

**PENGARUH PENGETAHUAN, REPUTASI, RELIGIUSITAS, DAN MOTIVASI
TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA
KCP BUNG TOMO**

(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Sungai Keledang)

Aris Tri Cahyono¹, Dina Rahmawanti²

tricahyonoster@gmail.com¹, dinarahmawanti298@gmail.com²

^{1,2}.Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda

¹²) Jl. Cipto Mangunkusumo Samarinda

Abstract

This study uses quantitative methods. The data collection technique in this study used a questionnaire distribution technique. The sample in this study were 114 respondents. Data analysis techniques that will be used in this study are Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression Test, t Test, f Test, Correlation Coefficient, Coefficient of Determination and using IBM SPSS Version 23 software. The results of this study partially knowledge variables have a significant effect on interest in saving at PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, seen from $T_{count} > T_{table}$ ($2.812 > 1.981$) and sig value of $0.006 < 0.05$, partially reputation variable has no significant effect on interest in saving at PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, seen from $T_{count} < T_{table}$ ($1.249 < 1.981$) and sig value of $0.214 > 0.05$, partially religiosity variable has no significant effect on interest in saving at PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, seen from $T_{count} < T_{table}$ ($1.279 < 1.981$) and the sig value of $0.204 > 0.05$, partially the motivation variable has a significant effect on the interest in saving at PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, seen from $T_{count} > T_{table}$ ($2.423 > 1.981$) and sig value of $0.017 < 0.05$, simultaneously the variables of knowledge, reputation, religiosity and motivation affect interest in saving at PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, seen from $F_{count} > F_{table}$ ($10.955 > 2.45$) and the sig value is $0.000 < 0.05$.

Keywords: Saving Interest, Motivation, Knowledge, Religiosity, Reputation.

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 114 responden. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi serta menggunakan *software* IBM SPSS Version 23. Hasil dari penelitian ini secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, dilihat dari $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,812 > 1,981$) dan nilai sig sebesar $0,006 < 0,05$, secara parsial variabel reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, dilihat dari $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($1,249 < 1,981$) dan nilai sig sebesar $0,214 > 0,05$, secara parsial variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, dilihat dari $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($1,279 < 1,981$) dan nilai sig sebesar $0,204 > 0,05$, secara parsial variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, dilihat dari $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,423 > 1,981$) dan nilai sig sebesar $0,017 < 0,05$, secara simultan variabel pengetahuan, reputasi, religiusitas dan motivasi berpengaruh terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, dilihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($10,955 > 2,45$) dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Minat Menabung, Motivasi, Pengetahuan, Religiusitas, Reputasi.

PENDAHULUAN

Organisasi Konferensi Islam (OKI) menjadi tuan rumah saat konferensi Menteri luar negeri (Menlu) dilakukan di kota Karachi, Pakistan pada tahun 1970, bank-bank islam atau bank syariah dilaporkan mulai terbentuk. Menurut Kasmir (2014) terbentuknya Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akta pendiriannya ditandatangani pada 1 November 1991, merupakan lahirnya bank-bank syariah di Indonesia sebagai hasil usaha tim perbankan MUI.

PT Bank Muamalat Indonesia merupakan bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan



prinsip syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya, yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Adapun bank-bank lain yang juga menerapkan prinsip syariah yakni PT Bank BTN syariah, PT Bank BNI syariah, PT bank BRI syariah, PT bank Mandiri syariah dll.

Melihat banyaknya bank yang telah menjalankan prinsip syariah, diharapkan hal ini bisa memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan bank syariah di Indonesia yang merupakan salah satu Negara mayoritas penduduknya beragama Islam. Namun pada faktanya partisipasi umat Islam terhadap bank syariah masih sangat rendah yang seharusnya mampu melakukan transaksi berdasarkan prinsip dan syariat Islam yang berpegang pada Al-Qur'an dan Al-Hadist, khususnya di bidang ekonomi. Salah satunya adalah dengan menggunakan bank syariah sebagai entitas keuangan yang mengikuti prinsip syariah. Bank syariah dikenal sebagai bank bebas riba. Riba adalah biaya untuk menyelesaikan pelunasan pada kebutuhan atau pembayaran pinjaman dasar yang didasarkan pada persentase dari jumlah yang dibayarkan kepada debitur.

Tidak berbeda dengan bank konvensional, bank syariah juga melakukan persaingan untuk merebut nasabah, pihak bank cenderung mempengaruhi para nasabah dengan tekanan dari faktor-faktor internal berupa inovasi-inovasi dan keunggulan dalam bersaing melalui perbaikan produk dan perbaikan sumber daya manusia. Menjaga dan mempertahankan minat masyarakat bukanlah pekerjaan yang mudah. Sebagai sebuah praktik keuangan di masyarakat yang sebelumnya hanya dikenal dengan istilah bank konvensional, keberadaan dan praktik bank syariah di Indonesia masih perlu di sosialisasikan kepada masyarakat (Rizal dan Ridwan, 2018).

Berbagai upaya dilakukan bank untuk menarik minat calon nasabah untuk menabung di bank syariah, salah satunya yaitu pengetahuan. Pengetahuan adalah informasi yang bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet bahkan juga bisa dari pengalaman seseorang. Pengetahuan merupakan pengalaman yang terekam dalam kesadaran seseorang (Ramadhani *et al.*, 2019). Pengetahuan dilakukan bank dengan tujuan untuk mencari tahu pengetahuan masyarakat terhadap bank bank syariah, Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan itu sendiri dapat diperoleh melalui pendidikan formal atau non formal. Jadi, pengetahuan sangat erat hubungannya dengan pendidikan seseorang (Rosyid dan Saidiah, 2016).

Namun berbeda dengan fenomena yang terjadi pada penelitian ini, dimana responden lebih dominan berpendidikan minimal SMA/SMK sederajat dan pengetahuan yang dimiliki mengenai sistem operasional maupun produk dan jasa bank syariah masih sangat rendah, karena itulah responden kurang memiliki minat untuk menabung di bank syariah.

Selain itu juga terdapat variabel pendorong lainnya yakni reputasi yang dimiliki bank syariah dapat menjadikan minat bagi responden untuk menabung di bank syariah karena nama baik yang dimiliki oleh bank syariah.



Religiusitas ditentukan dalam konteks bahwa individu berkomitmen pada agamanya tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku, sehingga menjadi salah satu bagian dari masyarakat yang menjadi minat menabung pada bank syariah.

Motivasi dan minat merupakan sesuatu yang berhubungan satu dengan yang lainnya, motivasi mendorong timbulnya minat, semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh responden maka semakin kuat minat responden dalam menggunakan produk bank syariah. Jadi kesimpulan dari penjelasan diatas bahwa faktor yang mempengaruhi minat salah satunya yaitu motivasi.

Melihat dari permasalahan diatas dapat diatasi dengan cara pemerintah maupun lembaga terkait mengadakan sosialisasi. Salah satunya dengan mengadakan kajian ekonomi Islam. Dengan mengadakan kajian atau seminar-seminar maka akan menambah pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah. Seperti tahun 2021 tepatnya pada bulan desember, PT Bank Syariah Indonesia mengadakan Seminar Online di Auditorium 22 Dzulhijjah UINSI Samarinda tentang “Preferensi Keuangan Syariah”, dengan adanya seminar tersebut akhirnya membuat masyarakat mengetahui tentang PT Bank Syariah Indonesia.

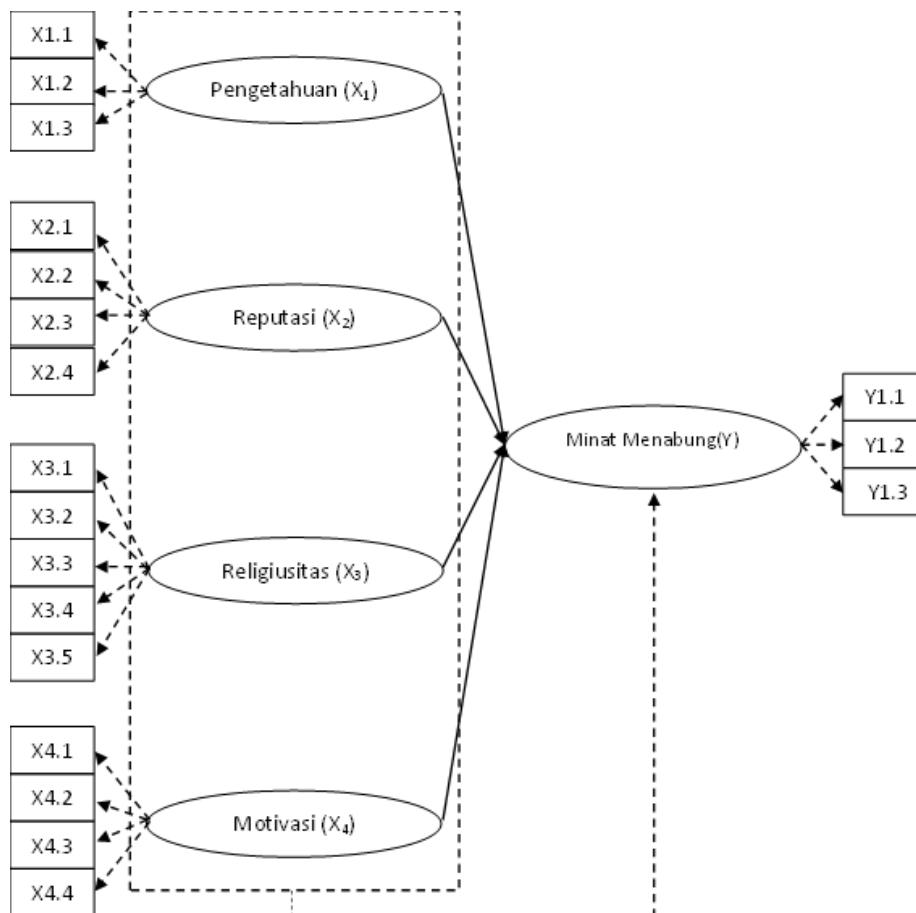
Secara makro, dengan mayoritas penduduknya yang beragama Islam, Indonesia memiliki potensi yang luar biasa karena tidak menutup kemungkinan bagi pemilik bank negara, swasta nasional, bahkan pihak internasional untuk mengoperasikan cabang syariah di Indonesia. Dengan pengenalan potensi ini, transaksi keuangan di sektor perbankan kita pasti akan meningkat, terutama jika ada interaksi kerjasama antar lembaga-lembaga Islam (Rusby, 2017).

Melihat perkembangan bank syariah yang saat ini masih kurang diminati oleh masyarakat, khususnya warga Kelurahan Sungai Keledang dalam pandangannya terhadap perbankan syariah. Banyak individu memiliki kesan yang salah tentang bank syariah karena kurangnya kesadaran masyarakat terhadap aktivitas perusahaan jasa keuangan perbankan syariah. Mereka berargumen bahwa bank syariah hanyalah bank biasa dengan nama islam yang terlampir dan tidak ada perbedaan antara bank syariah dan konvensional, oleh karena itu mereka tidak akan memiliki dorongan yang lebih besar untuk menabung di bank syariah.

Di sini penulis ingin meneliti seberapa besar minat masyarakat Kelurahan Sungai Keledang dalam menabung di Bank Syariah Indonesia. Kelurahan Sungai Keledang merupakan Kelurahan yang berada di Kecamatan Samarinda Seberang dengan jumlah penduduk yang cukup banyak. Penduduk di wilayah Kelurahan Sungai Keledang pastinya sudah tidak asing lagi dengan perbankan syariah, tetapi tidak banyak masyarakat yang mengetahui bahwa ada tiga bank syariah yang saat ini telah dilakukan penggabungan (*merger*) menjadi BSI.



Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Keterangan Gambar:

————→ = Berpengaruh secara parsial

-----→ Berpengaruh secara simultan

1. Variabel Independen (bebas) dalam penelitian ini adalah pengetahuan (X_1), reputasi (X_2), religiusitas (X_3) dan motivasi (X_4).
2. Variabel Dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah Minat Menabung (Y)

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.



1. Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo..
2. Reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo.
3. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo.
4. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo.
5. Pengetahuan, reputasi, religiusitas dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Dalam Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kelurahan Sungai Keledang tepatnya di Jl Bung Tomo Samarinda Seberang.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kelurahan Sungai Keledang. Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling non probability* dengan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kelurahan Sungai Keledang yang berusia 17 tahun ke atas dan memiliki pendidikan minimal SMA/SMK Sederajat.

Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti menggunakan teori Hair *et al.* (2014) dinyatakan sebaiknya ukuran sampel dengan minimal 100 atau lebih besar. Ukuran sampel dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut: jumlah indikator x 5 s.d 10. Dan indikator dalam penelitian ini ialah 19 indikator, sehingga didapatkan jumlah sampel = 19 indikator x 6 = 114 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Dan apabila signifikansinya sebesar $< 0,05$ atau 5% sehingga apabila nilai



signifikansinya sebesar 0,05 berarti data tersebut dinyatakan valid. Untuk dapat mengetahui ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan atau pernyataan dapat dilihat dari perbandingan antara koefisien r hitung dengan koefisien r tabel (Ghozali, 2018). Berikut adalah hasil uji validitas dari penelitian ini:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Pengetahuan (X1)	X1	0,862	0,1840	<i>Valid</i>
		X2	0,902	0,1840	<i>Valid</i>
		X3	0,863	0,1840	<i>Valid</i>
2	Reputasi (X2)	X1	0,772	0,1840	<i>Valid</i>
		X2	0,743	0,1840	<i>Valid</i>
		X3	0,749	0,1840	<i>Valid</i>
		X4	0,719	0,1840	<i>Valid</i>
3	Religiusitas (X3)	X1	0,834	0,1840	<i>Valid</i>
		X2	0,900	0,1840	<i>Valid</i>
		X3	0,803	0,1840	<i>Valid</i>
		X4	0,778	0,1840	<i>Valid</i>
		X5	0,664	0,1840	<i>Valid</i>
4	Motivasi (X4)	X1	0,714	0,1840	<i>Valid</i>
		X2	0,694	0,1840	<i>Valid</i>
		X3	0,662	0,1840	<i>Valid</i>
		X4	0,709	0,1840	<i>Valid</i>
5	Minat Menabung (Y)	Y1	0,734	0,1840	<i>Valid</i>
		Y2	0,677	0,1840	<i>Valid</i>
		Y3	0,848	0,1840	<i>Valid</i>

Sumber : hasil uji menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 5.1 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan dari hasil uji instrumen validitas memiliki r hitung > r tabel pada taraf signifikansi (5%) yang menunjukkan angka sebesar (0,1840). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir instrumen dinyatakan valid, dan seluruh butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.



Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat 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. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika $\alpha > 0.60$ maka dapat dikatakan reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari penelitian ini:

Tabel 2
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Batas Minimum	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,848	0,6	<i>Reliabel</i>
Reputasi (X2)	0,729	0,6	<i>Reliabel</i>
Religiusitas (X3)	0,853	0,6	<i>Reliabel</i>
Motivasi (X4)	0,635	0,6	<i>Reliabel</i>
Minat Menabung (Y)	0,611	0,6	<i>Reliabel</i>

Sumber : hasil uji menggunakan SPSS 23

Berdasarkan tabel 5.2 menunjukkan nilai *alpha cronbach's* pada masing-masing variabel > dari 0,6. Dengan demikian semua butir pernyataan dalam variabel penelitian adalah handal (reliabel). Sehingga butir-butir pernyataan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan dimasa akan datang berdasarkan data dimasa lalu atau untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil output penelitian yang diolah menggunakan program SPSS versi 23.



Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.771	1.127		2.459	.016
	Pengetahuan (X1)	.215	.076	.268	2.812	.006
	Reputasi (X2)	.111	.089	.138	1.249	.214
	Religiusitas (X3)	.063	.050	.112	1.279	.204
	Motivasi (X4)	.167	.069	.225	2.423	.017

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Sumber : hasil uji menggunakan SPSS 23

Berdasarkan data hasil olahan pada tabel yang disajikan, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 2,771 + 0,215X_1 + 0,111X_2 + 0,063X_3 + 0,167X_4 + e$$

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018) Uji t digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji t dapat digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing dari setiap variabel.



Tabel 4

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.771	1.127		2.459	.016
	Pengetahuan (X1)	.215	.076	.268	2.812	.006
	Reputasi (X2)	.111	.089	.138	1.249	.214
	Religiusitas (X3)	.063	.050	.112	1.279	.204
	Motivasi (X4)	.167	.069	.225	2.423	.017

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Sumber : hasil uji menggunakan SPSS 23

Untuk pengujian digunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05, untuk menentukan pengaruh uji t maka dibandingkan dengan ttabel. Besarnya angka ttabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$, $n = 114$ responden dan $k = 4$ variabel independen, sehingga dapat dirumuskan ttabel sebagai berikut: $ttabel = t(\alpha/2 : n-k-1) = t(0,05/2 : 114-4-1) = t(0,025 : 109)$ ttabel = sehingga diperoleh nilai ttabel sebesar 1,981. Ketentuannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak jika $thitung < ttabel$. Artinya, variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $thitung > ttabel$. Artinya, variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.



Tabel 4

Hasil Uji Parsial (Uji t)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.488	4	12.622	10.955	.000 ^b
	Residual	125.583	109	1.152		
	Total	176.070	113			
a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)						
b. Predictors: (Constant), Motivasi (X4), Religiusitas (X3), Pengetahuan (X1), Reputasi (X2)						

Sumber : hasil uji menggunakan SPSS 23

Berdasarkan output pada tabel anova^a dapat diketahui bahwa uji F atau uji secara simultan variabel independen yaitu diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh pengetahuan (X1), reputasi (X2), religiusitas (X3) dan motivasi (X4) secara simultan terhadap minat menabung (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung $10,955 > Ftabel$.

Uji Koefisien Korelasi (Uji R)

Uji koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif

Tabel 5

Hasil Uji Koefisien Korelasi (Uji R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.535 ^a	.287	.261	1.073
a. Predictors: (Constant), Motivasi (X4), Religiusitas (X3), Pengetahuan (X1), Reputasi (X2)				

Sumber : hasil uji menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa nilai rhitung sebesar 0,535, sedangkan nilai rtabel untuk taraf signifikan 5% atau 0,05 dengan $n = 114$ adalah 0,182. Diketahui bahwa rhitung $> rtabel$ ($0,535 > 0,182$). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan (X1), reputasi (X2), religiusitas (X3), dan motivasi (X4) terhadap minat menabung (Y).

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Sosial Ekonomi dan Bisnis



Koefisien determinasi (R^2/R Square) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 6

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.535 ^a	.287	.261	1.073
a. Predictors: (Constant), Motivasi (X4), Religiusitas (X3), Pengetahuan (X1), Reputasi (X2)				

Sumber : hasil uji menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5.7 model summary, dapat diketahui nilai koefisien determinasi atau Adjust R Square dari keempat variabel independen yaitu pengetahuan, reputasi, religiusitas dan motivasi terhadap minat menabung adalah sebesar 0,261 atau 26,1%. Artinya 26,1% atau 0,261 variasi dependen (terikat) yaitu minat menabung dapat dijelaskan oleh 4 variabel independen (bebas) yaitu variabel pengetahuan, reputasi, religiusitas dan motivasi. Sedangkan sisanya yaitu 73,9% ($100\% - 26,1\% = 73,9\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang di luar penelitian ini. Nilai R^2 sebesar 0,261, hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen yaitu pengetahuan, reputasi, religiusitas dan motivasi dengan variabel dependen yaitu minat menabung sebesar 26,1%. Berdasarkan angka tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah lemah. Tingkat hubungan yang sedang ini dapat dilihat dari keeratan korelasi yaitu $0,00 - 0,199 =$ sangat lemah, $0,20 - 0,399 =$ lemah, $0,40 - 0,599 =$ sedang, $0,60 - 0,799 =$ kuat dan $0,80 - 1,000 =$ sangat kuat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini variabel pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo yang didasarkan pada hasil uji t_{tabel} dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar ($2,812 > 1,981$) dan nilai sig. $0,006 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa



semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, maka semakin tinggi pula minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo. Peneliti memiliki pandangan bahwa pengetahuan sangat penting untuk menaikkan minat masyarakat untuk menabung.

2. Dalam penelitian ini variabel reputasi terdapat penurunan berdasarkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,249 < 1,981$) dan nilai sig. 0,214. Yang artinya bahwa variabel reputasi tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi variabel reputasi yang diberikan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, belum tentu dapat meningkatkan minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo. Peneliti memiliki pandangan bahwa kondisi seperti ini disebabkan karena masyarakat kelurahan sungai keledang tidak melihat dari seberapa baik dan buruknya suatu reputasi bank.
3. Dalam penelitian ini variabel religiusitas terdapat penurunan berdasarkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,279 < 1,981$) dan nilai sig. 0,204. Yang artinya bahwa variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi variabel religiusitas yang terdapat dalam diri masyarakat kelurahan sungai keledang, belum tentu dapat meningkatkan minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo. Peneliti memiliki pandangan bahwa kondisi seperti ini disebabkan karena masyarakat kelurahan sungai keledang tidak menjustifikasikan diri bahwa religiusitas tidak menjadi tolak ukur untuk meningkatkan minat menabung.
4. Dalam penelitian ini variabel motivasi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo yang didasarkan pada hasil uji T tabel dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar ($2,423 > 1,981$) dan nilai sig. $0,017 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi nilai motivasi dalam diri seseorang untuk menyimpan dana, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menabung. Begitupun dengan nilai motivasi dari luar diri seseorang yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan, kehidupan sosial dan promosi yang dilakukan oleh bank itu sendiri.
5. Dalam penelitian ini variabel pengetahuan, reputasi, religiusitas dan motivasi secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan, reputasi, religiusitas dan motivasi maka akan semakin meningkatkan minat menabung itu sendiri. Peneliti berpandangan bahwa keseluruhan variabel independen (X) dapat meningkatkan minat menabung.

Adapun saran yang dapat peneliti berikan sehubungan dengan hasil penelitian dan pembahasan



1. Bagi Pihak Bank

Bagi lembaga perbankan khususnya PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo harus terus meningkatkan kinerjanya dengan cara lebih memperhatikan pengetahuan, reputasi, religiusitas dan motivasi yang diberikan kepada masyarakat/nasabah, mengingat adanya pengaruh langsung dari pengetahuan, reputasi, religiusitas dan motivasi terhadap minat menabung agar membawa perusahaan kegerbang kesuksesan serta mencapai visi dan misi dari PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo itu sendiri.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak Politeknik Negeri Samarinda sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku. Selain itu pihak Politeknik Negeri Samarinda harus selalu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini dengan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat menabung dengan memilih atau menambah variabel bebas lainnya yang diduga dapat mempengaruhi minat menabung seperti promosi, lokasi dan pendapatan serta menambah jumlah responden menjadi lebih banyak untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, Cindy Ayu dan Hellianto, Gracia Reveria, 2020, *Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Beli Produk Skincare di Shopee*, Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal, Volume 2, Issue 1.

Ainina, Wida, 2018, *Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta*, Skripsi.

Fadli, 2017, *Pengaruh Pengetahuan dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan Angkatan 2014)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.*, Semarang.

Hair, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J. dan Anderson, Rolph E., 2014, *Multivariate Data Analysis*.

Kasmir, 2014, *Dasar-Dasar Perbankan*, Edisi Revi, Depok: PT RajaGrafindo Persada.



Latansa, M. Luthfa., 2020, *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang.*

Mardiana, Eva, Thamrin, Husni dan Nuraini, Putri, 2021, *Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Kota Pekanbaru*, Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, Volume 4, Issue 2.

Mulyanto, Heru, Andriyani, Meli dan Rasipan, 2018, *Reputasi Dalam Mendorong Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen Produk Makanan UMKM di Cileungsi*, Manajemen Kewirausahaan, Volume 15, Issue 02.

Nasution, Siti Nazariah dan Susianto, 2020, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCPSy Belawan (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Belawan II)*, Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Pakkawaru, Irham, 2018, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung dan Informasi Sebagai Variabel Moderating*, Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum.

Prasetyo, Hendi dan Anitra, Vera, 2020, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Studi Pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*, Borneo Student Research, Volume 2, Issue 1.

Priansa, Donni Juni, 2017, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Cet.1, Bandung: Alfabeta.

Ramadhani, Nur'aini Ika, Susyanti, Jeni dan ABS, M. Khoirul, 2019, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang*, E-Jurnal Riset Manajemen.

Rizal, Mohammad dan Ridwan, 2018, *Perbankan Syariah*, Malang: Empatdua.

Rosyid, Maskur dan Saidiah, Halimtul, 2016, *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru*, Islaminomic, Volume 7, Issue 2.

Rusby, Zulkifli, 2017, *Manajemen Perbankan Syariah*, Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.

Simarmata, Hengki Mangiring Parulian, Revida, Erika, Kato, Iskandar, Sari, Hijrayanti, Simatupang, Sudung, Sudarso, Andriasan, Faisal, Muhamad, Tjiptadi, Diena Dwidienawati, Sisca, Anggusti, Martono dan Muliatie, urilla Endah, 2021, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, In, Abdul Karim & Janner Simarmata (Ed.), *Yayasan kita menulis*, (Pertama), Yayasan Kita Menulis,

Sumarwan, Ujang, 2020, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*, Bogor.:

Suprayogi, Ogi, Noor, Trisna Insan dan Yusuf, Muhamad Nurdin, 2019, *Persepsi dan Minat Mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Galuh Ciamis Untuk Berkarir di Bidang Pertanian (Suatu Kasus*



Tiyas, Afrin Suryaning, 2021, *Pengaruh Motivasi Menabung dan Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kcp MT. Haryono Magetan.*

Tri Astuti, Desi, 2020, *Pengaruh Pengetahuan dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Syariah (Studi pada mahasiswa perbankan syariah di kota banda aceh),* Volume 2507, Issue February, pp. 1–9.

Undang-Undang Nomor 10, 1998, *Presiden Republik Indonesia*, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

Wanto, Sakti Fajar, 2014, *Pengaruh Kemandirian dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smkn 1 Seyegan Effect of Independence and Entrepreneurship Motivation on the,* pp. 1–7.

Wijaya, Candra dan Rifa'i, Muhammad, 2016, *Dasar-Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien,* In, Syarbaini Saleh (Ed.), *Perdana*, Medan: Perdana Publishiing.

