

**PENGARUH PERSEPSI PENGETAHUAN DAN PERSEPSI  
PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN  
MENABUNG**  
(Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana  
Mas Purwokerto)



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk memenuhi syarat guna  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**EKA DIAH NURHASTUTI  
NIM. 1817202014**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN KEUANGAN DAN EKONOMI SYARIAH  
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eka Diah Nurhastuti

NIM : 1817202014

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : “Pengaruh Persepsi Pengetahuan dan Persepsi Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto)”

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 22 September 2022

Saya yang menyatakan



**Eka Diah Nurhastuti**

**NIM. 1817202014**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PERSEPSI PENGETAHUAN DAN PERSEPSI PENERAPAN  
NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG  
(Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat  
di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Eka Diah Nurhastuti NIM 1817202014** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **22 November 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.  
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Sarpini, M.E.Sy.  
NIP. 19830404 201801 2 001

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.  
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 01 Desember 2022



Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan

**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**

NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Saudari Eka Diah Nurhastuti NIM 1817202014 yang berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI PENGETAHUAN DAN PERSEPSI  
PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN  
MENABUNG**

**(Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana  
Mas Purwokerto)**

saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Purwokerto, 22 September 2022

Pembimbing,



**Sulasih, S.E., M.Si.**

**NIDN 0619018002**

**Motto**

*“Ridho Allah berada di Ridho orang tua”*



**PENGARUH PERSEPSI PENGETAHUAN DAN PERSEPSI PENERAPAN  
NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG  
(Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas  
Purwokerto)**

**EKA DIAH NURHASTUTI**

**NIM. 1817202014**

Email : [ekahastuti0699@gmail.com](mailto:ekahastuti0699@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia semakin pesat dalam memberikan layanan jasa keuangan, salah satunya *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT), yang sudah memperlihatkan titik terang terkhusus pada UMKM. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung studi empiris nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner (angket) dengan menggunakan skala *likert*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 155 responden yaitu anggota yang tergolong Simpanan Ummat KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji f dengan alat bantu aplikasi SPSS 26 *for windows*.

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel persepsi pengetahuan (X1) dan persepsi penerapan nilai islam (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung studi empiris nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto. Selanjutnya hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai islam secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menabung studi empiris nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

**Kata Kunci:** Pengetahuan, Penerapan Nilai Islam, Keputusan Menabung.

**THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS KNOWLEDGE AND PERCEPTION  
OF APPLICATION ISLAMIC VALUES ON SAVING DECISIONS  
(Empirical Study of Simpanan Ummat at KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto)**

**EKA DIAH NURHASTUTI**

**NIM. 1817202014**

Email: [ekahastuti0699@gmail.com](mailto:ekahastuti0699@gmail.com)

*Islamic Banking Departement Faculty of Economics and Business Islam  
State Islamic (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*The development of Islamic financial institutions in Indonesia is increasing rapidly in providing financial services, one of which is the Baitul Mal Wa Tamwil (BMT), which has shown a bright spot especially for UMKM. The purpose of this study is to determine the effect of perceived knowledge and perceived application of Islamic values on the decision to save in an empirical study of Simpanan Ummat at KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.*

*Thus research uses quantitative research methods. The data used in this study are primary data obtained through a (questionnaire) using a Likert scale. The sample in this study was 155 respondents, namely members belonging to the KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto community savings. Data analysis was performed using analytical techniques, namely validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression, t test and f test with SPSS 26 for windows application tools.*

*Based on the results of the partial test, it shows that the variables of knowledge perceptions (X1) and perceptions of the application of Islamic values (X2) have a positive and significant effect on saving decisions in empirical studies of Simpanan Ummat at KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto. Furthermore, the results of the simultaneous test show that the variable perceptions of knowledge and perceptions of the application of Islamic Values jointly influence the saving decision in an empirical study of the Simpanan Ummat at KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.*

**Keywords:** *Knowledge, Applications of Islamic Values, Saving Decision.*

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	Tsa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	H	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)

ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ta	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	za	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	W
ي	ya	y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal pendek, vokal rangkap dan vokal panjang.

### 1. Vokal Pendek

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>Fathah</i>	Fathah	a
ِ	<i>Kasrah</i>	Kasrah	i
ُ	<i>Dammah</i>	Damah	u

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antar harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Fathah dan ya'</i>	ai	a dan i	بي ع	<i>bay'a</i>
<i>Fathah dan Wawu</i>	au	a dan u	ربا	<i>riba</i>

### 3. Vokal Panjang

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

<i>fathah</i> + alif ditulis a	Contoh تجارة ditulis <i>tijarah</i>
<i>fathah</i> + ya' ditulis a	Contoh تنسىء ditulis <i>tansaa</i>

kasrah + ya' mati ditulis i	Contoh المشركين ditulis <i>almusyrikina</i>
dammah + wawu mati ditulis u	Contoh يظهره ditulis <i>yudhohiru</i>

### C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

الإباحة	ditulis	<i>al-ibahah</i>
معاملة	ditulis	<i>mu'amalah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمتالله	ditulis	<i>ni'matullah</i>
----------	---------	--------------------

3. Bila *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *h* (h).

المسألة	ditulis	<i>al-maslahah</i>
---------	---------	--------------------

### D. Syaddah (Tasydid)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

انّ الله	ditulis	<i>Innallaha</i>
اللدن	ditulis	<i>al-lazina</i>

### E. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

المتقين	ditulis	<i>al-muttaqina</i>
المشركين	ditulis	<i>al-musyrikina</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

السله	ditulis	<i>as-sulhu</i>
-------	---------	-----------------

### F. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapan nya.

ذوا لفروض	ditulis	<i>zawi al-furud</i>
-----------	---------	----------------------

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Pengetahuan dan Persepsi Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menabung (Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto)”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga, sahabatnya. Semoga kita mendapat syafa'at beliau kelak di akhirat. Penulis menyadari bahwa menyelesaikan skripsi ini tidak dapat lepas dari dukungan, bantuan, bimbingan, arahan serta nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis merendahkan hati menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. K.H. Mohammad Roqib. M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M, Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Hastin Tri Utami, M.Si, Ak, selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Sulasih, S.E. M.Si., Dosen Pembimbing. Terimakasih kepada beliau sudah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, semangat serta sebagai motivator saya dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Segenap Staff Administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Ibu Harwanti, Manager KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian di KSPPS BMT Buana Mas Purwokertoguna menyelesaikan skripsi ini.
11. Segenap pegawai dan Karyawan KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto khususnya Ibu Eva, Ibu Atin, Mba Ida, saya ucapkan terimakasih yang telah memberikan bimbingan dan semangat pada saat saya melakukan riset di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.
12. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Darsono dan Mama Koriah, terimakasih atas doa yang selalu dipanjatkan, dukungan dan semangat yang selalu diberikan sampai saat ini.
13. Teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah A Angkatan Tahun 2018 terimakasih yang telah memanjatkan doa, selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, saling berbagi riang gembira, dan bersama-sama melewati suka dan duka selama dibangku kuliah.
14. Sahabat-sahabat saya, Desti Fitriani, Idzati Nanda Sari, Ica Cahyawati, Chika Andriani, Nanda Violin Prameswari, Rauzatul Jannah, Yuzi Maulia Sholiha, dan Iis Syakiroh yang telah memberikan semangat dan bantuannya selama penyusunan skripsi.
15. Dan semua pihak yang membantu, mensupport saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga semua partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal sholeh serta mendapatkan balasan dari Allah SWT atau amal sholeh yang diberikan. Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis terbuka dengan kritik saran yang dapat membangun serta mendidik demi perkembangan positif dan perbaikan di masa yang akan datang.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan yang lebih luas untuk penulis pada khususnya maupun semua pihak pada umumnya. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Purwokerto, September 2022

Penulis



Eka Diah Nurhastuti



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN LITERASI .....	viii
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Sistematika Pembahasan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Pustaka.....	9
B. Kajian Teori .....	14
1. Keputusan.....	14
2. Persepsi Pengetahuan .....	17
3. Persepsi Penerapan Nilai Islam.....	20
4. Lembaga Keuangan.....	22
5. Bank Syariah .....	26
C. Landasan Teologis .....	28
D. Kerangka Berfikir.....	29
E. Hipotesis.....	29

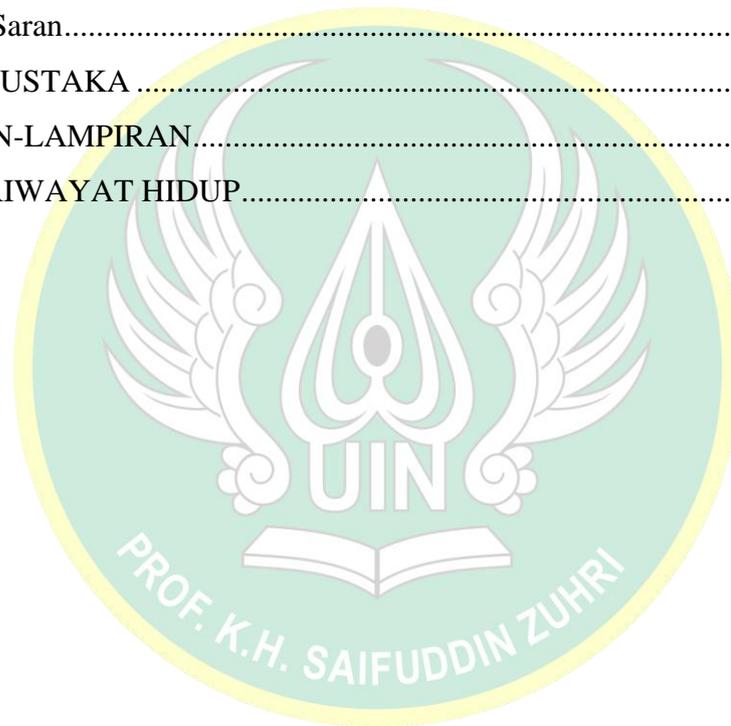
### BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	34
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
1. Populasi .....	34
2. Sampel.....	34
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	36
E. Sumber Data Penelitian.....	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
1. Kuesioner .....	38
2. Observasi.....	39
3. Dokumentasi .....	40
G. Teknik Analisis Data.....	40
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	40
a. Uji Validitas .....	40
b. Uji Reliabilitas .....	41
2. Uji Asumsi Klasik.....	42
a. Uji Normalitas.....	42
b. Uji Multikolinieritas.....	43
c. Uji Heteroskedastisitas.....	43
H. Analisis Data Penelitian .....	44
1. Uji t (Parsial) .....	44
2. Uji f (Simultan) .....	45
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	46

### BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	48
1. Sejarah KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.....	48
2. Visi dan Misi KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.....	49
3. Struktur Organisasi KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto .....	50
4. Produk Tabungan KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto .....	50

B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
C. Hasil Penelitian .....	54
1. Teknik Analisis Data.....	54
2. Uji Asumsi Klasik.....	57
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4. Uji Hipotesis.....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	69
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	107



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Setiap Produk
Tabel 1.2	Data Nasabah Simpanan Ummat 5 Tahun Terakhir
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel 4.5	Validitas Variabel Persepsi Pengetahuan
Tabel 4.6	Validitas Variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam
Tabel 4.7	Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Tabungan
Tabel 4.8	Reliabilitas Persepsi Pengetahuan, Persepsi Penerapan Nilai Islam, dan Keputusan Penggunaan Tabungan
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas
Tabel 4.12	Output Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda
Tabel 4.13	Hasil Uji t
Tabel 4.14	Hasil Uji f
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Angket Kuesioner
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Mengikuti Seminar
- Lampiran 3 : Surat Usulan Menjadi Dosen Pembimbing Skripsi
- Lampiran 4 : Surat Kesiediaan Menjadi Dosen Pembimbing Skripsi
- Lampiran 5 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 : Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 7 : Surat Rekomendasi Seminar Proposal
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Telah Lulus Semua Mata Kuliah
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 11 : Surat Izin Riset Individual
- Lampiran 12 : Sertifikat BTA-PPI
- Lampiran 13 : Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 14 : Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 15 : Sertifikat Aplikom
- Lampiran 16 : Sertifikat PPL
- Lampiran 17 : Sertifikat PBM
- Lampiran 18 : Sertifikat KKN



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 1967, lembaga keuangan adalah lembaga yang mengawasi kegiatan mulai dari penghimpunan dana masyarakat hingga pengembaliannya kepada masyarakat (Fatih, 2021). Lembaga keuangan menyediakan layanan seperti asuransi, program pensiun dan pengiriman uang (Fatih, 2021). Lembaga keuangan syariah dibina oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) sesuai dengan syariat Islam (Muhammad Ridwan, 2019). Lembaga keuangan syariah seperti reksadana syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, pasar modal syariah, lembaga ZISWAH (zakat, infaq, shadaqah dan wakaf) dan BMT (*Baitul Mal Wat Tamwil*) (Hanif, 2020). Kehadiran *Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)* memberikan titik terang terkhusus pada UMKM (Masruroh, dkk. 2021. Vol 4).

Bank syariah di Indonesia telah berkembang sesuai dengan peraturan perbankan umum. Pendirian bank syariah itu rasional, karena risiko yang ditimbulkan kepada para pihak disini jelas tidak sesuai dengan prinsip keadilan, maka masyarakat percaya bahwa bunga di bank adalah ilegal (Faisal, 2020). Dalam melakukan kegiatan ekonomi semua transaksi harus menerapkan prinsip syariah, misalnya dalam kaitannya dengan penyerahan barang kepada lembaga keuangan syariah (Faisal, 2020).

Peran lembaga keuangan sangat penting bagi kegiatan perekonomian negara kita, Indonesia. Singkatnya, ini adalah tempat dimana kita dapat mengumpulkan dan mendistribusikan uang untuk meningkatkan kehidupan (Jamal, 2014). Lembaga keuangan mendukung perantara yang sangat penting bagi kelancaran fungsi sistem ekonomi. Alokasi dana dilakukan melalui keseimbangan antara pemilik dana dan pengelola dana. Proses perdagangan tersebut dapat berbentuk obligasi, saldo giro, tabungan, deposito dan lainnya (Jamal Wiwoho, 2014).

Peter dan Olson (1999:164), pengambilan keputusan merupakan proses pemecahan persoalan yang berorientasi pada tujuan. Bagaimana membuat keputusan pelanggan dengan upaya pemecahan masalah. Ketika seseorang memikirkan “masalah” karena tidak dapat mencapai sesuatu, mereka harus membuat keputusan untuk mencapainya dalam rangka memecahkan masalah (Faisal, 2020).

Menurut Kotler (2007), faktor lain yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan adalah faktor budaya seperti norma yang ada di masyarakat. Faktor sosial seperti kelompok yang mempengaruhi anggota/komunitas dalam pengambilan keputusan. Faktor teknis meliputi transportasi, peralatan, media, dan internet. Faktor pribadi: usia, pekerjaan, situasi keuangan, kepribadian dan gaya hidup. Faktor psikologis: citra merek, persepsi, keyakinan, motivasi, dan perilaku. Menurut Notoadmodjo, pengetahuan merupakan akibat dari mengetahui sesuatu setelah mempersepsikan suatu objek tertentu. Manusia merasakan melalui mata, telinga, hidung, lidah dan kulit. Pengetahuan diperoleh terutama melalui penglihatan dan pendengaran (Mardiana, 2017).

Adapun variabel penelitian ini yaitu persepsi pengetahuan, menurut Ratih (2013) persepsi adalah cara seorang memaknai sesuatu.. Menurut Sumarwan (2002:199), pengetahuan adalah informasi tentang suatu produk dan layanan yang diketahui pelanggan. Tiga jenis pengetahuan terkait produk, pembelian dan pemakaian produk (Annisa, 2018). Persepsi bank syariah oleh masyarakat sangat tergantung pada persepsi mereka. Yang belum mengenal produk perbankan syariah tentu tidak akan tertarik dengan bank syariah (Hasibuan, dkk, 2020). Berdasarkan hasil observasi di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto, pengetahuan nasabah KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto cukup baik, namun karena kurangnya sosialisasi bank syariah, mereka menginginkan produk dan layanan tersedia, beberapa nasabah sudah memilikinya (Manajer KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto, 2021).

Variabel persepsi penerapan nilai Islam, menurut Kotler, persepsi tidak semata-mata mengandalkan rangsangan yang berkaitan dengan lingkungan dan kondisi kehidupan dari mereka yang terlibat. Penerapan nilai syariah yang tepat dalam produk bank tentunya bakal berpengaruh pada keputusan untuk menjadi nasabah Bank Syariah. Masyarakat masih beranggapan bahwa penerapan nilai-nilai syariah hanya sebatas teori, namun pada kenyataannya tidak jauh berbeda dengan bank konvensional. Menerapkan nilai Islam akan meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah (Faisal, 2020). Banyak nasabah yang memilih menjadi nasabah baru bank syariah karena nilai-nilai syariah yang diterapkan (Yoiz, 2015).

Penerapan nilai syariah pada produk KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto, nasabah rata-rata masih awam dan nasabah belum memahami lebih jauh bagaimana praktik nilai syariah yang diterapkan pada bank syariah itu sendiri. Secara umum penerapan nilai-nilai Islam di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto setiap aktivitasnya didasarkan pada syariat Islam. Misalnya, berdoa secara rutin sebelum kegiatan, dan mengadakan Jumat Berkah dengan masyarakat di sekitar BMT.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Anggota Aktif Setiap Produk**  
**di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto Tahun 2021**

<b>NAMA PRODUK</b>	<b>JUMLAH ANGGOTA AKTIF TAHUN 2021</b>
Simpanan Ummat (SIMMAT)	1.017
Simpanan Pendidikan (SIDIKA)	151
Simpanan Kurban (SIABAN)	3
Simpanan Idul Fitri (SIFITRI)	3
Simpanan Ukhuwah (SIKHUWAH)	95
Simpanan Haji (SIHAJ)	1
Simpanan Berjangka 1 Bulan	1

Simpanan 6 Bulan	2
Simpanan 12 Bulan	18
Musyarakah	71
Mudharabah	10
Murabahah	15
Rahn	26
Ijarah	1
Qardh	-

*Sumber : KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto*

Penelitian kali ini berfokus pada Nasabah Simpanan Ummat (SIMMAT) yang merupakan produk tabungan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh kelompok nasabah lain di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto. Simpanan Ummat adalah tabungan dana pihak ketiga yang dapat digunakan BMT, dan nasabah dapat menerima bagi hasil dari dana tersebut dan bisa menarik dana setiap saat. Bagi hasil untuk BMT adalah 65% dan untuk pelanggan 35% (BMT Buana Mas Purwokerto, 2021).

**Tabel 1.2**

**Jumlah Anggota Aktif Simpanan Ummat (SIMMAT)**

<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH ANGGOTA AKTIF</b>
2017	719
2018	799
2019	867
2020	928
2021	1.017

*Sumber : KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto*

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa dari tahun 2017 hingga tahun 2021, data anggota yang mengajukan produk tabungan Simpanan Ummat (SIMMAT) di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto semakin

meningkat setiap tahunnya. Hal ini bisa diartikan bahwa produk Simpanan Ummat sebenarnya merupakan produk yang paling diminati di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto dalam hal keanggotaannya. Hasil studi pendahuluan yang dilakukan peneliti ketika datang ke KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto, yang tidak mau menjadi nasabah bank syariah karena meyakini sistem perbankan syariah memiliki riba. Banyak orang masih belum memahami semua akad dan produk yang terdapat di BMT. KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, mulai dari penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang produk perbankan hingga sosialisasi kontrak dengan karyawan untuk menjangkau nasabah baik di pasar dan perumahan.

Penelitian sebelumnya tentang faktor pengetahuan dan persepsi dalam menerapkan nilai-nilai Islam yang mempengaruhi keputusan untuk menggunakan tabungan di bank syariah menunjukkan hasil yang beragam. Temuan mungkin tidak menempel pada survei yang sama, hal ini mungkin disebabkan oleh perbedaan sampel, waktu, lokasi, dan populasi yang diselidiki. Misalnya, survei tahun 2020 yang bertajuk “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa” yang dilakukan oleh Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni, merupakan penerapan nilai-nilai Islam bank syariah mempengaruhi keputusan tabungan bank syariah. Sementara itu, studi tahun 2019 oleh Darmadiansyah, Emy Rahmawati dan Noor Hidayati berjudul “Pengaruh Karakteristik Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Kalsel Syariah Banjarmasin)”, dan hasil temuannya variabel pengetahuan tidak mempengaruhi keputusan untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

Berdasarkan latar belakang, penulis ingin melakukan penyelidikan menyeluruh dengan mengangkat judul **“Pengaruh Persepsi Pengetahuan dan Persepsi Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menabung**

**(Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto)”.**

## **B. Rumusan Masalah**

Deskripsi latar belakang dapat digunakan untuk merumuskan beberapa masalah yang muncul :

1. Apakah ada pengaruh persepsi pengetahuan terhadap keputusan menabung pada nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto?
2. Apakah ada pengaruh persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung pada nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto?
3. Apakah ada pengaruh persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung pada nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

- 1) Tujuan Penelitian
  - a. Mengetahui pengaruh persepsi pengetahuan terhadap keputusan menabung pada nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto?
  - b. Mengetahui pengaruh persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung pada nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto?
  - c. Mengetahui pengaruh persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung pada nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto?

## 2) Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat membantu perkembangan ilmu pengetahuan terkhusus pada bidang pemasaran. Kajian ini juga untuk menguji kemampuan penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh. Survei kali ini dimaksudkan sebagai referensi buat peneliti berikutnya.

### b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk membantu pembaca memahami dampak pengetahuan dan persepsi mereka dalam menerapkan nilai-nilai Islam terhadap keputusan menabung.

#### 1. Bagi Penulis

Menambah wawasan bagi lembaga keuangan khususnya KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto, sebagai syarat untuk dapat menerapkan pengetahuan yang sesuai antara teori dan situasi dunia nyata.

#### 2. KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi acuan dan masukan bagi manajemen KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

#### 3. Bagi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Kajian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan bahan referensi bagi para sarjana tentang pengaruh persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai islam terhadap keputusan menabung studi empiris pada nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan merupakan susunan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika penjelasan, peneliti akan membagi lima bab yaitu:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan secara menyeluruh tentang penelitian, sehingga pembaca mudah memahami arah pembahasan pada penelitian ini. Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini terdiri dari teori-teori yang menjadi pedoman rujukan pada penelitian ini, penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

##### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan yang terkait metode penelitian yang digunakan peneliti untuk mencari sumber data, yang berisi diantaranya jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, pengumpulan data dan analisis data yang digunakan.

##### **BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini memberikan gambaran umum tentang objek penelitian dan hasil penelitian.

##### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi uraian tentang temuan atau kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian. Dalam mengambil kesimpulan penulis merujuk pada rumusan masalah. Kemudian saran sebagai rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kegiatan meneliti, mengamati dan mengidentifikasi apa yang sudah ada. Tujuannya untuk merumuskan teori penting tentang masalah yang sedang diamati. Dalam perihal ini, penulis meneruskan beberapa penelitian terdahulu tentang pengaruh persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung studi empiris nasabah Simpanan Ummat di BMT Buana Mas Purwokerto.

Jurnal Annisa Wahyulkarimah 2018, “Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah” sebagian didasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan dimana pengetahuan merupakan positif bagian dari keputusan nasabah bank syariah. Hasil ini diperoleh tingkat signifikansi  $0,012 < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Jurnal Muhammad Zainuddin 2019, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Bagi Hasil Serta Penerapan Nilai Islam Keputusan Nasabah Menabung” penerapan nilai Islam berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda.

Jurnal Darmandiansyah, Emy Rahmawati dan Noor Hidayati 2019 yang berjudul “Pengaruh Karakteristi Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Kalsel Syariah Banjarmasin)”, berdasarkan studi pengetahuan nasabah (terdiri dari *Subjective Knowledge*, *Objective Knowledge*, dan *Experience-based Knowledge*) memiliki dampak signifikansi terhadap keputusan menabung.

Berdasarkan jurnal oleh Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni 2020 “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan

Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)”, sesuai uji F menunjukkan bahwa hal itu mempengaruhi keputusan untuk menggunakan produk tabungan bank syariah.

Jurnal dari Muhammad Arif Firmansyah Syariffudin, Nuraeni Anggraeni dan Muh. Akil Rahman tahun 2021 berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar”, pengetahuan bersifat positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Cabang Makassar.

Penelitian ini didasari oleh beberapa hasil penelitian terdahulu di bawah ini:

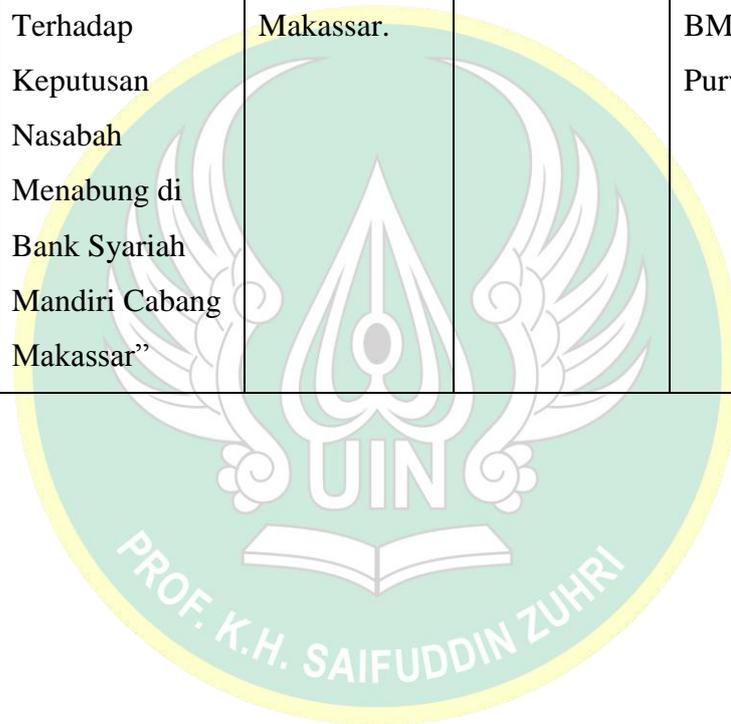
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Annisa Wahyulkarimah (2018) yang berjudul “Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank	Pengetahuan memiliki efek positif secara parsial pada keputusan pelanggan ketika memilih bank syariah.	Terdapat variabel independent yang sama yaitu Pengetahuan Tentang Produk dan variabel dependent yang sama yaitu Keputusan Nasabah.	Terletak di objeknya jika penelitian Annisa Wahyulkarimah di BPRS Khasannah Purwokerto, penelitian ini objeknya di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

	Syariah”.			
2.	Muhammad Zainuddin (2019) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil serta penerapan nilai islam terhadap keputusan nasabah menabung”	Berdasarkan penelitian maka penerapan nilai Islam berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda.	Terdapat variabel independent yang sama yaitu Penerapan Nilai Islam dan variabel dependent yang sama yaitu Keputusan Menabung.	Terletak di objek penelitiannya jika penelitian Muhammad Zainuddin pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda, sementara penelitian ini objeknya di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.
3.	Darmadiansyah, Emy Rahmawati dan Noor Hidayati (2019) yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan Terhadap	Berdasarkan penelitian pengetahuan pelanggan (terdiri dari pengetahuan subjektif, objektif dan empiris) dan memiliki dampak yang signifikan terhadap	Terdapat di variabel independent yaitu Pengetahuan Nasabah dan variabel dependent yaitu Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan	Terletak di objek penelitiannya, jika penelitian dari Darmadiansyah dkk, di Bank Kalsel Syariah Banjarmasin, sementara penelitian ini objeknya di KSPPS BMT Buana Mas.

	Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Kalsel Syariah Banjarmasin)”	keputusan menabung.	Syariah.	
4.	Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni (2020) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)”	Berdasarkan (uji t) variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah.	Terdapat di variabel independent yaitu Pengetahuan Masyarakat dan Penerapan Nilai-Nilai Islam dan pada variabel dependent yaitu Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah.	Terletak pada sampelnya, jika penelitian dari Faisal dan Rahma pada masyarakat Kota Langsa, sementara penulis memilih sampel pada nasabah Simpanan Ummat KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.
5.	Muhammad Arief Firmansyah Syariffudin,	Analisa menunjukkan pengambilan keputusan	Terdapat variabel independent dan	Terletak di objek penelitiannya jika penelitian dari Muhammad

<p>Nuraeni Anggraeni dan Muh. Akil Rahman (2021) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar”</p>	<p>dipengaruhi oleh pengetahuan secara positif dan signifikan di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.</p>	<p>dependent yang sama yaitu Pengetahuan dan Keputusan Nasabah.</p>	<p>Arief dkk pada Bank syariah Mandiri Cabang Makassar, sementara survei yang dilakukan ini objek penelitiannya pada KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.</p>
--	--	---	--



## **B. Kajian Teori**

### **1. Keputusan Menabung**

#### **a. Pengertian Keputusan Menabung**

Perilaku konsumen adalah mempelajari bagaimana masyarakat memilih, membeli dan menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi segala kebutuhan (Kotler, 2009). Survei ini menganalisis suatu proses pengambilan keputusan dimulai dari tahap mencari informasi hingga pengambilan keputusan yang dilakukan nasabah dalam rangka penghematan. Sesuai kerangka tersebut, maka teori yang mendasari penelitian ini adalah perilaku konsumen. Menurut Kotler (2009), pengaruh konsumen dalam proses keputusan masalah utamanya, antara lain: pengaruh pertama, dalam pemilihan konsumen adalah rangsangan (stimuli). Stimuli menunjukkan penerimaan informasi konsumen dan proses informasi terjadi saat konsumen mengevaluasi informasi dari iklan, teman, atau dari pengalamannya sendiri. Pengaruh kedua, datang dari konsumen itu sendiri yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Pengaruh ketiga, yaitu dari lingkungan seperti lingkungan ekonomi, lingkungan teknologi, lingkungan politik, dan lingkungan budaya. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana seorang konsumen mengambil keputusan untuk menggunakan sumber daya yang mereka miliki untuk mengkonsumsi suatu barang.

Pengambilan keputusan adalah sebuah pendekatan pemecahan masalah yang meliputi identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi pengambilan keputusan dan tindakan setelah membeli.

Pengambilan keputusan adalah proses dalam mengenali masalah-masalah dan peluang-peluang untuk kemudian dipecahkan. Mengambil atau membuat keputusan adalah suatu proses yang dilaksanakan orang berdasarkan pengetahuan dan informasi yang adanya pada saat tersebut dengan harapan bahwa sesuatu akan terjadi. Keputusan dapat diambil dari alternatif-alternatif keputusan yang ada. Alternatif keputusan

tersebut dapat dilakukan dengan adanya informasi yang diolah dan disajikan dengan sistem penunjang keputusan.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung

Menurut Kotler (2009) keputusan pembelian oleh konsumen dipengaruhi beberapa faktor:

1) Faktor Budaya

Budaya (*culture*) adalah penentu mendasar dari keinginan dan perilaku manusia. Setiap orang mempunyai pandangan berbeda terkait dirinya sendiri. Hubungan mereka dengan sekitarnya dan spiritualnya. Budaya mempunyai struktur kecil yang mengidentifikasi anggotanya. Mencakup kewarganegaraan, agama, geografis dan ras. Perusahaan mengembangkan pemasaran secara khusus disaat subkultur bertambah besar.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial diantaranya seperti:

- a) Kelompok Referensi (*reference group*) yaitu kelompok-kelompok yang mempengaruhi perilaku orang baik secara langsung maupun tidak. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja. Sementara kelompok sekunder, seperti kelompok agama, dan pekerja formal.

Cara kelompok referensi mempengaruhi anggota. Pertama memperkenalkan diri, kedua menunjukkan sikap dan ketiga menciptakan rasa nyaman yang bisa mempengaruhi akan produk.

- b) Keluarga adalah organisasi penting yang utama paling berpengaruh. Dua jenis keluarga diantaranya; **keluarga orientasi** (*family of orientation*) didalamnya ada orang tua dan saudara kandung. Pengaruh orang tua disini terhadap perilaku mereka sangatlah besar

Anggota keluarga yang memiliki potensi reproduktif antara bapak, ibu dan anak-anak adalah **keluarga prokreasi** (*family of procreation*). Pengaruh tidak langsung berarti anggota keluarga belajar tentang merk dan produk.

### 3) Faktor Pribadi

Karakter seseorang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktornya meliputi umur, situasi keuangan, kepribadian dan gaya hidup.

### 4) Indikator Keputusan Menabung

Menurut Kotler dan Keller (2009) untuk sampai kepada keputusan ada beberapa indikator yaitu:

- a) Identifikasi Masalah, merupakan tahapan dimana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya.
- b) Pencarian informasi. Nasabah berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhan. Biasanya konsumen memperoleh informasi dari sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga dan kenalan), Komersial (iklan, tenaga penjual, perantara dan kemasan), eksperimental (penanganan pemeriksaan dan penggunaan produk).
- c) Keputusan Pembelian, merupakan tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian. Faktor-faktor kepuasan untuk membeli diantaranya sikap orang lain dan faktor situasi yang tidak diharapkan misalnya pendapatan.

## 2. Persepsi Pengetahuan

### a. Pengertian Pengetahuan

Faisal (2020) pengetahuan konsumen adalah suatu informasi yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk atau jasa yang dipasarkan dan memberi manfaat dan mampu mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Maka dari itu melalui informasi yang tersedia mengenai produk tersebut akan mampu mendorong orang lainnya untuk menggunakan produk tersebut.

Muhammad Nasir, dkk (2006), pengetahuan yaitu segala sesuatu yang ada di dalam pikiran seseorang setelah dilakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu.

Memahami pengetahuan konsumen penting bagi pemasar karena apa yang dibeli, dimana membeli dan kapan membeli akan tergantung kepada pengetahuan mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Pemahaman dan pengetahuan nasabah tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. Pandangan nasabah terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka memandang bank syariah pastinya rendah pula. Dengan masih rendahnya pemahaman nasabah masalah perbankan bahkan perekonomian secara lebih luas maka perbankan syariah harus terus berkembang dan memperbaiki kinerjanya. Perbankan syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah (Faisal, 2020).

b. Faktor-Faktor Pengetahuan

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang nasabah dalam memahami dan menangkap suatu informasi yang selanjutnya dapat diapresiasi dengan tindakan, faktor tersebut diantaranya:

- a. Media yang secara khusus di desain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas, misalkan: televisi, radio, koran, dan majalah.
- b. Keterpaparan informasi. Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui atau dapat pula berupa transfer pengetahuan. Informasi dapat mencakup data, teks, image, suara, kode, program komputer dan database. Informasi dapat juga dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar serta diteruskan melalui komunikasi (Faisal, 2020).

c. Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung

Menurut Probst, Raub dan Romhard (2000) dalam Nawawi (2012) menjelaskan pengetahuan adalah keseluruhan kognisi dan suatu keterampilan yang digunakan oleh manusia untuk memecahkan masalah. Pengetahuan adalah output yang dihasilkan akibat alat indera pendengaran, penglihatan, penciuman, raba, dan rasa terhadap objek dimana panca indera memiliki peran dalam proses ini. Pengetahuan akan dihasilkan saat seseorang telah melakukan penginderaan akibat perhatian terhadap suatu obyek. Alat indera yang memiliki peran paling dominan telinga dan mata (Notoatmodjo, 2012).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan Abhimantra (2013) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah” menyatakan bahwa adanya pengetahuan dari masyarakat itu sendiri mengenai serba-serbi dari bank syariah ini bisa melengkapi keseluruhan pengaruh keputusan nasabah. Keseluruhan tersebut tentunya akan memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sebagai tempatnya menabungkan sebagian dananya.

#### d. Indikator Pengetahuan

Menurut Engal, Blackwell, dan Miniard membagi pengetahuan menjadi tiga macam indikator yaitu:

##### 1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merk, terminologi produk, atribut atau fitur produk, pengetahuan manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. Pada bank syariah suatu produk dikemas dalam berbagai prinsip sesuai syariah Islam.

##### 2) Pengetahuan Pembelian

Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberi informasi kepada konsumen dimana konsumen akan membeli produk tersebut.

##### 3) Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen lain. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen maka konsumen harus bisa menggunakan produk tersebut dengan benar. Pengetahuan pemakaian suatu produk adalah penting bagi konsumen karena kesalahan dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk bermanfaat (Faisal, 2020).

### 3. Persepsi Penerapan Nilai Islam

#### a. Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah

*Value* merupakan bahasa latin yaitu *Valera* atau bahasa Prancis kuno disebut dengan *Valioir* artinya nilai yang memiliki makna. Nilai dapat diartikan sebagai suatu kepercayaan, prinsip serta landasan seseorang dalam mengambil keputusan atau kebijakan. Sehingga nilai dapat dijadikan keyakinan dalam pengambilan keputusan. Nilai-nilai Islam dijadikan sebagai nilai yang tertinggi dalam suatu keyakinan maupun lembaga, tentunya mengundang unsur lahir dan batin pada suatu lembaga yang bertujuan untuk mengatur dan menjaga manusia agar tidak keluar dari fitrah manusia.

Nilai dapat diartikan sebagai sesuatu yang dihargai, dinilai tinggi, maupun dihargai dalam bentuk kebaikan. Musrin (2004) berpendapat bahwa pada hakekatnya nilai-nilai Islam merupakan kumpulan dari prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya di dunia ini (Faisal, 2020).

#### b. Pembagian Nilai-Nilai Islam

Pembagian nilai-nilai Islam dalam perbankan syariah tentunya mengacu pada hukum perjanjian Islam; *al-hurriyah* (kebebasan), *al-musawah* (kesetaraan), *al-adalah* (keadilan), *al-ridha* (kerelaan), *ash-shidq* (kejujuran) dan *al-kitabah* (tertulis) (Fathurrohman, 2001).

#### c. Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menabung

Menurut Neowjoesufira (2016), penerapan nilai Islam dapat didefinisikan sebagai konsep dan keyakinan yang dijunjung tinggi oleh manusia mengenai beberapa masalah pokok yang berhubungan dengan Islam untuk dijadikan pedoman dalam bertingkah laku, baik nilai bersumber dari Allah maupun hasil interaksi manusia tanpa bertentangan dengan syariat. Sebagaimana diketahui pada bank syariah merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam penyedia jasa

keuangan yang berlandaskan syariat islam, maka penerapan nilai islam pada bank syariah merupakan faktor penting atas label yang diterapkan di bank syariah.

Pada penelitian terdahulu dari Ema (2017) yang berjudul “Nilai-Nilai Islam Pada Bank Berbasis Syariah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Kota Makassar)” menyatakan bahwa penerapan nilai islam pada perbankan syariah di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam mempunyai potensi yang luar biasa sebagai tempat berkembangnya ekonomi berbasis syariah. Disinilah nasabah melihat bagaimana penerapan nilai Islam yang diterapkan di bank syariah sebelum mengambil keputusan menabung.

d. Indikator Persepsi Penerapan Nilai Islam

Fathurrahman (2001) membagi nilai-nilai Islam dalam konteks perbankan syariah yang setiap produknya didasarkan pada hukum perjanjian Islam diantaranya:

- 1) *Al-'Adalah* (Keadilan) merupakan asas yang mengatur bahwa dalam suatu perjanjian/akad setiap pihak harus melakukan yang benar dalam pengungkapan kehendak, keadaan dan memenuhi semua kewajiban.
- 2) *Al-Musawah* (Kesetaraan) merupakan asas yang mengatur bahwa para pihak mempunyai kedudukan yang sama (*bergaining position*) dalam menentukan *term and condition* dari suatu akad atau perjanjian.
- 3) *Ash-Shidq* (Kejujuran) merupakan asas yang mengatur bahwa dalam perjanjian atau akad setiap pihak harus berlaku jujur dan benar.

#### 4. Lembaga Keuangan

Menurut R.G. Hawtrey dalam bukunya *Currency and Credit* tahun 1919 menyatakan bahwa uang di tangan masyarakat berfungsi sebagai alat tukar dan alat pengukur nilai. Masyarakat memperoleh alat penukar berdasarkan kredit yang disalurkan oleh suatu badan usaha perantara yang memperdagangkan utang dan piutang (Frianto Pandia, dkk. 2004).

Sementara lembaga keuangan dalam arti luas adalah sebagai perantara dari pihak yang mempunyai kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan pihak yang kekurangan dana (*lack of funds*), sehingga peranan dari lembaga keuangan yang sebenarnya yaitu sebagai perantara keuangan masyarakat (Muhammad Djumhana, 2003).

Tugas bank menurut Verry Stuart dalam bukunya "*Bank Politics*" terdapat dua tugas bank yaitu:

1. Sebagai perantara kredit yakni bank memberikan kredit kepada pihak ketiga atau debitur yang berasal dari simpanan pihak ketiga (masyarakat).
2. Menciptakan kredit yakni meminjamkan dana yang tidak berasal dari dana milik masyarakat (Frianto, dkk. 2004).

Dari semua lembaga-lembaga yang termasuk atau menjadi bagian dari lembaga keuangan tersebut, dapat kita klasifikasikan kepada dua jenis lembaga yaitu :

a. Lembaga Keuangan Bank

Bank sebagai salah satu lembaga keuangan yang sangat penting dan besar peranannya dalam kehidupan masyarakat. Dalam menjalankan peranannya maka bank bertindak sebagai salah satu bentuk lembaga keuangan yang bertujuan memberikan kredit, dan jasa-jasa keuangan lainnya. Adapun pemberian kredit itu dilakukan baik dengan modal sendiri atau dengan dana-dana yang dipercayakan oleh pihak ketiga maupun dengan jalan memperredarkan alat-alat pembayaran baru yang berupa giral.

Dengan demikian bank berfungsi sebagai :

- 1) Pedagang dana (*money lender*), yaitu wahana yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien.

Bank sebagai tempat untuk penitipan dan penyimpanan uang yang dalam prakteknya sebagai tanda penitipan dan penyimpanan uang. Sedangkan dalam fungsinya sebagai penyaluran uang, maka bank memberikan kredit, atau membelikannya ke dalam bentuk surat-surat berharga.

- 2) Lembaga yang melancarkan transaksi perdagangan dan pembayaran uang.

Bank bertindak sebagai penghubung antara nasabah yang satu dengan yang lainnya jika keduanya melakukan transaksi.

Dari segi fungsinya serta tujuan usahanya, kita mengenal ada 4 jenis bentuk bank yaitu :

- 1) Bank Sentral (*Central Bank*) adalah bank yang dapat bertindak sebagai bankers bank pimpinan, penguasa moneter, mendorong dan mengarahkan semua jenis bank yang ada (Muhamad Djumhana, 2003). Pada UU No. 23 Tahun 1999 bahwa yang menjadi Bank Sentral adalah Bank Indonesia yang bertugas membina dan mengawasi perbankan di Indonesia baik dari sudut ekonomi perusahaan terutama dengan jalan pengaturan dan penjagaan likuiditas dan solvabilitas bank maupun dari sudut moneter dengan jalan pengaturan dan pengawasan pemberian kredit bank (Frianto, dkk. 2004).
- 2) Bank Umum (*Commercial Bank*) adalah bank baik milik negara, swasta maupun koperasi yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk giro, deposito, serta tabungan dan dalam usahanya terutama memberikan kredit jangka pendek. Dikatakan sebagai bank umum karena bank tersebut mendapatkan keuntungannya dari selisih bunga yang diterima dari peminjam dengan yang dibayarkan oleh bank kepada depositor (disebut *spread*).
- 3) Bank Tabungan (*Saving Bank*) adalah bank baik milik negara, swasta, maupun koperasi yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk tabungan sedangkan usahanya terutama membungakan dananya dalam kertas harga.
- 4) Bank Pembangunan (*Development Bank*) adalah bank baik milik negara, swasta, maupun koperasi, baik pusat ataupun daerah yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam deposito, dan atau mengeluarkan kertas berharga jangka menengah dan panjang, sedangkan usahanya terutama memberikan kredit jangka menengah dan panjang di bidang pembangunan.

Dari segi kepemilikannya, kita mengenal ada empat jenis yaitu :

- 1) Bank milik negara
- 2) Bank milik Pemerintah Daerah
- 3) Bank milik swasta baik dalam negeri maupun asing
- 4) Bank koperasi

Dari segi penciptaan uang giral, kita mengenal ada dua jenis yaitu :

- 1) Bank Primer adalah bank yang dapat menciptakan uang melalui simpanan masyarakat yang ada padanya yaitu simpanan likuid dalam bentuk giro. Yang dapat bertindak sebagai bank primer adalah bank umum.
- 2) Bank sekunder adalah bank-bank yang tidak bisa menciptakan uang melalui simpanan masyarakat yang ada padanya, bank ini hanya bertugas sebagai perantara dalam menyalurkan kredit. Umumnya bank yang bergerak pada bank sekunder, adalah Bank Tabungan, Bank Pembangunan, Bank Hipotik yang sekarang ada di Indonesia adalah berupa Bank Pengkreditan Rakyat, semuanya bank tersebut tidak boleh menciptakan uang giral (Muhamad Djumhana, 2003, hal. 77-84).

b. Lembaga Keuangan Bukan Bank

Lembaga keuangan bukan bank adalah badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana dengan jalan mengeluarkan surat berharga dan menyalurkannya ke dalam masyarakat guna membiayai investasi perusahaan-perusahaan.

Hal tersebut bisa juga dilihat dari ketentuan Pasal 1 ayat (2) bahwa Lembaga Keuangan Bukan Bank melakukan kegiatannya dengan dana yang bersifat jangka panjang, dan berasal dari surat berharga yang dikeluarkannya dan tidak diperkenankan menerima simpanan baik dalam bentuk giro, deposito maupun tabungan, sehingga lembaga tersebut banyak berkaitan dengan pasar uang dan pasar modal. Penyaluran dana yang dimiliki ditujukan kepada masyarakat terutama

sebagai sumber dana investasi yang bisa dilakukan di dalam negeri saja.

## 5. Bank Syariah

Bank berdasarkan prinsip syariah adalah Bank Umum Syariah atau Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, atau dengan kata lain yaitu bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Islam (Al-Quran dan Hadist). Dalam tata caranya dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil.

Bank berdasarkan prinsip syariah diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, dengan latar belakang adanya suatu keyakinan dalam Agama Islam yang merupakan suatu alternatif atas perbankan dengan kekhususannya pada prinsip syariah.

Prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank syariah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah (Malayu S.P. Hasibuan, 2007, hlm.39).

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank umum yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah Islam yang merupakan sebuah alternatif yang diberikan kepada masyarakat pengguna jasa perbankan. Bank Muamalat Indonesia lahir tanggal 15 Mei 1992, dari persepsi umat muslim bahwa di dalam syariah Islam bunga diharamkan pemakaiannya. Hal ini sesuai dengan ketentuan-ketentuan perundang-undangan yang baru yang memperbolehkan bank umum melakukan kegiatan perbankan dengan prinsip syariah (Frianto, dkk. 2004).

## 6. BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*)

BMT telah lahir di Indonesia pada tahun 1990-an yang kemudian mengalami perkembangan yang sangat cepat setelah tahun 1995 yaitu melalui gerakan nasional BMT. Munculnya BMT di berbagai pedesaan dan kota diharapkan menjadi solusi bagi penyelesaian persoalan kemiskinan dan pembebasan masyarakat miskin dari cengkraman sistem ribawi yang menyengsarakan melalui pengembangan usaha produksi. Oleh karena itu, BMT harus terus ditumbuh-kembangkan dengan upaya yang positif.

Berkaitan dengan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) sebagai koperasi yang pada awalnya bergerak di bidang *financing agent for serving the poor* yang berprinsip membantu dengan amanah dan kerjasama telah membuktikan dirinya sebagai institusi yang dirasakan keberadaannya oleh khususnya kelompok marginal.

*Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan mikro syariah yang melayani masyarakat berdasarkan gotong royong, berdasarkan nilai kepercayaan. Bantuan BMT didasarkan pada prinsip kredit keuangan Islam seperti *Qardh* dan *Syirkah* (pembagian rugi laba yang mendorong nilai Islam) yang mendorong nilai Islam. Selain itu, BMT menyatakan bahwa sebagai upaya dakwah lembaga Islam untuk melayani orang menuju kehidupan yang lebih baik hari ini dan di akhirat (Widiyanto, dkk, 2016).

### C. Landasan Teologis

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan Islam karena dengan menabung berarti seseorang telah memperjuangkan dirinya untuk menjalani perencanaan masa depan sekaligus mengantisipasi keadaan yang tidak diinginkan. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk tidak boros yang tercantum dalam Surah Al-Isra ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طَوَّافِينَ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada manusia. (Q.S Al-Isra Ayat 27)

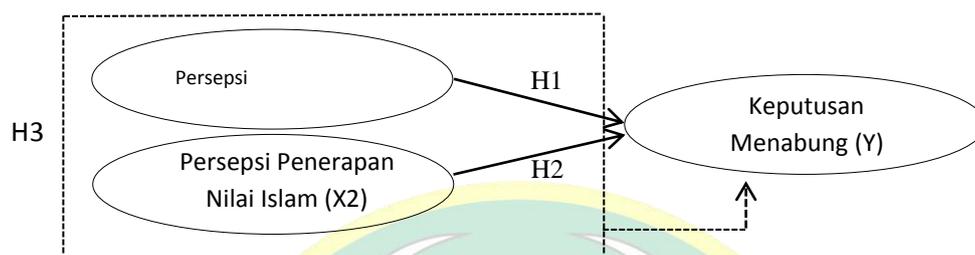
Terdapat hadist juga yang berpesan untuk menyimpan sebagian harta untuk kebutuhan masa yang akan datang oleh H.R Bukhari yang berbunyi: “Simpanlah sebagian dari harta kamu untuk menjadi masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu” (H.R Bukhari).

Dari hadist di atas menganjurkan untuk menyisihkan sebagian hartanya guna mempersiapkan masa depan. Dengan menabung kita mempunyai perspektif waktu yang jauh ke depan. Kita tidak melihat pengeluaran jangka pendek saja, melainkan sudah memperkirakan kebutuhan apa saja yang harus dikeluarkan pada masa yang akan datang, dan tentunya dipersiapkan dari sekarang. Dan menabung bukan bermaksud menimbun harta. Menabung adalah salah satu upaya berjaga-jaga, di samping juga sebagai bagian dari proses pengelolaan keuangan rumah tangga.

#### D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pengaruh persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir



Dari gambar di atas terlihat bahwa variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu variabel Keputusan Menabung (Y). Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini ada dua yaitu Persepsi Pengetahuan (X1) dan Persepsi Penerapan Nilai Islam (X2).

#### E. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan penelitian yang dijelaskan dalam pernyataan yang dapat diuji dan memperjelas hubungan antara dua atau lebih perubahan. Hipotesis adalah jawaban awal, jadi kita perlu mengungkapkan kebenarannya. Hipotesis berikut telah diajukan dan diuji dalam penelitian ini yakni :

- a. Pengaruh Persepsi Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto

Sumarwan (2002), pengetahuan merupakan semua informasi yang berkaitan tentang jenis produk dan layanan, serta pengetahuan lain yang terkait dengan pelanggan. Pelanggan memiliki tiga jenis pengetahuan produk: fitur dan karakteristik produk, konsekuensi dan manfaat positif

dari penggunaan produk dan nilai yang ingin diperoleh dari produk (Annisa, 2018).

Dalam penelitian sebelumnya oleh Annisa Wahyulkarimah pada tahun 2018 yang berjudul "*Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*", variabel pengetahuan dipengaruhi oleh keputusan nasabah bank syariah secara parsial berpengaruh positif.

Penelitian yang lain dilakukan oleh Muhammad Arief Firmansyah Syariffudin, Nuraeni Anggraeni dan Muh. Akil Rahman tahun 2021 yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar*". Hasil pembahasannya yaitu pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

Pada tahun 2018, Muhammad Aris Sulistyono melakukan penelitian lagi yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*", dan ditemukan variabel pengetahuan yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah.

Dalam penelitian lain oleh Nurngaeni tahun 2018 yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah*", variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Oleh karena itu, berdasarkan teori di atas dan penelitian sebelumnya dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh positif antara pengetahuan terhadap keputusan menabung studi empiris pada nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

b. Pengaruh Persepsi Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menabung  
Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat KSPPS BMT Buana Mas  
Purwokerto

Penerapan nilai Islam yang tepat dalam produk perbankan tentunya mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Menerapkan nilai-nilai Islami ini akan meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menginvestasikan uangnya. Namun hal tersebut ternyata belum optimal dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi seorang nasabah. Salah satu kendalanya adalah kurangnya minat dan keraguan sekelompok masyarakat terhadap penerapan nilai-nilai syariah pada produk perbankan syariah.

Pada penelitian sebelumnya oleh Muhammad Zainuddin 2019 yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Serta Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menabung*" disini penerapan nilai Islam berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda.

Penelitian sebelumnya oleh Munawaroh pada tahun 2016 berjudul "*Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)*" yang mendapat hasil bahwa terdapat pengaruh antara variabel penerapan nilai-nilai Islam terhadap kenaikan loyalitas nasabah bank syariah (Munawaroh, 2016).

Oleh karena itu, berdasarkan teori dan penelitian terdahulu di atas dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh positif persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung studi empiris pada nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

c. Pengaruh Persepsi Pengetahuan dan Persepsi Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menabung Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto

Penelitian sebelumnya yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa*" oleh Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni pada tahun 2020, bahwa pengaruh antar variabel dalam penerapan nilai-nilai Islam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk tabungan perbankan syariah.

Penelitian sebelumnya oleh Syahriyal (2018) berjudul "*Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah di Banda Aceh*", bahwa terdapat pengaruh antar variabel pengetahuan dan persepsi nilai kepada keputusan menabung pada perbankan syariah di Banda Aceh.

Jadi, berdasarkan penjabaran di atas maka hipotesisnya sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh antara persepsi pengetahuan (X1) dan persepsi penerapan nilai islam (X2) terhadap keputusan menabung studi empiris nasabah simpanan ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Metode ini digunakan karena objek yang diteliti bersifat terukur dan rasional. Metode kuantitatif bisa diartikan penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/*statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Penelitian yang akan peneliti gunakan termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*). Jika dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Penelitian deskriptif yaitu menerangkan hubungan, menguji hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna implisit dari suatu masalah yang ingin dipecahkan. Selain itu peneliti menggunakan penelitian kepustakaan guna membantu melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Penelitian ini juga bersifat asosiatif, yaitu penelitian yang memiliki sifat hubungan antara dua variabel atau lebih. Asosiatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ada tidaknya pengaruh persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai islam terhadap keputusan menabung di perbankan syariah (Sugiyono, 2019).

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto yang berada di Jalan Arsantaka No. 11A Arcawinangun, Purwokerto Timur, Kab. Banyumas, Jawa Tengah.

### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian yaitu mulai dari penyusunan usulan penelitian sampai dengan terlaksananya laporan penelitian di mulai dari bulan Oktober 2021 sampai dengan selesai.

## **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Menurut Corper, populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan umit yang diteliti. Jadi populasi bukan hanya orang, dan benda-benda alam yang lain. Populai juga bukan sekedar juga bukan ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang aktif menabung di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto yang mengajukan Simpanan Ummat (Sugiyono, 2019).

### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2019). Sampel yang baik adalah sampel yang menggambarkan atau yang mencerminkan populasi secara maksimal

tetapi walaupun mewakili sampel bukan berarti duplikat dari populasi. Pada penelitian ini memfokuskan sampel pada nasabah yang mengajukan Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto. Perhitungan menentukan sampel dapat menggunakan rumus Slovin seperti berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan

$$n = \frac{1.017}{1 + 1.017 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1.017}{1 + 10,17}$$

$$n = \frac{1.017}{11,17}$$

$$n = 92$$

Berdasarkan proporsi di atas, maka jumlah sampel untuk survei ini sebanyak 155 nasabah, dikarenakan melihat kondisi di lapangan penelitian.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah teknik *Nonprobability Sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling*. Teknik ini yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019:133). Adapun pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah aktif yang

mengajukan Simpanan Ummat (SIMMAT) di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:67).

##### **1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2019:69). Variabel bebas pada penelitian ini adalah Persepsi Pengetahuan (X1) dan Persepsi Penerapan Nilai Islam (X2).

##### **2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Menabung (Y).

##### **3. Indikator Penelitian**

Indikator atau instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2019:156). Indikator tersebut yang kemudian akan dijadikan item-item pertanyaan dalam kuisioner. Adapun indikator dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.1**  
**Variabel Indikator**

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	<b>Persepsi Pengetahuan (X<sub>1</sub>)</b>	1. Pengetahuan produk ( <i>Product Knowledge</i> ) 2. Pengetahuan Pembelian ( <i>Purchase Knowledge</i> ) 3. Pengetahuan Pemakaian/Manfaat Produk ( <i>Usage Knowledge</i> ) (Danang, 2015)	Sunyoto, Danang. 2015. <i>“Perilaku Konsumen dan Pemasaran”</i> . Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
2.	<b>Persepsi Penerapan Nilai Islam (X<sub>2</sub>)</b>	1. Keadilan 2. Kesetaraan 3. Kejujuran (Fathurrahman, 2021)	Fathurrahman, Djamil. 2001. <i>“Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompilasi Hukum Perikatan”</i> . Bandung: Citra Aditya Bakti.
3.	<b>Keputusan Penggunaan (Y)</b>	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif (Kotler, 2008)	Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. <i>“Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1”</i> . Jakarta: Penerbit Erlangga.

## **E. Sumber Data Penelitian**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada data primer dan data sekunder:

### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian. Data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan, yang sumbernya dari responden dan hasil kuisisioner (Waluya, 2007:79).

### **2. Data Sekunder**

Menurut Waluya (2007) data sekunder merupakan keterangan yang diperoleh dari pihak kedua, baik berupa orang maupun catatan, seperti buku, laporan, buletin dan majalah yang sifatnya dokumentasi. Data yang diperoleh dari buku, jurnal, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan persepsi pengetahuan dan penerapan nilai islam dan data jumlah nasabah baik Simpanan Ummat (SIMMAT) di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Kuisisioner (Angket)**

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2019:199). Penulis melakukan kuisisioner dengan mengajukan pertanyaan berupa angket kepada nasabah Simpanan Ummat (SIMMAT) KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto yang menjadi sampel untuk memperoleh jawaban yang dibutuhkan dalam penelitian.

Dalam kuisisioner ini alat ukur yang digunakan adalah *skala likert*. Menurut Sugiyono (2019:146) *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. *Skala Likert*, yaitu setiap butir pertanyaan variabel penelitian diberi skor nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat seperti berikut:

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

S = Setuju diberi skor 4

N = Netral diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

Dalam pengukuran pengaruh persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung, instrumen penelitian menggunakan skala likert diberi dalam bentuk *checklist*.

## 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2019:195). Dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya (Sugiyono, 2019:198). Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai Manajer *Accounting* dan beberapa anggota KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

### 3. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian, baik dari sumber buku-buku, koran, majalah, website dan lain-lain. Dalam penelitian ini, metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data dari manajemen berbagai data tentang KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

## G. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode:

### 1. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghazali, 2005). Uji validitas ini membandingkan nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Variabel yang melebihi signifikansi maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid, reliabel dan obyektif, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan instrumen yang valid, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar (Hardani, dkk, 2020).

Untuk menguji validitas, alat ukur dalam penelitian ini menggunakan analisis butir. Teknik ini yaitu menghitung korelasi antar skor pada masing-masing pernyataan dengan skor total, dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dari *Corl Pearson* (Taniredja, 2011).

Adapun teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah dengan rumus Korelasi Product Moment digunakan untuk menganalisis item dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan (Sugiyono, 2012),

Adapun kriteria pengujian validitas sebagai berikut:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid (Ghazali, 2013:53).

#### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang sesuai kenyataan, maka berapapun diambil akan tetap sama (Taniredja, 2011).

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Jika suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Isna & Wardo, 2013). Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* dengan kriteria nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 atau 60%, maka dikatakan semua instrumen tersebut sudah reliabel (Ghozali, 2011).

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistic *Cronbach Alpha*.

**Tabel 3.**

**Koefisien Reliabilitas Instrumen**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 - 1,000	Sangat Tinggi
0,600 - 0,799	Tinggi
0,400 - 0,599	Sedang
0,200 - 0,399	Rendah
0,000 - 0,199	Sangat Rendah

**2. Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *Ordinary Least Square (OLS)*. Jadi yang tidak menggunakan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik, atau regresi ordinal (Duli, 2019:114).

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu uji statistik untuk melihat sebaran suatu data apakah bersifat normal atau tidak. Data berdistribusi normal adalah data dengan sebaran utama yang berada pada tengah dengan nilai rendah atau bagian kiri dan nilai tinggi atau data bagian kanan simetris (Hardisman, 2020:85).

Alat uji yang statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogrov-smirnov*. Karena penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% maka data dapat dikatakan:

$H_0$  = Distribusi populasi normal, jika probabilitas  $> 0,05$ ,  $H_0$  diterima.

$H_a$  = Distribusi populasi tidak normal, jika probabilitas  $< 0,05$ ,  $H_0$  ditolak (Kadir, 2015).

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Widarjono (2010) uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika korelasinya tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas dan terikat (Duli, 2019:120).

Jika terjadi korelasi, maka terjadi korelasi, maka terjadi problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak Orthogonal dan akan menghasilkan data yang biasa (Ghozali, 2006:96).

Dalam penelitian ini menguji apakah ada multikolinieritas menggunakan *Variance Inflation Factor (FIV)*. Kriteria pengambilan keputusan jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen nilai toleransi  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$  maka menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas (Ghozali, 2006:103).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap (homoskedastisitas) (Duli, 2019:122).

Jika varian dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastitas. Model yang digunakan dalam penelitian

ini adalah analisis grafik. Jika nilai probabilitas signifikansi dari variabel independen di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

## H. Analisis Data Penelitian

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda, yaitu variabel bebasnya lebih dari satu. Analisis regresi digunakan untuk menentukan persamaan regresi yang sesuai sehingga dapat digunakan untuk mengestimasi variabel terikat. Regresi juga dapat menunjukkan arah kekuatan hubungan antar variabel (Nuryadi, 2017).

Analisis Regresi Berganda adalah peningkatan dari analisis regresi sederhana. Digunakan sebagai memprediksi nilai variabel terikat (Y) bila terdapat dua atau lebih variabel bebas (X) (Nuryadi, 2017). Analisis regresi berganda merupakan alat untuk memprediksi nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat (untuk membuktikan apakah ada hubungan antara variabel bebas  $X_1, X_2, \dots, X_i$  terhadap variabel terikat Y).

Model untuk regresi linear berganda yaitu:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Penggunaan

a = Konstanta

$X_1$  = Pengetahuan

$X_2$  = Minat Penerapan Nilai Islam

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

e = Standard Error

## 2. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisien regresi. Jika suatu koefisien regresi signifikan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$  (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen)

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$  (terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen).

b. Menentukan level of significance

Digunakan sebesar 5% atau  $(\alpha) = 0,05$

c. Menentukan nilai t (t hitung)

Melihat nilai t dan membandingkannya dengan t tabel.

d. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan  $H_0$

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, ada pengaruh signifikan.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, tidak ada pengaruh (Haslinda, dkk, 2016).

### 3. Uji f (Simultan)

Menurut Santoso (2006) Uji f yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama-sama untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-saa dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji f dilakukan dengan melihat pengaruh antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan variabel  $X_3$  secara keseluruhan terhadap variabel  $Y$ . Untuk menguji hipotesis :  $H_0 : b + 0$ , maka langkah yang digunakan dalam uji F ini sebagai berikut:

- a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$ 

$H_0 : E_i = 0$  (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen)

$H_a : E_i \neq 1$  (terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen).
- b. Menentukan *Level of Significance*

Level ini digunakan sebesar 5% atau  $(\alpha) = 0,05$
- c. Melihat Nilai F

Melihat nilai F dengan melihat output (tabel Anova) SPSS dan membandingkan dengan F tabel.
- d. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan  $H_0$  dengan tingkat probabilitasnya :

Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, adanya pengaruh signifikan.

Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, tidak adanya pengaruh (Haslinda, dkk, 2016).

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel yang terikat. Nilainya diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya (Haslinda, dkk, 2016).



## BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

#### 1. Sejarah KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto



Berdirinya KSPPS BMT Buana Mas berawal dari Organisasi Perempuan yang bernama Naisiyatul Aisyiyah Banyumas, yang diadakan oleh Departemen Ekonomi yang dipelopori oleh Ibu Indiyani NC. S.E. kegiatan ini bermula dari jual beli seragam dan bendera Naisiyatul Aisyiyah Nasional. Lambat laun karena sering adanya kegiatan yang diadakan oleh pemimpin daerah Naisiyatul Aisyiyah Banyumas yang membutuhkan banyak dana, dan terkadang meminta sumbangan ke berbagai pihak lainnya. Akhirnya, dimunculkan ide untuk mencari dana dengan didirikannya Koperasi Simpan Pinjam Wanita. Seiring berjalannya waktu, lalu berubahlah nama dari Koperasi Simpan Pinjam Wanita menjadi KSPPS BMT Buana Mas yang merupakan kepanjangan dari (Badan Usaha Amal Naisiyatul Aisyiyah Banyumas).

Pada 21 Januari 2011 dibentuklah kepengurusan dan keanggotaan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS), setiap anggota wajib menyetorkan modal minimal sebesar Rp. 2.500.000 kemudian dibentuklah pengelola KSPPS BMT Buana Mas. Pada tanggal 1 Maret 2011 dibentuklah kepengurusan kantor KSPPS BMT Buana Mas di

Arcawinangun dan mulai beroperasi dengan modal awal Rp. 26.000.000. per tanggal 31 Desember 2013, KSPPS BMT Buana Mas mempunyai badan hukum No. 250/BH/XIV.2013 dan berubah menjadi KSPPS BMT Buana Mas.

Pada mulanya, KSPPS BMT Buana Mas hanya menyewa kios di daerah Pasar Kejawar Arcawinangun selama 3 tahun dengan pengelola 3 orang karyawan (termasuk manajer umum). Kemudian pada tahun 2015 bisa membeli kios yang sekarang menjadi kantor pusat KSPPS BMT Buana Mas Arcawinangun per tanggal 1 Juni 2016 dibukalah Kantor Kas di Karang Sari, Kembaran.

Berhubung BMT dikelola 3 orang karyawan, akhirnya memutuskan untuk merekrut pegawai lagi dan mendapat 3 orang pegawai wanita dan totalnya 6 pegawai KSPPS BMT Buana Mas merupakan Lembaga Keuangan Koperasi yang menerima simpanan anggota dalam Simpanan Berjangka, Simpanan Wadiah dan adanya Pembiayaan yang berdasarkan Prinsip Syariah.

Letak Geografis KSPPS BMT Buana Mas merupakan salah satu BMT milik PDNA yang ada di Banyumas, KSPPS BMT Buana Mas beralamat di Jalan Arsantaka No. 11 A Arcawinangun, Purwokerto. Sementara Kantor Kas KSPPS BMT Buana Mas yag beralamat di Jalan Sunan Bonang RT 01 RW 01, Tambaksari Kidul Kembaran Telp. 085747062320.

## 2. Visi Misi KSPPS BMT Buana Mas

### a. Visi KSPPS BMT Buana Mas

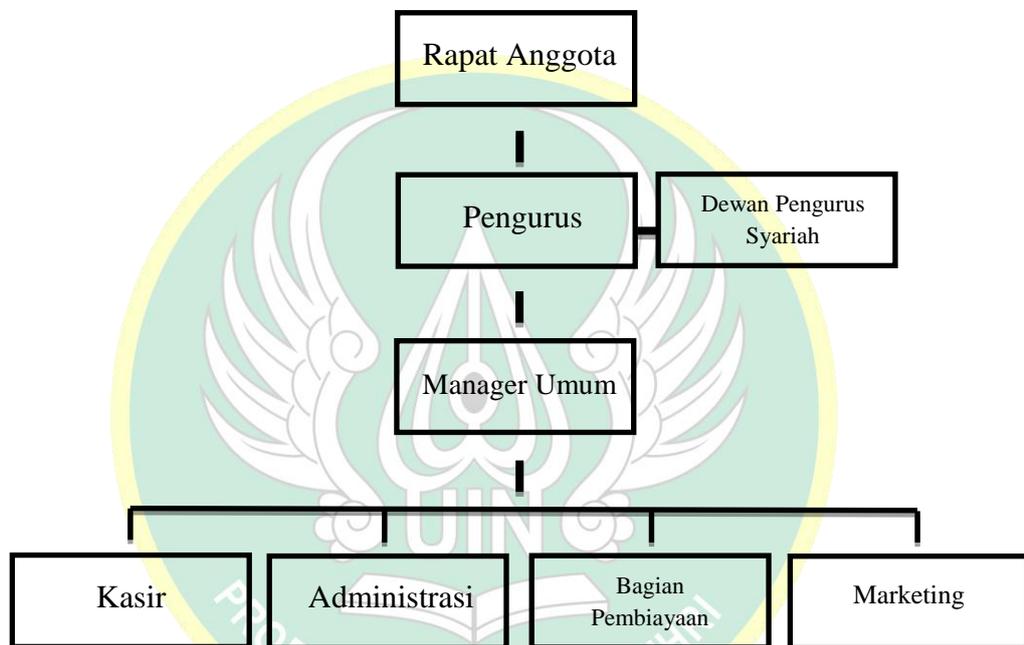
“Menjadi BMT yang mandiri, pendukung gerakan *Nasyiatul Aisyiyah* sehingga mampu *menjadi* penerus pergerakan umat Islam”.

### b. Misi KSPPS BMT Buana Mas

- 1) Meningkatkan keilmuan tentang ekonomi syariah.
- 2) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia pengelola BMT.
- 3) Meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat di wilayah BMT.

- 4) Meningkatkan jaringan melalui ilmu teknologi yang berbasis syariah.
- c. Motto KSPPS BMT Buana Mas  
*“Albiru Manittaqo”* menjadi *Nasyiatul Aisyiyah* yang Mandiri dan Berdaya Guna.
3. Struktur Organisasi KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto

**Gambar 4.2**  
**Struktur Organisasi KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto**



4. Produk Tabungan KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto

KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto memiliki beberapa jenis produk tabungan dengan tujuan masing-masing, diantaranya sebagai berikut:

- a. SIMMAT (Simpanan Ummat)
- 1) Simpanan dari pihak ketiga
  - 2) Dapat diambil dan setoran sewaktu-waktu
- b. SIDIKA (Simpanan Pendidikan)
- 1) Mempersiapkan dana untuk biaya pendidikan
  - 2) Dapat disetor sewaktu-waktu
  - 3) Penarikan setiap tahun ajaran baru

- c. SIQBAN (Simpanan Qurban)
  - 1) Simpanan yang ditunjukkan untuk ibadah penyembelihan hewan Qurban
  - 2) Bisa perorangan maupun kelompok Majelis Ta'lim
  - 3) Penarikan pada saat menjelang Hari Raya Idul Adha
- d. SIMIWAL (Simpanan Walimah)
  - 1) Simpanan yang disediakan untuk pernikahan
  - 2) Penyetoran sewaktu-waktu
  - 3) Boleh diambil menjelang pernikahan
- e. SIFITRI (Simpanan Idul Fitri)
  - 1) Simpanan yang disediakan untuk persiapan Hari Raya Idul Fitri
  - 2) Simpanan diambil menjelang Idul Fitri
- f. SIHATU (Simpanan Hari Tua)
  - 1) Simpanan yang ditunjukkan untuk hari tua atau pensiunan
- g. SIHAJ (Simpanan Haji atau Umroh)
  - 1) Ditunjukkan untuk Haji atau Umroh
- h. SIMALIN (Simpanan Ibu Bersalin)
  - 1) Khusus untuk ibu yang akan melahirkan
- i. SIMKA (Simpanan Berjangka)
  - 1) Jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan
  - 2) Setoran minimal Rp 1.000.000,-
  - 3) Bagi hasil kompetitif
  - 4) Bagi hasil diberikan setiap bulan, dapat diambil secara tunai atau transfer ke rekening lain
  - 5) Dapat diperpanjang secara otomatis.

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Sub bab ini peneliti akan menyampaikan beberapa gambaran karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian untuk mendapatkan gambaran umum mengenai latar belakang sampel penelitian. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Berdasarkan tanggapan responden dari data kuesioner yang telah terkumpul, maka hasil dari identifikasi karakteristik responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	62	40%
Perempuan	93	60%
<b>Total</b>	155	100%

*Sumber: Data Primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki sebanyak 62 dan perempuan sebanyak 93. Hal ini dapat disimpulkan bahwa anggota yang menabung di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki.

**Tabel 4.2**

### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
<20 Tahun	8	5,2%
21-30 Tahun	46	29,7%
31-40 Tahun	56	36,1%
41-50 Tahun	27	17,5%
>50 Tahun	18	11,5%
<b>Total</b>	155	100%

*Sumber: Data Primer, 2022*

Berdasarkan data pada tabel 4.2 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan usia, pada kolom pertama usia <20 tahun dengan frekuensi sejumlah 8, kemudian umur 21-30 tahun dengan frekuensi sejumlah 46 , kemudian usia 31-40 tahun dengan frekuensi sejumlah 56, kemudian usia lebih dari 41-50 tahun sebanyak 27 dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 18. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan usia 31-40 tahun paling sering menabung di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
SD	7	4,5%
SMP	46	29,6%
SMA	89	57,4%
Diploma	2	1,3%
Sarjana	11	7,2%
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer, 2022*

Berdasarkan pada tabel 4.3 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yaitu, lulusan SMA memperoleh frekuensi paling banyak sebesar 89, lalu tamatan SMP dengan frekuensi sebanyak 46, kemudian Sarjana dengan frekuensi sebanyak 11, tamatan SD memperoleh frekuensi sebanyak 7, dan Diploma memperoleh frekuensi 2. Dengan demikian dapat disimpulkan anggota KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto rata-rata orang terpelajar.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	11	7,1%
Pegawai	14	9,1%
Wiraswata	24	15,4%
Pedagang	102	65,8%
Lainnya	4	2,6%
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer, 2022*

Berdasarkan hasil data di atas, pada tabel 4.4 bisa dilihat bahwa karakteristik berdasarkan pekerjaan yaitu pada kolom pertama Pelajar/Mahasiswa dengan frekuensi sebanyak 11, selanjutnya Pegawai dengan frekuensi sebanyak 14, berikutnya wiraswata sebanyak 24, Pedagang memperoleh frekuensi sebanyak 102 dan pekerjaan lainnya meliputi buruh, pekerja serabutan dan ibu rumah tangga dengan frekuensi sebanyak 4 dari kategori pekerjaan didominasi oleh Pedagang.

### **C. Hasil Penelitian**

#### **1. Teknik Analisa Data**

##### **a. Uji Validitas**

Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terdapat data hasil penelitian adalah valid, reliabel dan obyektif. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Hardani, dkk, 2020). Nilai  $r_{total}$  dapat dicari pada tabel stastistic pada signifikan 0,05. Adapun penentuan nilai  $r_{tabel}$  sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 r_{\text{total}} &= n-2 \\
 &= 155-2 \\
 &= 153 \\
 &= 0,132
 \end{aligned}$$

Untuk lebih jelasnya, uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 26 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Validitas Variabel Persepsi Pengetahuan**

No. Item	Nilai $r_{\text{hitung}}$	Nilai $r_{\text{tabel}}$	Keterangan
X1_1	0,596	0,132	Valid
X1_2	0,729	0,132	Valid
X1_3	0,760	0,132	Valid
X1_4	0,730	0,132	Valid
X1_5	0,738	0,132	Valid
X1_6	0,749	0,132	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

**Tabel 4.6**  
**Validitas Variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam**

No. Item	Nilai $r_{\text{hitung}}$	Nilai $r_{\text{tabel}}$	Keterangan
X2_1	0,768	0,132	Valid
X2_2	0,694	0,132	Valid
X2_3	0,745	0,132	Valid
X2_4	0,722	0,132	Valid

X2_5	0,786	0,132	Valid
X2_6	0,715	0,132	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

**Tabel 4.7**

**Validitas Variabel Keputusan Menabung**

No. Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
Y1	0,701	0,132	Valid
Y2	0,713	0,132	Valid
Y3	0,720	0,132	Valid
Y4	0,694	0,132	Valid
Y5	0,727	0,132	Valid
Y6	0,548	0,132	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa perhitungan Uji Validitas berjumlah 18 pertanyaan yang terdiri dari 6 pertanyaan pada variabel Persepsi Pengetahuan, 6 pertanyaan pada variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam dan 6 pertanyaan pada variabel Keputusan Menabung.

Bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > 0,132$ ). Maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel Persepsi Pengetahuan (X1), Persepsi Penerapan Nilai Islam (X2) dan Keputusan Menabung (Y) di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto dinyatakan valid. Maka kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

Berdasarkan tabel di atas Sig. (1-tailed) < 0,05 yang artinya dapat dikatakan valid. Oleh karena itu, pernyataan tentang Persepsi Pengetahuan (X1) yang diajukan layak menjadi instrument penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dalam penelitian kuantitatif yaitu suatu realitas itu bersifat majemuk atau ganda, dinamis atau selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten dan berulang seperti semula (Hardani, dkk, 2020).

**Tabel 4.8**

**Reliabilitas Persepsi Pengetahuan, Persepsi Penerapan Nilai Islam dan Keputusan Menabung**

Variabel	<i>Alpha Cronbanch</i>	<i>Alpha ≥ 0,60</i>	Keterangan
Persepsi Pengetahuan	0,806	0,60	Reliabel
Persepsi Penerapan Nilai Islam	0,831	0,60	Reliabel
Keputusan Menabung	0,762	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa semua item dalam variabel Persepsi Pengetahuan (X<sub>1</sub>), Persepsi Penerapan Nilai Islam (X<sub>2</sub>) dan Keputusan Menabung (Y) dinyatakan reliabel.

Hal ini berdasarkan keterangan masing-masing variabel  $r_{\alpha}$  lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  ( $r_{\alpha} \geq 0,60$ ), sehingga seluruh atribut penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dapat digunakan untuk membuktikan sampel berasal dari suatu populasi berdistribusi normal atau bisa juga membuktikan populasi yang dimiliki berdistribusi normal. Selain itu, pengujian normalitas memudahkan peneliti dalam menentukan jenis analisis statistika yang akan digunakan. Jika jumlah data lebih dari 30 ( $n > 30$ ) maka data tersebut sudah diasumsikan sebagai data berdistribusi normal. Namun bukan berarti data yang jumlahnya kurang dari 30 ( $n < 30$ ) tidak berdistribusi normal (I Wayan, 2020).

Banyak cara yang bisa digunakan untuk membuktikan kenormalan suatu data yaitu salah satunya dapat menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* pada SPSS (I Wayan, 2020).

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		155
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99348527
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.060
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

*Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26*

Output di atas menunjukkan besarnya nilai signifikan *Asymp.Sig* adalah 0,200 lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Satu masalah penting dalam aplikasi analisis model regresi adalah kemungkinan adanya multikolinearitas dalam variabel-variabel penjelas. Kondisi ini berkaitan dengan situasi dimana beberapa variabel penjelas berkorelasi satu sama lain. Dalam situasi yang demikian itu, variabel-variabel kolinier tidak membawa informasi baru, dan akan menjadi sulit memisahkan pengaruh dari variabel-variabel tersebut pada variabel dependen. Dalam kasus tersebut, nilai dari koefisien regresi untuk variabel-variabel yang berkorelasi bisa berfluktuasi dengan drastis, tergantung pada variabel yang dimasukkan dalam model (Abdul Hakim, 2010).

Satu cara untuk mengukur kolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflationary Factor (VIF)* untuk tiap variabel penjelas. VIF ini didefinisikan sebagai dimana  $R^2$  mewakili koefisien determinasi ganda dari variabel X dengan variabel Y. Jika antara variabel X dengan variabel Y tidak berkorelasi, maka VIF sama dengan 1. Marquardt (1996) menyatakan bahwa jika VIF lebih besar dari 10, maka terdapat multikolinieritas antara variabel X dengan variabel Y (Abdul Hakim, 2010).

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.869	1.206		4.036	.000		
	X1	.404	.064	.452	6.264	.000	.444	2.250
	X2	.390	.068	.411	5.696	.000	.444	2.250
a. Dependent Variable: Y								

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

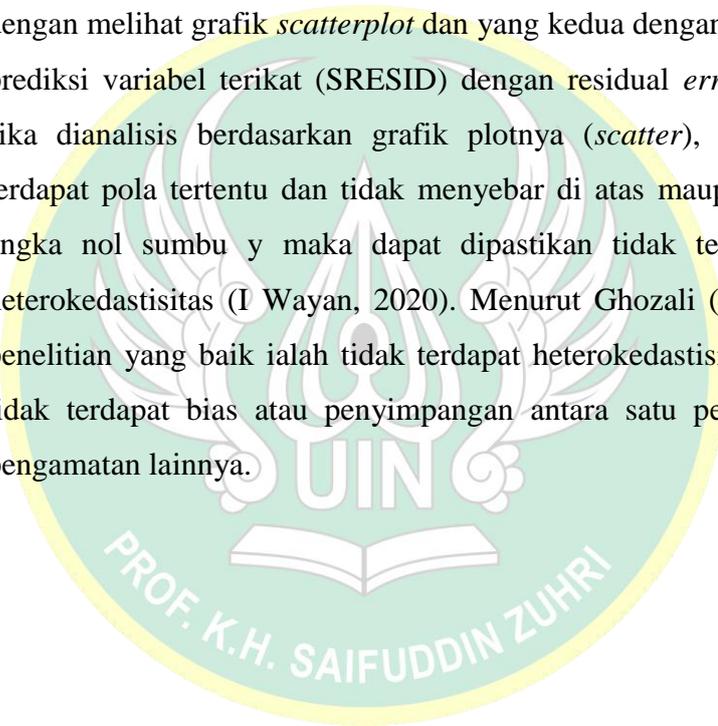
Nilai VIF (*Variance Influating Factor*) untuk variabel Persepsi Pengetahuan sebesar  $2,250 < 10$ , sedangkan nilai Tolerance sebesar  $0,444 > 0,10$ . Sehingga variabel Persepsi Pengetahuan dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Nilai VIF (*Variance Influating Factor*) untuk variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam sebesar  $2,250 < 10$ , sedangkan nilai Tolerance sebesar  $0,444 > 0,10$ . Jadi variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan suatu uji yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya jika dalam suatu model analisis regresi terdapat bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit dikarenakan varian data yang tidak konsisten (I Wayan, 2020).

Terdapat dua cara untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada suatu model regresi yaitu pertama dengan melihat grafik *scatterplot* dan yang kedua dengan melihat nilai prediksi variabel terikat (SRESID) dengan residual *error* (ZPRED). Jika dianalisis berdasarkan grafik plotnya (*scatter*), apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar di atas maupun di bawah angka nol sumbu *y* maka dapat dipastikan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas (I Wayan, 2020). Menurut Ghazali (2016), model penelitian yang baik ialah tidak terdapat heteroskedastisitas, sehingga tidak terdapat bias atau penyimpangan antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya.



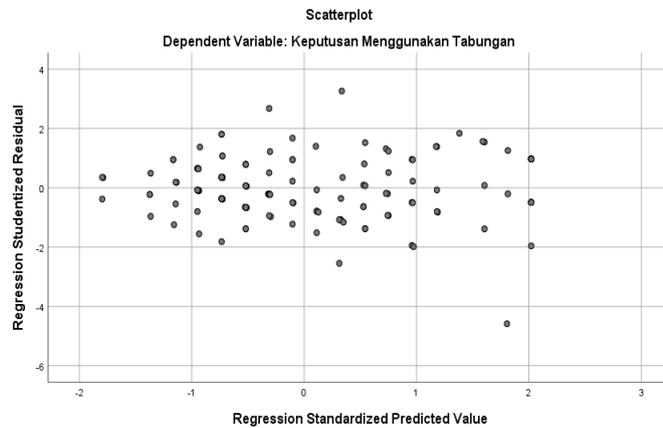
**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.997	.742		-2.694	.008
	X1	.051	.040	.148	1.282	.202
	X2	.070	.042	.191	1.659	.099
a. Dependent Variable: ABRES						

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

Dari tabel di atas diketahui bahwa pada Sig. Variable Persepsi Pengetahuan sebesar  $0,202 > 0,05$ , sedangkan Sig. Variable Persepsi Penerapan Nilai Islam sebesar  $0,099 > 0,05$ . Berdasarkan output di atas maka kedua variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Gambar 4.1**  
**Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26*

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik itu menyebar dan tidak membentuk pola, sehingga dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda dimana beberapa variabel penjelas digunakan untuk memprediksi nilai dari sebuah variabel dependen (Abdul Hakim, 2010). Regresi linear berganda (*multiple linear regression*) adalah model regresi linear dengan 1 variabel dependen kontinu beserta  $k$  (dua atau lebih) variabel independen kontinu dan/atau kategorik (Johan, 2018).

Uji regresi linier berganda sangat membantu untuk mengetahui pengaruh secara serempak (simultan) baik kualitas dari variabel-variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Hasil model persamaan regresi dapat dipergunakan sebagai pedoman untuk memprediksi hubungan antar variabel diluar data yang dijadikan sampel dalam suatu populasi (I Made, 2016).

**Tabel 4.12**  
**Output Perhitungan Menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.869	1.206		4.036	.000
	X1	.404	.064	.452	6.264	.000
	X2	.390	.068	.411	5.696	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

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

$$Y = 4.869 + 0,404X_1 + 0,390X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependent (Keputusan Menabung)

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi X1

$b_2$  = Koefisien Regresi X2

$X_1$  = Variabel Independent 1 (Persepsi Pengetahuan)

$X_2$  = Variabel Independent 2 (Persepsi Penerapan Nilai Islam)

e = Nilai Residu

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 4.869, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi pengetahuan mempunyai nilai sebesar 4.869 apabila variabel independen tidak mengalami perubahan atau konstan. Nilai koefisien regresi Persepsi Pengetahuan bertanda positif sebesar 0,404 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada Persepsi Pengetahuan, maka akan memberikan kenaikan sebesar 0,404 Keputusan Menabung. Variabel Persepsi

Penerapan Nilai Islam bertanda positif sebesar 0,390 yang berarti setiap peningkatan 1% pada Persepsi Penerapan Nilai Islam, maka akan memberikan kenaikan sebesar 0,390 Keputusan Menabung.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis nol. Digunakan dalam pengujian hipotesis. Uji t digunakan ketika informasi mengenai nilai simpangan baku populasi tidak diketahui. Uji t adalah salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan (meyakinkan) dari dua *mean* (rata-rata) sampel.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, ada pengaruh signifikan.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, tidak ada pengaruh.

Nilai  $t_{tabel}$  dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dan derajat bebas (db) =  $n-2$  maka rumusnya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 155-2-1) \\ &= 0,025 ; 152 \\ &= 1.975 \end{aligned}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$k$  = Jumlah Variabel Independent (Bebas)

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.869	1.206		4.036	.000
	X1	.404	.064	.452	6.264	.000
	X2	.390	.068	.411	5.696	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan:

- 1) Uji t variabel Persepsi Pengetahuan ( $X_1$ ) didapatkan  $t_{hitung}$  6.264 dengan signifikan t sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $6.264 > 1.975$ ) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ),  $H_1$  diterima yang diartikan secara parsial variabel Persepsi Pengetahuan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Perbankan Syariah (Y). Dengan kata lain, hipotesis pertama diterima yang menyatakan Persepsi Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung.
- 2) Uji t variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) di dapatkan  $t_{hitung}$  5.696 dengan signifikan sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5.696 > 1.975$ ) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ),  $H_1$  diterima yang diartikan secara parsial variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Perbankan Syariah (Y). Jadi, hipotesis kedua diterima yang menyatakan Persepsi Penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung.

Temuan dalam penelitian ini dapat membantu manajemen perbankan khususnya perbankan syariah dalam memutuskan skala prioritas, seperti melakukan sosialisasi tentang produk-produk bank syariah demi peningkatan pengetahuan dan pemahaman penerapan nilai islam sekaligus untuk dapat menghilangkan persepsi masyarakat umum yang menganggap bank syariah sama seperti bank konvensional.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel  $Y$  (I Made, 2016).

Kriteria pengujian nilainya,

Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, ada pengaruh signifikan.

Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, tidak ada pengaruh yang signifikan.

Nilai  $f_{tabel}$  dapat dicari pada tabel statistic pada signifikansi 0,05. Adapun penentuan nilai  $f_{tabel}$  sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= \alpha ; (k ; n-k-1) \\ &= 0,05 ; (2 ; 155-2-1) \\ &= 0,05 ; 2 ; 152 \\ &= 3,06 \end{aligned}$$

**Tabel 4.14****Hasil Uji f**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	541.136	2	270.568	140.472	.000 <sup>b</sup>
	Residua l	292.773	152	1.926		
	Total	833.910	154			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

Berdasarkan tabel ditunjukkan bahwa  $f_{hitung}$  sebesar 140.472 sedangkan  $f_{tabel}$  sebesar 3,06. Hal ini berarti  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $140.472 > 3,06$ ) atau sig lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang diartikan bahwa secara keseluruhan variabel Persepsi Pengetahuan dan Persepsi Penerapan Nilai Islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menabung.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase pengaruh variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel Y (I Made, 2016).

**Tabel 4.15****Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 <sup>a</sup>	.649	.644	1.388
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 26

Berdasarkan hasil tabel di atas nilai Adjusted R Square sebesar 0,644. Hal ini berarti bahwa Persepsi Pengetahuan ( $X_1$ ) dan Persepsi Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) memiliki pengaruh sebesar 64,4% terhadap Keputusan Menabung ( $Y$ ), sedangkan sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **1. Pengaruh Persepsi Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto**

Menurut Sumarwan (2002), pengetahuan merupakan informasi tentang suatu produk dan layanan yang diketahui oleh konsumen. Ada tiga jenis pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan terkait pemakaian.

Pengetahuan dapat pula diartikan suatu informasi yang diketahui dan dipahami oleh pelanggan tentang suatu produk atau jasa yang dipasarkan dan memberi manfaat dan mampu mempengaruhi perilaku pelanggan untuk memakai suatu produk. Maka, melalui informasi yang tersedia mengenai produk tersebut akan mendorong seseorang untuk memakai produk tersebut (Faisal, 2020).

Berdasarkan hasil pengujian pertama ( $H_1$ ) bahwa variabel dependent Persepsi Pengetahuan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan SPSS 26 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.264, yang berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.264 > 1.975$ ) dengan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ), dan untuk nilai regresinya sebesar 0,404. Dengan demikian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga terdapat pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Menabung Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Anisa Wahyulkarimah (2018) berjudul "*Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*", yang mendapatkan hasil bahwa variabel Pengetahuan secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah.

Persepsi Pengetahuan pada nasabah khususnya Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto akan mempengaruhi untuk memutuskan menabung pada Bank Syariah itu sendiri. Hal ini sesuai indikator yang dijelaskan oleh Danang Sunyoto (2015) yaitu seperti pengetahuan tentang produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian/manfaat produk. Dari indikator tersebut diturunkan ke beberapa sub pernyataan terkait mengetahui produk-produk selain Simpanan Ummat, mengetahui akan tata cara membuka rekening tabungan Simpanan Ummat dan mengetahui terkait manfaat dan penggunaan produk Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto. Hasil dari enam pernyataan pada variabel Persepsi Pengetahuan ( $X_1$ ) menunjukkan Setuju dari jawaban kuisisioner, maka nasabah di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto khususnya nasabah Simpanan Ummat (SIMMAT) akan memutuskan menabung dan menganggap pengetahuan yang dimiliki baik produk, manfaat dan penggunaan produk-produknya.

## **2. Pengaruh Persepsi Penerapan Nilai Islam terhadap Keputusan Menabung Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto**

Penerapan nilai Islam merupakan konsep atau keyakinan yang dijunjung tinggi oleh manusia mengenai beberapa masalah pokok yang berhubungan dengan Islam untuk dijadikan pedoman bagi dalam bertingkah laku, baik nilai bersumber dari Allah maupun hasil interaksi manusia tanpa bertentangan dengan syariat (Neowjoesufira, 2016). Persepsi penerapan nilai Islam juga dapat didefinisikan sebagai cara

nasabah dalam menerapkan nilai-nilai syariah yang diterapkan (Faisal, 2020).

Berdasarkan hasil pengujian pertama ( $H_2$ ) bahwa variabel penerapan nilai Islam ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan menabung ( $Y$ ) di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan SPSS 26 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.696 yang menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{total}$  ( $5.696 > 1.975$ ) dengan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) dan koefisien regresi 0,390. Dengan demikian maka  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Menabung studi empiris nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

Penelitian ini juga mendukung penelitiannya Muhammad Zainuddin (2019) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Serta Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menabung” disini mendapatkan hasil variabel penerapan nilai Islam berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda.

Penerapan Nilai Islam yang diterapkan di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto sebagai nasabah akan mempengaruhi keputusan untuk memutuskan menabung. Berdasarkan teori dari Fathurrahman Djamil pada Persepsi Penerapan Nilai Islam yang disusun indikator yaitu Keadilan, Kesetaraan dan Kejujuran. Dari indikator tersebut diturunkan menjadi beberapa pernyataan seperti transaksi yang dilakukan menguntungkan kedua belah pihak, memberikan pelayanan yang sama kepada nasabahnya dan telah berlaku secara jujur setiap transaksi. Pada 6 pertanyaan pada variabel persepsi penerapan nilai Islam tersebut menunjukkan setuju pada hasil kuisisioner yang dibagikan. Dengan penerapan nilai-nilai Islam yang baik di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto maka masyarakat akan tertarik memutuskan menabung.

### **3. Pengaruh Persepsi Pengetahuan dan Persepsi Penerapan Nilai Islam terhadap Keputusan Menabung Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto**

Pengetahuan menurut Sumarwan (2002) adalah suatu informasi tentang suatu produk dan layanan yang diketahui oleh pelanggan. Terdapat tiga jenis pengetahuan terkait produk, pengetahuan terkait pembelian dan pengetahuan terkait manfaat atau kegunaannya.

Penerapan nilai Islam menurut Faisal (2020), merupakan menerapkan nilai Islam dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Nasabah baru yang memilih perbankan syariah tentunya melihat nilai-nilai syariah yang diterapkan di perbankan syariah.

Menurut Peter dan Olson, pengambilan keputusan adalah proses pemecahan persoalan yang berorientasi pada tujuan. Bagaimana membuat keputusan pelanggan dengan upaya pemecahan masalah. Keputusan merupakan suatu proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan dan perilaku setelah membeli yang dilalui oleh konsumen (Kotler, 2010). Indikator untuk melihat keputusan diantaranya pengenalan masalah, pencarian informasi dan keputusan pembelian. Dari indikator tersebut diturunkan menjadi enam pertanyaan yang kemudian dibagikan kepada responden.

Hasil pengujian hipotesis pertama ( $H_1$ ) dan hipotesis kedua ( $H_2$ ) sudah dijelaskan keduanya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan perbankan syariah. Dapat disimpulkan bahwa persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai Islam yang diketahui oleh nasabah simpanan ummat KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung.

Hasil pengujian hipotesis ketiga ( $H_3$ ) bahwa variabel persepsi pengetahuan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menabung. Hal ini ditunjukkan nilai  $f$  hitung  $> f$  tabel ( $140.472 > 3,06$ ) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  berarti hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima dan  $H_0$  ditolak. Dari variabel independen persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai islam, hasil ini didukung dengan jawaban responden terhadap kuisisioner pada variabel keputusan.

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi antara masing-masing variabel dapat diwakili oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari variabel persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai islam dinotasikan dalam besarnya R Square adalah 0,644. Hal ini berarti 64,4% kemampuan regresi dari penelitian ini dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan sisanya 35,6% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni (2020) berjudul “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa” yang mendapat hasil variabel pengetahuan dan penerapan nilai Islam berpengaruh terhadap keputusan menggunakan tabungan perbankan syariah pada masyarakat kota Langsa.

Berdasarkan pemaparan di atas sudah dijelaskan bahwa hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh persepsi pengetahuan dan persepsi penerapan nilai Islam terhadap keputusan menabung studi empiris nasabah simpanan ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto. Adanya temuan penelitian ini KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto dapat lebih meningkatkan dari segi literasi yaitu pengetahuan dan penerapan nilai Islam supaya nasabah bisa memutuskan menabung dan dapat bersaing dengan BMT lainnya.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Persepsi Pengetahuan menurut Sumarwan (2002) yaitu sebuah informasi tentang suatu produk dan layanan yang diketahui oleh konsumen. Menurut Sunyoto Danang (2015) mengemukakan indikator dalam Pengetahuan diantaranya pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*) dan pengetahuan pemakaian/manfaat (*usage knowledge*). Uji t terhadap variabel Persepsi Pengetahuan ( $X_1$ ) di dapatkan  $t_{hitung}$  6.264 dengan signifikan t sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $6.264 > 1.975$ ) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ),  $H_1$  diterima yang diartikan secara parsial variabel Persepsi Pengetahuan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y) studi empiris nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.
2. Penerapan Nilai Islam menurut Neowjoesufira (2016), penerapan nilai Islam dapat didefinisikan sebagai konsep dan keyakinan yang dijunjung tinggi oleh seseorang mengenai beberapa masalah pokok yang berhubungan dengan Islam untuk dijadikan pedoman dalam tingkah laku, baik nilai bersumber dari Allah maupun hasil interaksi manusia tanpa bertentangan dengan syariat. Menurut Djamil Fathurrahman (2021) mengemukakan indikator dalam Penerapan Nilai Islam diantaranya keadilan, kesetaraan dan kejujuran. Uji t terhadap variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) didapatkan  $t_{hitung}$  5.696 dengan diperoleh signifikan t sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5.696 > 1.975$ ) dan nilai signifikan t lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_2$  diterima yang berarti secara parsial variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Menabung (Y) studi empiris nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto.

3. Pengambilan keputusan menurut Peter dan Olson (1999:164) merupakan proses pemecahan persoalan yang berorientasi pada tujuan. Pengambilan keputusan yaitu proses dalam mengenali masalah dan peluang untuk kemudian dipecahkan. Keputusan dapat diambil dari alternatif keputusan yang ada. Alternatif keputusan tersebut bisa dilakukan dengan adanya informasi yang diolah dan disajikan dengan sistem penunjang. Menurut Kotler (2008) menjelaskan beberapa indikator terkait keputusan diantaranya pengenalan kebutuhan, informasi, dan evaluasi alternatif. Hasil uji  $f$  menunjukkan bahwa  $f_{hitung}$  sebesar 140.472 sedangkan  $f_{tabel}$  sebesar 3,06. Hal ini berarti  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $140.472 > 3,06$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang diartikan bahwa secara keseluruhan variabel Persepsi Pengetahuan dan Persepsi Penerapan Nilai Islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menabung, maka penulis menyatakan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Persepsi Pengetahuan ( $X_1$ ) dan Persepsi Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung ( $Y$ ) terbukti dapat diterima.

## **B. Saran**

Saran-saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto, sebagai koperasi syariah yang bergerak pada bidang jasa tidak bisa lepas pada faktor pengetahuan dan penerapan nilai islam untuk menunjang kegiatannya. Maka dari hasil penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran untuk KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto:

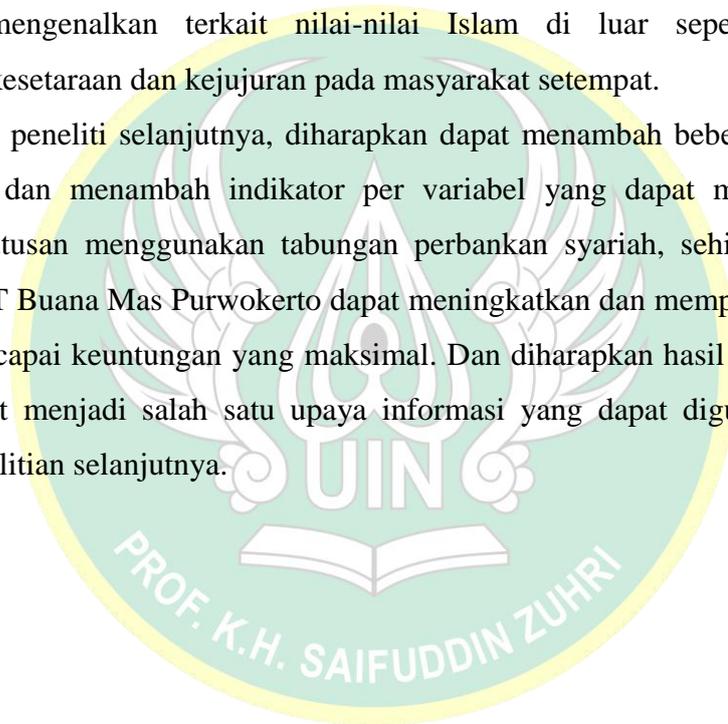
a. Tentang Persepsi Pengetahuan

Sebaiknya pihak internal KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto lebih giat lagi dalam mensosialisasikan tentang konsep perbankan syariah kepada masyarakat umum, sehingga masyarakat lebih bisa mengenal produk dan jasa perbankan syariah yang tidak berdasar pada bunga (riba) dan juga menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran seperti tuntunan syariah.

b. Tentang Persepsi Penerapan Nilai Islam

Sebaiknya pihak KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto lebih bisa mengenalkan terkait nilai-nilai Islam di luar seperti keadilan, kesetaraan dan kejujuran pada masyarakat setempat.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah beberapa variabel lain dan menambah indikator per variabel yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan tabungan perbankan syariah, sehingga KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto dapat meningkatkan dan memperbaiki untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Dan diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu upaya informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Andisa R. M., dan Eka A. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah. Jurnal Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*. Vol. 3. No. 2, Oktober 2013.
- Bakri, Adzan Noor, dan Umi Masruroh. 2018. “Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah”. *Journal of Islamic Management and Bussines*.
- Fathurrahman, Djamil. 2001. “*Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompilasi Hukum Perikatan*”. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Firmansyah, Muhammad Arief, dan Nuraeni Gani dkk. 2021. “*Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar*”. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Islamic Banking, Economic and Financial (IBEF) Journal*.
- Fuadi, Fatih. 2021. “*Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank Teori dan Aplikasi*”. Jakarta: Penerbit Adab.
- Hasanah, Afriani Nur. 2021. “*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kecamatan Tebo Ulu*”, *Skripsi*. Jambi. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Hasibuan. F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(01), 22-33. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Hasibuan, Faisal Umardani dan Rahma Wahyuni. 2020. “*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan*

- Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa*". Institut Agama Islam Negeri Langsa. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI).
- Hastuti, Asih Tri. 2017. *"Pengaruh Persepsi dan Pemahaman Kesyariahan Mahasiswa Prodi Muamalat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Terhadap Preferensi Sebagai Nasabah Bank Syariah"*, Skripsi. Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kasmir. 2005. *"Pemasaran Bank"*. Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *"Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1"*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mauludi, Muhammad Hafiz dan M. Kholil Nawawi, Ikhwan Hamdani. 2020. *"Pengaruh Penerapan Hukuman Islam Terhadap Minat Pengguna Jasa Pegadaian Syariah Studi Kasus Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah Bogor Baru Kota Bogor"*. Universitas Ibn Khaldun Bogor.
- Nanda, Hanif Arifi. 2020. *"Keputusan Mengambil Pembiayaan Murabahah Studi Kasus Pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera"*, Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Nawawi, I. 2012. *Manajemen Pengetahuan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Newjoesufira, *Pengertian dan Konsep Nilai dalam Islam*, <http://blogspot.co.id.html>, diakses pada 27 Agustus 2022.
- Notoatmodjo, S. 2021. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Nuryadi, dkk. 2017. *"Dasar-Dasar Statistik Penelitian"*. Yogyakarta: Gramasurya.

- Rifki, Muhammad Aenun. 2020. *“Strategi Pemasaran Produk Simpanan Umat Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto”*, Skripsi. Purwokerto. IAIN Purwokerto.
- Rohima. 2002. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang”*, Skripsi. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- S, Yoiz Shofwa. 2015. *“Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto”*. Skripsi. Purwokerto. IAIN Purwokerto.
- Salma, Ema. 2017. *“Nilai-Niai Islam Pada Bank Berbasis Syariah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Kota Makassar)”*, Skripsi. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Sugiyono. 2019. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Sumanti, Susi. 2019. *“Pengaruh Margin dan Lokasi Terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah Studi Pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung”*, Skripsi. Sekampung: IAIN Metro.
- Sumarni, Murti. 2002. *“Manajemen Pemasaran Bank”*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Syardilla. 2018. *“Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Studi PT. Bank BNI Syariah Cabang Parepare”*. Skripsi. Parepare. IAIN Parepare.
- Wahyudi, Setyo Tri. 2017. *“Statistika Ekonomi Konsep, Teori dan Penerapan”*. Malang: Tim UB Press.
- Wahyulkarimah, Annisa. 2018. *“Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”*. Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah.

- Cokrohadisumarto, Widiyantoo bin Mislan, Abdul Ghafar Ismail, dkk. 2016. *“BMT Praktik dan Kasus”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wiwoho, Jamal. 2014. *“Peran Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat”*, Jurnal Peran Lembaga Keuangan Bank Vol. 1 Hal. 88-89.
- Wulandari, Sri. 2017. *“Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT Muawanah Palembang”*, Skripsi. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- Zainuddin, Muhammad. 2019. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil, Serta Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung”*. IAIN Kudus. Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM).



# LAMPIRAN-LAMPIRAN



**SURAT PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN KUESIONER**

Penelitian Skripsi dengan Judul

**PENGARUH PERSEPSI PENGETAHUAN DAN PERSEPSI PENERAPAN  
NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG (STUDI EMPIRIS  
NASABAH SIMPANAN UMMAT DI KSPPS BMT BUANA MAS  
PURWOKERTO)**

Nama : Eka Diah Nurhastuti  
NIM : 1817202014  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Kepada  
Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i  
Responden Penelitian

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi), saya sedang mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Pengetahuan dan Persepsi Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menabung (Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto)”**. Untuk itu saya melakukan penyebaran angket guna mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

Mohon partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan informasi melalui kuesioner ini. Semua informasi yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Saya selaku peneliti sangat berharap agar dalam pengisian kuesioner ini saudara/saudari berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar. Atas perhatian dan kesediaannya untuk melakukan pengisian kuesioner ini. Saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Purwokerto, Juli 2022

Peneliti



**Eka Diah Nurhastuti**

NIM.1817202014



### Petunjuk Pengisian

1. Isilah identitas Anda secara lengkap dan benar.
2. Bacalah dengan seksama setiap butir pertanyaan/pernyataan.
3. Pilihlah salah satu alternatif jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan keadaan yang Anda alami dengan memberi tanda (✓) pada kolom jawaban yang tersedia.

#### A. Identitas Responden

Nama :

1. No. Responden : \_\_\_\_\_ (*diisi oleh peneliti*)

2. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan \*)

3. Usia : \_\_\_\_\_ tahun

4. Pendidikan Terakhir :

SD

Diploma

SMP

Sarjana

SMA

5. Pekerjaan :

( ) Pelajar/Mahasiswa

( ) Pegawai

( ) Wiraswata

( ) Pedagang

Lainnya mohon disebutkan \_\_\_\_\_



## B. PERTANYAAN DAN PERNYATAAN

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberi tanda (✓) pada jawaban yang tersedia dan isilah sesuai pendapat Anda :

Keterangan :

SS = Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

N = Netral (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

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

No.	Daftar Pernyataan	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Pengetahuan Produk</b>						
1.	Saya mengetahui produk Simpanan Ummat di BMT Buana Mas Purwokerto					
2.	Produk Simpanan Ummat di BMT Buana Mas Purwokerto terbebas dari riba					
<b>Pengetahuan Pembelian</b>						
3.	Saya mengetahui apa itu BMT, salah satunya BMT Buana Mas Purwokerto					
4.	Saya mengetahui tata cara untuk membuka rekening tabungan Simpanan Ummat di BMT Buana Mas Purwokerto					
<b>Pengetahuan Pemakaian</b>						
5.	Saya merasakan manfaat menjadi					

	nasabah di BMT Buana Mas Purwokerto					
6.	Saya mengetahui produk Simpanan Ummat dan penggunaannya					

## 2. Persepsi Penerapan Nilai Islam (X<sub>2</sub>)

No.	Daftar Pernyataan	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Keadilan</b>						
1.	Transaksi yang dilakukan BMT Buana Mas Purwokerto dan nasabah menguntungkan kedua belah pihak					
2.	BMT Buana Mas Purwokerto sudah menerapkan prinsip bagi hasil					
<b>Kesederajatan</b>						
3.	BMT Buana Mas Purwokerto telah memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabahnya					
4.	BMT Buana Mas Purwokerto tidak membatasi masyarakat yang mengajukan permohonan Simpanan					
<b>Kejujuran</b>						
5.	BMT Buana Mas Purwokerto telah berlaku secara benar dan jujur dalam setiap transaksi keuangan dengan nasabah					
6.	BMT Buana Mas Purwokerto telah melakukan Simpanan sesuai akad yang disepakati					

### 3. Keputusan Penggunaan Tabungan (Y)

No.	Daftar Pernyataan	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Pengenalan Kebutuhan</b>						
1.	Menabung di BMT Buana Mas Purwokerto karena produk memenuhi kebutuhan					
2.	Saya mengajukan tabungan di BMT Buana Mas Purwokerto karena untuk menunjang kehidupan masa depan					
<b>Pencarian Informasi</b>						
3.	Saya menabung di BMT Buana Mas Purwokerto karena mendapat informasi dari pihak pegawai bank atau iklan					
4.	Saya menabung dikarenakan saran dari keluarga, teman, tetangga atau kenalan					
<b>Evaluasi Alternatif</b>						
5.	Saya menabung di BMT Buana Mas Purwokerto karena sebelumnya telah membandingkan produk Simpanan dengan produk bank lain					
6.	Saya menabung di BMT Buana Mas Purwokerto karena sebelumnya saya pernah menggunakan produk tabungan yang sama.					

## LAMPIRAN TABEL JAWABAN RESPONDEN

### 1. Variabel Persepsi Pengetahuan (X1)

No	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1
1	4	4	4	5	5	4	26
2	3	5	3	4	4	5	24
3	4	5	4	3	4	4	24
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	4	5	5	27
6	4	3	4	5	4	4	24
7	4	3	3	4	3	4	21
8	4	3	4	4	4	4	23
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	3	4	3	5	4	4	23
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	5	4	4	25
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	2	3	4	4	4	4	21
17	3	4	4	4	4	5	24
18	4	4	4	4	4	5	25
19	4	4	4	5	3	5	25
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	3	4	4	4	23
25	3	4	5	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	3	4	3	22
28	4	4	5	4	4	4	25
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	3	4	4	4	4	23
31	5	3	4	4	4	4	24
32	3	4	3	4	4	4	22
33	4	3	4	4	4	4	23
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	5	5	5	30

36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	3	3	5	5	5	5	26
40	5	4	4	4	4	4	25
41	5	4	4	4	4	4	25
42	4	4	4	5	4	4	25
43	4	5	5	5	5	5	29
44	4	4	3	5	4	4	24
45	4	3	4	5	4	4	24
46	4	3	3	4	5	4	23
47	3	4	3	5	5	4	24
48	5	4	4	4	5	4	26
49	5	4	4	4	4	4	25
50	4	3	4	4	3	4	22
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	3	3	4	4	4	22
53	3	4	4	5	4	5	25
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	5	5	5	5	5	30
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	5	4	4	4	5	26
59	4	4	4	5	3	4	24
60	5	4	4	5	4	4	26
61	4	4	3	5	4	5	25
62	3	3	4	3	4	4	21
63	4	3	4	4	4	4	23
64	5	3	4	3	4	4	23
65	4	4	4	4	4	3	23
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	4	5	4	5	4	27
69	4	3	4	4	4	4	23
70	4	3	4	4	4	4	23
71	5	3	4	3	4	4	23
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30

75	4	5	4	5	4	5	27
76	4	4	3	4	3	4	22
77	5	3	4	4	4	4	24
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	3	3	4	3	21
83	5	3	5	3	5	3	24
84	5	4	4	4	4	4	25
85	4	4	4	3	4	3	22
86	4	4	4	4	5	4	25
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	4	4	4	4	4	24
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	3	4	5	4	24
91	5	5	5	5	5	5	30
92	4	4	4	4	4	3	23
93	4	3	4	4	4	4	23
94	4	4	3	4	4	5	24
95	5	3	4	4	4	4	24
96	4	4	3	4	4	4	23
97	3	4	4	5	4	4	24
98	4	3	4	3	4	3	21
99	5	3	4	4	4	4	24
100	5	3	5	5	5	5	28
101	3	4	4	4	4	4	23
102	5	5	5	5	3	5	28
103	4	4	4	4	4	4	24
104	5	3	4	4	4	4	24
105	4	4	4	4	4	4	24
106	3	3	3	3	4	4	20
107	5	3	4	4	4	4	24
108	4	3	4	4	4	4	23
109	4	4	4	4	4	3	23
110	5	5	5	3	5	5	28
111	3	4	3	3	4	3	20
112	4	3	4	4	4	4	23
113	5	4	5	4	5	4	27
114	4	3	4	4	4	4	23

115	5	4	5	5	5	5	29
116	4	4	4	4	4	4	24
117	4	4	4	4	4	4	24
118	4	4	3	4	3	4	22
119	4	4	4	4	4	4	24
120	4	3	4	4	4	4	23
121	4	4	4	4	4	4	24
122	5	4	4	4	4	4	25
123	5	3	4	4	4	4	24
124	5	4	5	4	5	4	27
125	4	3	4	4	4	4	23
126	4	4	3	4	4	4	23
127	4	4	4	4	4	4	24
128	5	3	4	4	4	4	24
129	3	3	4	4	4	4	22
130	4	3	4	4	4	4	23
131	5	4	3	4	4	4	24
132	4	3	4	4	4	4	23
133	4	4	4	4	4	4	24
134	4	4	4	5	5	5	27
135	4	4	4	4	4	5	25
136	4	4	4	5	5	5	27
137	4	4	4	5	4	4	25
138	5	5	5	5	5	4	29
139	5	5	5	5	5	4	29
140	5	4	4	5	5	4	27
141	4	4	4	5	4	5	26
142	4	4	4	5	5	5	27
143	4	4	5	5	5	5	28
144	4	4	5	5	5	4	27
145	5	4	5	5	5	5	29
146	4	4	5	5	5	5	28
147	2	4	4	4	5	4	23
148	4	5	4	5	5	4	27
149	4	5	4	5	5	4	27
150	3	4	4	4	4	4	23
151	3	4	5	4	5	4	25
152	5	5	4	5	5	5	29
153	4	4	5	5	5	5	28
154	4	5	4	5	5	5	28
155	5	5	5	5	5	5	30

## 2. Variabel Persepsi Penerapan Nilai Islam (X2)

No.	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2
1	4	4	4	3	4	4	23
2	5	4	5	4	5	5	28
3	4	4	4	4	4	3	23
4	5	4	5	4	5	5	28
5	5	4	5	4	5	4	27
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	4	3	23
10	4	4	4	4	4	3	23
11	4	4	4	3	4	4	23
12	4	4	5	4	4	4	25
13	4	5	4	4	5	4	26
14	4	4	3	4	4	4	23
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	5	5	4	26
19	4	3	4	4	4	4	23
20	4	5	4	3	4	4	24
21	4	5	4	4	4	4	25
22	5	4	5	5	5	5	29
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	3	4	4	23
25	4	5	4	5	4	4	26
26	4	4	4	4	5	4	25
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	5	4	25
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	5	4	4	4	25
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30

37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	3	5	5	28
40	5	4	5	5	5	4	28
41	5	5	4	4	5	4	27
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	5	5	4	5	4	27
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	3	3	3	21
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	3	3	4	22
48	4	5	4	5	4	5	27
49	4	4	5	4	5	4	26
50	4	4	3	4	3	4	22
51	4	4	5	4	4	4	25
52	4	3	4	4	3	4	22
53	4	4	5	4	5	4	26
54	4	4	4	4	3	4	23
55	4	4	5	4	4	4	25
56	4	5	5	5	5	4	28
57	4	4	5	4	4	4	25
58	4	5	4	4	5	4	26
59	4	4	4	4	3	4	23
60	4	4	5	4	5	4	26
61	5	5	5	4	5	4	28
62	4	3	3	3	4	4	21
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	5	4	5	4	26
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	3	4	4	23
67	5	5	5	4	5	5	29
68	4	4	5	4	5	4	26
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	5	4	5	4	26
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	3	5	5	28

76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	5	4	4	5	26
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	4	5	4	4	4	26
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	3	4	4	23
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	3	2	3	4	20
85	4	4	3	4	4	4	23
86	4	4	4	4	4	3	23
87	5	3	5	3	5	5	26
88	4	4	4	3	4	3	22
89	5	5	5	5	5	3	28
90	5	4	4	4	4	4	25
91	5	5	5	5	5	5	30
92	4	4	4	3	4	4	23
93	4	3	5	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	4	24
95	3	4	5	3	3	3	21
96	4	4	4	4	4	4	24
97	5	4	4	5	5	4	27
98	4	4	4	4	4	3	23
99	5	4	4	5	5	5	28
100	5	5	5	5	5	5	30
101	4	4	4	4	4	4	24
102	5	4	5	5	5	5	29
103	4	4	4	4	5	4	25
104	4	3	5	4	4	3	23
105	4	4	4	4	4	4	24
106	4	4	3	4	3	4	22
107	5	5	5	5	5	5	30
108	4	4	4	4	4	3	23
109	5	4	4	4	4	4	25
110	4	5	5	5	5	3	27
111	4	4	3	4	3	4	22
112	4	4	4	4	4	4	24
113	4	5	5	4	5	4	27
114	4	4	4	4	3	4	23
115	5	4	5	5	4	4	27

116	4	4	4	4	4	4	24
117	4	4	4	4	5	4	25
118	4	4	4	4	4	4	24
119	4	4	4	4	5	4	25
120	4	4	4	4	4	4	24
121	4	4	4	4	3	4	23
122	5	4	5	5	5	4	28
123	4	4	4	3	4	4	23
124	4	4	5	4	5	4	26
125	4	4	4	4	4	4	24
126	3	4	4	4	4	4	23
127	4	4	4	4	4	4	24
128	4	4	5	4	5	4	26
129	4	4	4	4	4	4	24
130	4	3	4	4	4	4	23
131	4	4	5	4	5	4	26
132	4	4	4	4	4	4	24
133	4	4	4	4	5	5	26
134	4	4	5	4	5	5	27
135	4	3	4	3	4	3	21
136	4	4	4	4	4	4	24
137	4	4	4	4	4	4	24
138	4	4	4	3	4	4	23
139	5	5	5	5	5	5	30
140	5	5	5	4	4	5	28
141	5	5	5	4	4	5	28
142	5	5	5	4	4	5	28
143	5	4	5	4	5	4	27
144	5	5	4	4	4	4	26
145	5	5	4	4	4	4	26
146	4	4	4	4	4	4	24
147	4	4	4	4	4	4	24
148	4	4	5	4	5	4	26
149	4	4	4	4	5	4	25
150	5	4	5	3	4	3	24
151	4	5	4	4	4	3	24
152	5	5	5	4	4	4	27
153	4	5	5	4	5	4	27
154	4	5	5	5	5	4	28
155	5	5	5	5	5	5	30

## 3. Variabel Keputusan Menabung (Y)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
1	5	4	3	4	3	4	23
2	4	4	3	4	4	3	22
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	5	26
5	4	4	5	5	4	5	27
6	4	4	4	3	4	3	22
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	4	4	3	4	23
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	5	4	25
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	5	3	5	4	3	24
14	5	5	3	4	4	3	24
15	4	5	4	4	4	4	25
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	5	4	4	4	25
19	4	5	4	4	4	3	24
20	4	5	4	4	4	2	23
21	4	5	4	4	4	2	23
22	5	5	5	5	5	3	28
23	4	3	4	4	4	3	22
24	4	4	4	4	4	3	23
25	4	5	4	4	5	4	26
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	5	5	5	3	28
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	5	4	4	4	25
32	4	5	3	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	3	28
35	5	5	5	5	5	3	28
36	5	5	5	5	5	5	30

37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	3	5	3	26
40	4	4	4	5	4	4	25
41	4	4	5	3	3	5	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	5	4	5	5	4	27
44	4	4	4	5	3	5	25
45	4	3	3	4	4	4	22
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	3	4	23
48	4	5	4	5	4	5	27
49	4	4	4	4	4	3	23
50	4	4	4	4	4	3	23
51	4	5	4	5	5	5	28
52	4	4	2	4	4	3	21
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	5	5	5	5	4	28
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	4	4	5	4	4	25
60	4	4	5	4	4	4	25
61	5	4	5	3	4	5	26
62	4	3	3	4	4	4	22
63	4	4	4	4	4	3	23
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	4	4	4	3	23
66	4	4	4	4	4	3	23
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	3	23
70	4	4	4	4	4	3	23
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	3	3	26

76	4	4	3	4	4	4	23
77	4	5	5	4	4	5	27
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	4	5	4	5	28
80	4	4	4	4	4	5	25
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	3	4	4	3	22
83	5	5	3	5	3	5	26
84	4	4	4	4	4	3	23
85	4	4	2	4	3	4	21
86	4	3	4	4	4	4	23
87	5	3	3	5	5	5	26
88	3	4	4	4	3	3	21
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	4	4	4	4	24
91	5	5	5	5	5	5	30
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	5	4	4	4	4	25
95	4	4	4	4	3	4	23
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	5	4	5	5	4	27
98	4	3	3	4	4	4	22
99	4	4	4	4	4	4	24
100	5	5	5	5	5	5	30
101	4	2	4	4	3	4	21
102	5	5	5	5	5	5	30
103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	4	4	4	4	3	23
105	3	4	4	4	4	4	23
106	4	3	4	3	3	4	21
107	5	4	5	4	5	5	28
108	4	4	3	4	4	4	23
109	3	4	4	4	4	4	23
110	3	5	5	5	5	3	26
111	3	3	4	4	4	4	22
112	4	4	4	4	4	3	23
113	5	5	5	4	5	4	28
114	4	4	4	4	4	3	23
115	4	5	5	5	5	5	29

116	4	4	3	4	4	4	23
117	4	4	4	4	4	4	24
118	3	4	3	4	4	4	22
119	4	4	4	4	4	4	24
120	4	4	4	4	4	4	24
121	4	4	4	4	4	4	24
122	4	4	4	4	4	5	25
123	4	4	4	4	4	3	23
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	4	4	4	4	4	24
126	4	4	4	4	4	4	24
127	4	4	4	4	4	4	24
128	4	4	4	4	4	4	24
129	3	4	4	4	4	4	23
130	4	4	4	4	4	4	24
131	4	4	4	4	4	3	23
132	4	4	4	3	4	4	23
133	5	5	4	4	4	4	26
134	5	5	4	4	4	3	25
135	4	5	4	4	4	4	25
136	4	4	4	4	4	4	24
137	4	4	4	4	4	4	24
138	4	4	4	4	4	4	24
139	4	4	3	4	4	3	22
140	5	5	5	5	4	4	28
141	5	5	4	4	4	3	25
142	4	4	4	4	4	4	24
143	5	4	4	5	5	4	27
144	4	5	5	4	4	4	26
145	4	4	4	4	4	4	24
146	4	4	4	5	5	4	26
147	5	4	4	5	4	4	26
148	5	5	5	5	4	4	28
149	5	5	5	5	5	5	30
150	5	5	4	4	4	4	26
151	5	5	4	4	4	4	26
152	5	4	4	4	5	4	26
153	5	5	5	4	5	4	28
154	5	5	5	5	5	4	29
155	5	5	5	3	5	3	26

## Hasil Olah Data SPSS Versi 26

### 1. Uji Validitas Persepsi Pengetahuan

		Correlations						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.263**	.450**	.219**	.309**	.247**	.596**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.003	.000	.001	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X1_2	Pearson Correlation	.263**	1	.391**	.477**	.455**	.501**	.729**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X1_3	Pearson Correlation	.450**	.391**	1	.395**	.588**	.451**	.760**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X1_4	Pearson Correlation	.219**	.477**	.395**	1	.440**	.642**	.730**
	Sig. (1-tailed)	.003	.000	.000		.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X1_5	Pearson Correlation	.309**	.455**	.588**	.440**	1	.440**	.738**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X1_6	Pearson Correlation	.247**	.501**	.451**	.642**	.440**	1	.749**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X1	Pearson Correlation	.596**	.729**	.760**	.730**	.738**	.749**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## 2. Uji Validitas Persepsi Penerapan Nilai Islam

### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.481**	.506**	.444**	.477**	.573**	.768**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X2_2	Pearson Correlation	.481**	1	.379**	.437**	.409**	.408**	.694**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X2_3	Pearson Correlation	.506**	.379**	1	.393**	.615**	.383**	.745**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X2_4	Pearson Correlation	.444**	.437**	.393**	1	.485**	.401**	.722**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X2_5	Pearson Correlation	.477**	.409**	.615**	.485**	1	.434**	.786**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X2_6	Pearson Correlation	.573**	.408**	.383**	.401**	.434**	1	.715**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
X2	Pearson Correlation	.768**	.694**	.745**	.722**	.786**	.715**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## 3. Uji Validitas Keputusan Menabung

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.500**	.394**	.375**	.427**	.249**	.701**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
Y2	Pearson Correlation	.500**	1	.459**	.453**	.481**	.077	.713**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.170	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
Y3	Pearson Correlation	.394**	.459**	1	.300**	.482**	.267**	.720**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
Y4	Pearson Correlation	.375**	.453**	.300**	1	.465**	.326**	.694**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
Y5	Pearson Correlation	.427**	.481**	.482**	.465**	1	.191**	.727**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.009	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
Y6	Pearson Correlation	.249**	.077	.267**	.326**	.191**	1	.548**
	Sig. (1-tailed)	.001	.170	.000	.000	.009		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155
Y	Pearson Correlation	.701**	.713**	.720**	.694**	.727**	.548**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

#### 4. Uji Reliabilitas

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	6

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	6

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	6

#### 5. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		155
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99348527
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.060
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## 6. Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.997	.742		-2.694	.008
	X1	.051	.040	.148	1.282	.202
	X2	.070	.042	.191	1.659	.099

a. Dependent Variable: ABRES

## 7. Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.869	1.206		4.036	.000		
	X1	.404	.064	.452	6.264	.000	.444	2.250
	X2	.390	.068	.411	5.696	.000	.444	2.250

a. Dependent Variable: Y

## 8. Uji

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 <sup>a</sup>	.649	.644	1.388

a. Predictors: (Constant), X2, X1

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	541.136	2	270.568	140.472	.000 <sup>b</sup>
	Residual	292.773	152	1.926		
	Total	833.910	154			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.869	1.206		4.036	.000
	X1	.404	.064	.452	6.264	.000
	X2	.390	.068	.411	5.696	.000

a. Dependent Variable: Y



**DOKUMENTASI**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Eka Diah Nurhastuti
2. NIM : 1817202014
3. TTL : Tegal, 6 Agustus 1999
4. Alamat Rumah : Jl. Garuda No. 17 Desa Pesarean RT 03/01,  
Kec. Pagerbarang – Kab. Tegal
5. Nomor HP : 085842140351
6. Email : [ekahastuti0699@gmail.com](mailto:ekahastuti0699@gmail.com)
7. Nama Orang Tua :
  - Ayah : Darsono
  - Ibu : Koriah

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK : TK Harapan Ibu Gelam Jaya, Tangerang
  - b. SD : SD N 1 Pesarean, Tegal
  - c. SMP : SMP N 1 Jatibarang, Brebes
  - d. SMA : SMA N 1 Dukuhwaru, Tegal
  - e. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non Formal
 

Pondok Pesantren Modern Elfira 1, Purwokerto Utara

### C. Pengalaman Organisasi

1. KSEI (Komunitas Studi Ekonomi Islam) Periode 2019-2020
2. KMPS (Komunitas Marketing Perbankan Syariah) Periode 2019-2020
3. Urup Project Periode 2019-2020
4. FoSSEI Komisariat Purwokerto Periode 2020-2021
5. GenBI Purwokerto Periode 2020-2021
6. IBIL (Islamic Banking In Laboratory) Periode 2020-2021