2021)

Tabel 1. Uji Validitas Terhadap Variabel X

Item pertanyaan/pernyataan	*r* hitung	*r* tabel = 0,361031 α = 0,01; n = 50 dk=n-2=50-2=48	Keterangan
X_1	0,617	0,361	Valid
X_2	0,617	0,361	Valid
X_3	0,617	0,361	Valid
X_4	0,617	0,361	Valid
X_5	0,707	0,361	Valid
X_6	0,617	0,361	Valid
X_7	0,707	0,361	Valid
X_8	0,364	0,361	Valid
X_9	0,505	0,361	Valid
X_{10}	0,872	0,361	Valid
X_{11}	0,755	0,361	Valid
X_{12}	0,617	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS 22 (2021)

Dengan melihat pada Gambar 1 dan Tabel 1 diatas hasil uji validitas terhadap variabel X yaitu setiap item pertanyaan/pernyataan pada variabel Religiuitas Mahasiswa dikatakan Valid karena r hitung > r tabel.

Hasil uji validitas pada setiap butir pertanyaan/pernyaataan pada variabel minat mahasiswa menabung di perbankan syariah akan ditunjukkan pada Gambar 2 dan Tabel 2 di bawah ini:

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Minat Menabung di Perbankan Syariah
Y1	Pearson Correlation	1	.444**	.201	.201	.931**	.307*	.259	.227	.201	.747**
	Sig. (2-tailed)		.001	.162	.162	.000	.030	.069	.114	.162	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	.444**	1	.036	.036	.427**	.166	.295*	.013	.036	.524**
	Sig. (2-tailed)	.001		.802	.802	.002	.248	.037	.931	.802	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	.201	.036	1	1.000**	.081	.254	.246	.237	1.000**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.162	.802		.000	.575	.075	.085	.097	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.201	.036	1.000**	1	.081	.254	.246	.237	1.000**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.162	.802	.000		.575	.075	.085	.097	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	.931**	.427**	.081	.081	1	.236	.109	.101	.081	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.575	.575		.099	.452	.485	.575	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson Correlation	.307*	.166	.254	.254	.236	1	.399**	.153	.254	.559**
	Sig. (2-tailed)	.030	.248	.075	.075	.099		.004	.288	.075	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y7	Pearson Correlation	.259	.295*	.246	.246	.109	.399**	1	.309*	.246	.545**
	Sig. (2-tailed)	.069	.037	.085	.085	.452	.004		.029	.085	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y8	Pearson Correlation	.227	.013	.237	.237	.101	.153	.309*	1	.237	.427**
	Sig. (2-tailed)	.114	.931	.097	.097	.485	.288	.029		.097	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y9	Pearson Correlation	.201	.036	1.000**	1.000**	.081	.254	.246	.237	1	.672**
	Sig. (2-tailed)	.162	.802	.000	.000	.575	.075	.085	.097		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Minat Menabung di Perbankan Syariah	Pearson Correlation	.747**	.524**	.672**	.672**	.628**	.559**	.545**	.427**	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Gambar 2. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Y

Sumber: Output SPSS 22 (2021)

Tabel 2. Uji Validitas Terhadap Variabel Y

Item pertanyaan/pernyataan	r hitung	r tabel = 0,361031 α = 0,01; n = 50 dk=n-2=50-2=48	Keterangan
Y_1	0,747	0,361	VALID
Y_2	0,524	0,361	VALID
Y_3	0,672	0,361	VALID
Y_4	0,672	0,361	VALID
Y_5	0,628	0,361	VALID
Y_6	0,559	0,361	VALID
Y_7	0,545	0,361	VALID
Y_8	0,427	0,361	VALID
Y_9	0,672	0,361	VALID

Sumber: Output SPSS 22 (2021)

Berdasarkan Tabel 1.3 dan Tabel 1.4 diatas hasil uji validitas terhadap variabel Y yaitu setiap item pertanyaan/pernyataan pada variabel Minat Menabung di Perbankan Syariah diputuskan Valid karena r hitung > r tabel.

Hasil uji validitas menggunakan progam SPSS 22 dengan melihat pada rTabel pada tabel 1.1 dengan signifikansi untuk uji dua arah 0,01 diperoleh dari nilai dari sampel (N) = 50 sebesar 0,361. Sehingga melihat dari hasil uji validitas, menunjukkan untuk keseluruhan variabel (X) yang terdiri dari X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9, X10, X11, dan X12 keseluruhan menunjukkan hasil nilai raHitung > dari pada raTabel. Selain itu variable (Y): Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, dan Y9 keseluruhan menunjukkan nilai raHitung > daripada raTabel. Sehingga kesimpulan yang diambil adalaha bahwa semua butir pertanyaan/pernyataan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, untuk menguji reliabilitas setiap item pertanyaan/pernyataan kami menggunakan program SPSS 22. Hasil penelitian disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.844	.887	12

Sumber: Output SPSS 22 (2021)

Pada Tabel 3 tersebut diperoleh hasil perhitungan realibilitas data dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,844. Angka 12 pada tabel tersebut menunjukkan bahwa pernyataan yang diolah berjumlah 12.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.773	.788	9

Sumber: Output SPSS 22 (2021)

Pada Tabel 4 diatas dijelaskan bahwa hasil perhitungan realibilitas data dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,773. Angka 9 pada tabel tersebut menunjukkan bahwa pernyataan yang diolah berjumlah 9.

Dari hasil uji reliabilitas pada program SPSS 22 diperoleh seluruh nilai untuk variabel X dan Y, didapatkan nilai alpha cronbach's > 0,6. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwasannya setiap butir pertanyaan/pernyatan di kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Regresi Linier Sederhana

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5. Variabel Penelitian

Variables Entered/Removed[a]

Model	*Variables Entered*	*Variables Removed*	Method
1	Religiusitas Mahasiswa[b]		Enter

a. *Dependent Variable*: Minat Menabung di Perbankan Syariah

b. *All requested variables entered.*

Sumber: Output SPSS 22 (2021)

Dapat perhatikan dari Tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa Religiuitas Mahasiswa merupakan variabel bebas dan Minat Menabung di Perbankan Syariah merupakan variabel terikat.

Hasil uji korelasi/hubungan untuk menunjukkan besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y ditunjukkan pada Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6. *Model Summary*

Model Summary

Model	R	R *Square*	*Adjusted* R *Square*	Std. *Error of the Estimate*
1	.763[a]	.582	.574	2.012

a. *Predictors*: (*Constant*), Sosialisasi

Sumber: Output SPSS 22 (2021)

Tabel 6 memperlihatkan besarnya nilai korelasi/ hubungan (R), yakni sebesar 0,763, dengan besarnya presentase koefisien determinasi hasil dari penguadratan R yang merupakan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, diperoleh (R2) sebesar 0,582, menunjukkan bahwa pergaruh variabel independent (Religiuitas Mahasiswa) terhadap variabel dependent (Minat Menabung di Perbankan Syariah) adalah sebesar 58,20 %, sedangkan sisanya yakni 41,80 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel X. Besarnya presentase tersebut disebabkan karena bukan hanya tingkat religisitas yang mempengaruhi minat seseorang untuk menabung menggunakan perbankan syariah, melainkan masih terdapat fator-faktor lain.

Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini:

Tabel 7. Uji F Anova

ANOVA[a]

Model		*Sum of Squares*	df	*Mean Square*	F	Sig.
1	*Regression*	270.933	1	270.933	66.915	.000[b]
	Residual	194.347	48	4.049		
	Total	465.280	49			

a. *Dependent Variable*: Minat Menabung di Perbankan Syariah

b. *Predictors*: (*Constant*), Religiusitas Mahasiswa

Sumber: Output SPSS 22 (2021)

Dapat dilihat dari Tabel 7, yakni terdapat pengaruh yang nyata secara signifikan dari variabel Religiuitas Mahasiswa (X) terhadap variabel Minat mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah (Y). Dari output tersebut terlihat bahwa F hitung = 66,915 dengan tingkat signifikansi / propabilitas 0,000. Tingkat signifikansi fungsinya adalah untuk mendapat jawaban apakah suatu variabel berpengaruh signifikan atau tidak. Berdasarkan hasil uji di atas diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H0 tidak diterima dan Ha diterima, yang artinya Variabel X yaitu Religiusitas Mahasiswa berpengaruh seacra signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah. H0 tidak dapat diterima karena, hasil uji T menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan.

Hasil Uji T dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini:

Tabel 8. Uji T

Coefficients

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(*Constant*)	4.831	4.416		1.094	.279
	Sosialisasi	.643	.079	.763	8.180	.000

a. *Dependent Variable*: Minat Menabung di Perbankan Syariah

Sumber: Output SPSS 22 (2021)

Pada Tabel 8 diatas , pada pada Constant (a) di kolom B sebesar 4,831 dan nilai Religiusitas Mahasiswa (b) adalah 0,643. Jadi untuk persamaan/ model regresinya dapat ditulis:

Y = a +bX atau 4,831 + 0,643X

Nilai kostanta positif sebesar 4,831 menunjukkan pengaruh positif variabel independen (Religiuitas Mahasiswa). Bila variabel religiusitas naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel Minat Menabung di Perbankan Syariah akan naik atau terpenuhi.

Koefisien regresi X sebesar 0,643 menyatakan bahwa jika Religiuitas Mahasiswa (X) mengalami kenaikan satu satuan, maka Minat mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,643 atau 64, 3%.

KESIMPULAN

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh dari religiusitas dengan minat menabung mahasiswa di perbankan syariah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan,

diperoleh hasil bahwa religiusitasoberpengaruh terhadap minatkmenabung mahasiswa di perbankan syariah. Hal tersebut dibuktikan dari diperolehnya koefisien determinasi (R2) sebesar 0,582, yang artinya pengaruhlreligiusitas terhadap minatnmahasiswa menabung di perbankan syariah yaitu sebesar 58,2 %, sedangkan sisanya sebesar 41,8 % dipengaruhi oleh faktormlain diluar variabel X. Selain itu, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebihpkecil dari 0,05, sehingga religiusitas dapat dikatakan berpengaruh seacara signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah. Diperoleh koefisien regresiireligiusitas sebesar 0,643 menyatakan bahwa jika Religiuitas Mahasiswa naik satu satuan, maka minat mahasiswa menabung di Perbankan Syariah dapat pula meningkat sebesar 0,643 atau 64, 3%.

Terdapat keterbatasan selama melakukan penelitian ini, yaitu ada beberapa keterbatasan seperti sedikitnya responden yang diambil, yaitu responden yang mengisi formulir cukup sedikit. Selain itu, prosentase pengaruh reiligiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah hanya 58,20% dan sisanya 41,80% faktor lain yang mempengaruhi. Besarnya presentase tersebut disebabkan karena bukan hanya faktor religiusitas saja yang dapat menjadi faktor yang berpengaruh terhadap seseorang untuk bertransaksi atau menabung menggunakan bank syariah. Masih terdapat factor-faktor lain seperti pengetahuan, sosialisasi, lingkungan, dan lainnya.

Dari keterbatasan-keterbatasan tersebut, peneliti mengharapkan untuk bisa dijadikan sebagai rujukan untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya. Peneliti mengharapkan untuk penelitian selanjutnya agar meneliti faktor lain yang kemungkinan memberikan pengaruh terhadap minat seseorang untuk menabung di perbankan syariah, seperti pengetahuan produk bank syariah, pengaruh orang sekitar, disposible income dan pelayanan bank syariah.

REFERENCES

Abhimantra, A. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah. 46(3), 27–29. http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/5229465

Afiyanti, F. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69.

Amir, Y., Rini, D., & Hamka, U. R. (2016). Religiusitas Dan Spiritualitas: Konsep yang Sama atau Berbeda?. *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris*, 2(2), 67–73.

Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(02), 126–129. doi:https://doi.org/10.30996/persona.v3i02.376

Edy Susanto, M. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswi Darush Shalihat. Journalkof ChemicaluInformation and Modeling, 53(9), 1689–1699.

Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayani, A., Azman, H. A., & Novel, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah dengan Faktor Religiusitas Sebagai *Moderating Variable*. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 3(1), 1. doi:https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934

Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05(01), 37–48.

Lestari, A. M. (2015). Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah.

Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darus Shalihat. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.

Mayasari, R. (2014). Religiusitas Islam dan Kebahagiaan (Sebuah Telaah dengan Perspektif Psikologi). *Al-Munzir*, 7(2), 81–100.

Muhith, A. (2012). Sejarah Perbankan Syariah. *Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan*, 01, 69–84.

Nasrullah, M. (2015). *Islamic Branding*, Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam*, 13(2), 79. doi:https://doi.org/10.28918/jhi.v13i2.487

Padmaninggar, A. (2016). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Jumlah Uang Saku terhadap Minat Menabung di Bank Umum Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2), 1–134.

Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi tentang Bank Syari'ah terhadap Minat Menggunakan Produk di Bni Syari'ah Semarang. *Addin*, 8(1), 1–28.

Ramadhani, N., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 79–87.

Shandy Utama, A. (2018). Sejarah dan Perkembangan Regulasi Mengenai Perbankan Syariah dalam Sistem Hukum Nasional di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 2(2), 187. doi:https://doi.org/10.25072/jwy.v2i2.180

Sari, F. N. (2013). Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta: Bandung.

Suharyad & Purwanto, S.K. (2016). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 3 Buku 2*. Jakarta: Selemba Empat.

Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan. *Jurnal Economia*, 10, 141–147.

Suratno. (2019). *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan DisposiblepIncome Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah FEBI IAIN Purwokerto)*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.

Utami, W., Sangen, M., & Rachman, M. Y. (2015). AnalisislPengaruh Religiusitas, KelompokjReferensi dan Motivasi terhadaplKeputusan Menabung di Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 2(1), 79–90.

Zakaria, L. D., Afifudin, & Mawardi, M. C. (2020). Pengaruh Religiusitas, Fasilitas Layanan, Literasi Keuangan dan Bagi Hasil terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 09(11), 25–26.