

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Deskripsi Teori

#### 1. *Theory Of Planned Behavior*

*Theory of planned behavior* merupakan sikap individu terhadap perilaku dapat menjadi prediktor signifikan terhadap suatu tindakan. Hal ini dicapai dengan mengevaluasi sikap individu terhadap norma subjektif dan mengukur kendali yang dirasakan atas perilakunya. Niat seseorang dalam berperilaku akan semakin tinggi apabila mempunyai pandangan yang baik, dukungan orang lain disekitarnya, dan rasa nyaman karena tidak ada hambatan dalam bertindak.<sup>1</sup> Adapun tiga faktor pembentukannya didalam *Theory of planned behavior*, antara lain:

##### a. Sikap terhadap perilaku

Sikap terhadap suatu perilaku merupakan suatu fungsi yang didasarkan oleh *belief* (*Behavior Beliefs*), adalah kepercayaan individu mengenai konsekuensi positif dan negatif yang akan diperoleh individu melakukan suatu perilaku. Meskipun seorang individu kemungkinan mempunyai banyak *belief* mengenai konsekuensi dari melakukan suatu perilaku dengan sebagian kecil dari jumlah *belief* tersebut yang dapat diakses.

Dalam generasi sekarang menabung di bank syariah sangat menguntungkan untuk mereka dilihat dari tingkat religiusitas. Persepsi terhadap hal ini cenderung subjektif, dengan pendapat individu yang mungkin tidak selalu sejalan dengan kenyataan. Sudut pandang ini dapat berkembang sebagai hasil dari pengetahuan yang dimiliki seseorang dengan pengalaman yang relevan. Dengan demikian, niat menabung di bank syariah akan dipengaruhi oleh informasi positif tentang bank syariah yang diterima.

##### b. Norma Subyektif Terhadap Perilaku

Norma subyektif adalah penafsiran seseorang mengenai apa yang diharapkan oleh orang-orang dalam hidupnya yang berkaitan dengan perilaku tertentu yang mereka lakukan atau yang tidak mereka lakukan, karena subjektivitas pengalaman, dimensi ini di bentuk oleh keyakinan. Perbedaannya terletak

---

<sup>1</sup> Ni Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi Ratnadi, "Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi", *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 12, no.6 (2017): 4046-4047.

pada kenyataan bahwa keyakinan individu terhadap perilaku yang ingin mereka lakukan menentukan sikap mereka terhadap perilaku tersebut.

Misalnya reputasi dan kepercayaan berdampak satu sama lain. Kedudukan suatu bank ditentukan oleh kepercayaan masyarakat. Di sisi lain, jika nasabah kurang percaya pada bank atau tidak puas, maka reputasi bank akan menurun. Jika bank ingin memperoleh keuntungan maka harus meningkatkan reputasinya terhadap masyarakat.

### c. Persepsi Pengendalian diri

Persepsi pengendalian diri merupakan mewujudkan perilaku individu yang berkaitan dengan keyakinan yang relative stabil dalam segala situasi. Persepsi ini dapat berubah tergantung situasi dan jenis perilaku yang akan dilakukan. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan individu tentang keberhasilannya melakukan segala sesuatu. Jika seseorang mempunyai hal positif dukungan dari lingkungan sekitar akan memiliki niat yang kuat. Misalnya mahasiswa yang mempunyai pendapatan dan menyisihkan Sebagian pendapatan untuk ditabung untuk kehidupan yang akan datang.<sup>2</sup>

## 2. Reputasi

### a. Pengertian Reputasi

Reputasi merupakan representasi komprehensif dari tindakan masa lalu dan prospek masa depan berdasarkan seluruh kebijakan yang telah diterapkan dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya. Kepercayaan pelanggan terhadap barang atau jasa suatu perusahaan secara langsung dibentuk oleh reputasinya, yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan.

### b. Indikator Yang Mempengaruhi Reputasi

Ada 4 indikator yang mempengaruhi reputasi, sebagai berikut:

#### 1) Kredibilitas

Faktor ini berkaitan dengan citra perusahaan yang telah mendapat kepercayaan dari konsumen, konsumen menghargai dan menghormati eksistensi perusahaan secara emosional.

#### 2) Terpercaya

Citra perusahaan dimata konsumen, dimana perusahaan tersebut mampu menawarkan produk-produk

---

<sup>2</sup> Nonie Afrianty, *Theory Of Planned Behavior: Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah* (Yogyakarta: Brimedia Global, 2021), 26-30.

yang berkualitas tinggi yang dikelola secara lebih baik sehingga konsumen merasa bangga atas kepemilikan produk perusahaan.

3) Keterandalan

Citra perusahaan untuk membangun image yang baik bagi kalangan konsumen, hal ini dilakuakn melalui kegiatan selalu menjaga kualitas produk atau jasa, selalu menjamin terlaksanaanya kulaitas pelayanan prima dan selalu menampilkan fasilitas yang handal untuk kepentingan konsumen

4) Tanggung Jawab Sosial, Citra untuk masyarakat sekitar

Seberapa banyak atau berarti organisasi membantu pengembagan masyarakat sekitar dan seberapa peduli organisasi terhadap masyarakat dan jadilah perusahaan yang ramah lingkungan dengan selalu mendukung tujuan aktifitas kegiatan masyarakat, bertanggung jawab terhadap lingkungan dan selalu memperlakukan konsumen serta lebih baik.<sup>3</sup>

### 3. Pengetahuan

#### 1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan didefinisikan sebagai jumlah pengalaman dan informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki Seseorang atau sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi mengenai produk atau jasa tertentu yang dimiliki, menurut Mowen dan Minor, sebagaimana dikutip dalam bukunya Danang Sunyoto.<sup>4</sup>

#### 2. Macam–Macam Pengetahuan Konsumen

- 1) Pengetahuan Produk merupakan pengumpulan informasi produk yang beragam dengan tingkat pemahaman setiap konsumen yang berbeda-beda.
- 2) Pengetahuan Pembelian merupakan pengetahuan dengan berbagai informasi yang diproses konsumen untuk memperoleh suatu produk dengan memilih di mana dan kapan akan membeli produk berdasarkan informasi pembelian tersebut.

---

<sup>3</sup> Metha Aryska, “Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru)”, *JOM FISIP* 4, no.1 (2017): 5.

<sup>4</sup> Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)* (Yogyakarta: Center Academic Publishing Service, 2013), 53.

- 3) Pengetahuan Pemakaian merupakan pengetahuan yang mencakup informasi tentang suatu produk yang akan digunakan untuk menggunakan produk tersebut.

#### 4. Pendapatan

##### a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah total uang yang diterima seseorang selama periode waktu tertentu.

##### b. Hubungan Antara Pendapatan dan Konsumsi

Setiap orang akan berhubungan langsung dengan pendapatan yang dimiliki sesuai jumlah konsumsi yang dilakukan. Selain itu, konsumsi tersebut mempunyai gambaran terhadap sikap konsumen saat berbelanja jika memperoleh pendapatan. Konsumsi dipengaruhi pendapatan setelah dikurangi pajak lalu pendapatan tersebut siap dibelanjakan. Maka dari itu, secara tidak langsung tabungan ditentukan oleh besarnya pendapatan dan konsumsi.

#### 5. Religiusitas

##### a. Pengertian Religiusitas

Glock dan Stark seperti yang telah dikutip dalam buku Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keseluruhan dari jiwa seseorang yang mencakup tentang perasaan, keyakinan dan perilaku yang dilakukan secara langsung dengan bersungguh – sungguh sesuai agamanya.<sup>5</sup>

Religiusitas merupakan tingkat keyakinan, agama dan kesalehan seseorang dalam menjalani syariat agama. Religiusitas diwujudkan dalam banyak sekali sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Lembaga perbankan tersebut termasuk kedalam aspek syariat yang berkerjasama menggunakan aktivitas muamalah. Fatwa Dewan Syariat Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai menggunakan syariat islam, karena terdapat unsur riba. Hal ini yang menyebabkan intensi untuk berpindah ke Bank Syariah.<sup>6</sup>

##### b. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Ada 3 faktor yang mempengaruhi religiusitas, sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem – Problem Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 76.

<sup>6</sup> Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah”, *Jurnal Ekonomi Islam* 10, no.1 (2019): 23.

- 1) Pengaruh sosial atau pendidikan yang mencakup perkembangan sikap keagamaan termasuk tradisi sosial dalam penyesuaian di lingkungan sekitar maupun pendidikan orang tua.
- 2) Berbagai pengalaman yang dialami oleh seseorang membuat perilaku keagamaan terhadap pengalaman.
- 3) Adanya faktor intelektual yang bekerjasama pada proses pemikiran ekspresi terutama pembentukan keyakinan keagamaan.<sup>7</sup>

#### c. Fungsi–Fungsi Religiusitas

Adapun beberapa fungsi–fungsi religiusitas, sebagai berikut: Edukatif, penyelamat, pengawasan sosial, memupuk persaudaraan, transformatif Agama<sup>8</sup>

### 6. Minat Menabung

#### a. Pengertian Minat

Minat merupakan kekuatan yang mendorong individu untuk memperhatikan, merasa tertarik, prasaan senang, kesungguhan, dan adanya motif pada sesuatu yang kesemuanya berorientasi untuk mencapai suatu tujuan. Dalam penelitian Yulia Putri, Ani Solihat, dkk menjelaskan minat konsumen berarti suatu ketertarikan terhadap sesuatu serta kesamaan menentukan apa yang diinginkan seperti ketertarikan terhadap minat menabung, contohnya seseorang lebih memilih bank syariah dari pada bank konvensional, karena berdasarkan syariat agama konsep riba dalam bank konvensional itu tidak dibenarkan dalam islam.<sup>9</sup>

Perkembangan minat bersifat permanen yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, semakin dibutuhkannya suatu jasa atau barang maka semakin kuat minat terhadapnya.<sup>10</sup> Selain itu minat dapat terlihat dengan berbagai

---

<sup>7</sup> Robert H.Thouless, *Pengantar Psikologi Agama* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2000), 19.

<sup>8</sup> Salahudin Liputo, “Pengaruh Religiusitas Terhadap *Psychological Well-Being* Mahasiswa Psikologi UIN Maliki Malang”: 29-31.

<sup>9</sup> Yulia Putri, Ani Solihat, dkk, “Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa* 16, no.1 (2019): 78.

<sup>10</sup> Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2011), 63.

pengukuran dimensi pokok, sebagai berikut: Transaksional, referensial dan eksploratif.<sup>11</sup>

Adapun unsur–unsur minat, sebagai berikut: minat adalah suatu gejala psikologis, adanya perasaan, pikiran dan perhatian dari suatu subyek, adanya perasaan Bahagia dari subyek yang akan menjadi sasaran. adanya kecenderungan dan kemauan pada subyek untuk melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>12</sup>

#### **b. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat**

- 1) Dorongan berasal dari individu adalah faktor yang ada sebab kebutuhan individu tersebut.
- 2) Motif sosial adalah faktor yang menunjuk di penyesuaian diri menggunakan lingkungan agar bisa diterima dilingkungan untuk memenuhi kebutuhan sosial.
- 3) Emosional atau perasaan adalah faktor yang timbul adanya minat erat korelasi menggunakan perasaan atau emosi dalam beraktivitas untuk memperkuat minat yang sudah ada.

#### **c. Minat Menabung**

Menabung merupakan suatu simpanan uang yang berasal dari pendapatan yang tidak digunakan untuk keperluan sehari–hari maupun kepentingan lainnya, supaya suatu saat nanti dapat diambil kapan saja tanpa terikat oleh perjanjian dan waktu. Minat menabung dapat diasumsikan sebagai perilaku terhadap objek yang menimbulkan minat beli, sehingga konsumen melakukan kegiatan pembelian.<sup>13</sup>

### **7. Bank Syariah**

#### **a. Pengertian Bank Syariah**

Bank adalah lembaga yang menghimpun dan menyalurkan dana dengan tujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat, dengan cara meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menjaga stabilitas nasional.<sup>14</sup> Menurut UU No.21 Tahun

---

<sup>11</sup> Priansa, D.J, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 168.

<sup>12</sup> Makmun Khairani, *Psikologi Pembelajaran* (Yogyakarta: Aswaja Persindo, 2013), 136.

<sup>13</sup> Kristiyadi, dan Sri Hartiyah, “Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo)”, *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika* 5, no.9 (2016): 50.

<sup>14</sup> <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/ikhtisar-perbankan/Pages/Lembaga-Perbankan.aspx#> diakses pada 13 Desember 2022, pukul 13.36 WIB.

2008 tentang bank syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mengenai kelembagaan, kegiatan usaha, cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahannya.<sup>15</sup>

## b. Prinsip–Prinsip Bank Syariah

### 1) Prinsip titipan atau simpanan (*Al-Wadiah*)

Prinsip yang bekerjasama satu pihak dengan pihak yang lain terjaga dan dana yang disimpan dapat dikembalikan kapan saja. Adapun beberapa *Al-Wadiah*, sebagai berikut: *Wadiah Yad Al-Amanah dan Wadiah Yad Adh*

### 2) Prinsip Bagi Hasil

Prinsip pembagian laba untuk diterapkan dalam kemitraan kerja, dimana porsi bagi hasil ditentukan pada saat akad kerja sama. Adapun beberapa jenis prinsip bagi hasil, sebagai berikut:

a) *Al-Musyarakah* merupakan akad yang menggunakan konvensi bahwa laba dan resiko ditanggung bersama kedua belah pihak atau lebih sesuai kesepakatan untuk suatu usaha eksklusif menyampaikan donasi dana.

b) *Al-Mudharabah* merupakan akad dimana pihak pertama akan menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya sebagai pengelola.

### 3) Prinsip Jual Beli (*Al-Tijarah*)

Perjanjian tukar menukar barang kedua belah pihak yang mempunyai nilai secara sukarela dimana yang pertama memberi benda dan pihak lainnya menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan menurut syarat”. Bentuk–bentuk dari prinsip ini, antara lain:

a) *Al–Murabahah* merupakan akad jual beli yang diperoleh dari laba serta harga yang telah disepakati bersama.

b) *As–Salam* merupakan akad jual beli barang untuk diperjual belikan belum ada.

c) *Al–Istishna’* merupakan akad jual beli sesuai pemesanan pembuatan barang dalam kriteria yang sudah disepakati bersama.

### 4) Prinsip Sewa (*Al-Ijarah*)

Akad pemindahan dimana hak produk, pakai atau jasa dialihkan selama jangka waktu tertentu dengan imbalan

---

<sup>15</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39655/uu-no.21-tahun-2008>.

sewa atau gaji, selain itu kepemilikan barang tidak dapat dialihkan dalam proses tersebut.

5) Prinsip Jasa (*Fee-Based Service*)

Semua pelayanan jasa pembiayaan yang sudah diberikan bank terhadap nasabah. Adapun beberapa prinsip jasa, sebagai berikut:

- a) *Al-Wakalah* merupakan suatu akad pada transaksi perbankan syariah, yang merupakan akad perwakilan yang sesuai dengan prinsip yang telah diterapkan dalam syariat islam.
- b) *Al-Kafalah* merupakan akad yang menjadikan orang lain sebagai jaminan untuk pemenuhan komitmen mengalihkan tanggung jawab orang yang dijamin.
- c) *Al-Hawalah* merupakan akad pengalihan hutang, orang yang wajib membayar utang tersebut mengambil alih tanggung jawab pemilik sebelumnya.
- d) *Ar-Rahn* merupakan akad perbankan syariah yang menjamin salah satu hak milik peminjam sebagai jaminan atas jumlah yang dipinjam.
- e) *Al-Qardh* merupakan akad yang memberikan pinjaman baik berupa uang ataupun lainnya tanpa mengharapkan imbalan secara tidak langsung berniat untuk tolong menolong bukan komersial.<sup>16</sup>

**c. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

**Tabel 2.1**

**Perbedaan Antara Bank Syariah dan Bank Konvensional<sup>17</sup>**

ASPEK	BANK SYARIAH	BANK KONVENSIONAL
Legalitas	Akad Syariah	Akad Konvensional
Struktur Organisasi	Fatwa Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi kegiatan operasional perbankan sesuai dengan penyaluran	Tidak terdapat dewan sejenis,

<sup>16</sup> Maituf Fitri, "Prinsip Kesyarifan Dalam Pembiayaan Syariah." *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 6, no.1 (2015): 63 - 66

<sup>17</sup> Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah": 22.



	serta penghimpunan.	
Bisnis dan usaha yang dibiayai	Terlibat dalam aktivitas investasi pada bagian sektor halal saja.	Terlibat dalam aktivitas investasi pada sektor apapun itu.
	Sesuai dengan prinsip bagi hasil, jual beli dan sewa.	Dalam kegiatan operasional masih menggunakan perangkat riba.
	Adanya bentuk kemitraan dengan hubungan nasabah.	Adanya hubungan kredit dan debit dengan nasabah.
	Berorientasi pada keuntungan.	Memakai perangkat bunga.
Lingkungan Kerja	Islami	Non-Islami <sup>18</sup>

**B. Penelitian Terdahulu**

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
Nur'aini Ika Ramadhan, Jeni Susyanti, dan M.Khoirul ABS <sup>19</sup>	Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, dan Lingkungan Sosial	Mempunyai Pengaruh yang positif dan signifikan pada Variabel Tingkat	Variabel Independent yaitu Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Lingkungan Sosial serta Variabel	Objek Penelitian dan adanya penambahan Variabel Independent yakni Pendapatan

<sup>18</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 144.

<sup>19</sup> Nur'aini Ika Ramadhani, dkk, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Bnayuwangi di Kota Malang)", *Jurnal Riset Manajemen* 8, no.19 (2019): 79-87

	Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi di Kota Malang).	Religiusitas dan Pengetahuan, sedangkan variabel Lingkungan Sosial mempunyai pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap pada Minat Menabung.	Dependent yakni Minat Menabung di Bank Syariah.	dan Reputasi.
Kristiyadi dan Sri Hartiyah <sup>20</sup>	Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah.	Variabel Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah berpengaruh positif terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah.	Variabel Dependent yaitu Minat Menabung serta Variabel Independent yaitu Religiusitas dan Pengetahuan.	Objek Penelitian dan adanya penambahan Variabel Independent yaitu Reputasi dan Pendapatan.
Fajar	Pengaruh	Variabel	Variabel	Objek

<sup>20</sup> Kristiyadi dan Sri Hartiyah, “Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo,):” 44-63.

Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho <sup>21</sup>	Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah.	Pengetahuan dan Lingkungan tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah namun variabel Reputasi dan Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Dependent yaitu Minat Menabung serta Variabel Independent yaitu, Reputasi, Pengetahuan dan Religiusitas.	Penelitian serta adanya penambahan Variabel Independent yaitu Pendapatan.
Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah. <sup>22</sup>	Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru.	Variabel Pengetahuan berpengaruh positif Minat Menabung.	Variabel Independent yaitu Pengetahuan dan Variabel Dependent yaitu Minat Menabung.	Objek Penelitian dan penambahan Variabel Independent yaitu Reputasi, Pendapatan, dan Religiusitas.
Fitria Nurma Sari dan Moch	Pengaruh Tingkat	Variabel Religiusitas	Variabel Independent	Objek Penelitian dan

<sup>21</sup> Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Nugroho, “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah: 14-37.

<sup>22</sup> Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah, “Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru”, *Islaminomic*, 7, no.2 (2016): 38-45.

Khoirul Anwar. <sup>23</sup>	Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah.	berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah.	yaitu Religiusitas dan Variabel Dependent yaitu Minat Menabung di Perbankan Syariah.	penambahan Variabel Independent yaitu Reputasi, Pendapatan, dan Religiusitas.
Cindy Audina Putribasutami dan R.A Sista Paramita. <sup>24</sup>	Pengaruh Pelayanan Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo.	Variabel tidak dipengaruhi terhadap Keputusan Menabung di Bank Konvensional adalah Lokasi, Variabel yang didominasi adalah Pelayanan. Sedangkan Keputusan Menabung di Bank Konvensional.	Variabel Dependent yaitu Pengetahuan.	Objek Penelitian dan penambahan Variabel Independent yaitu Reputasi, Pendapatan, dan Religiusitas, sedangkan Variabel Dependent yaitu Minat Menabung.
Anggadipa Abhimantra,	Analisa Faktor–	Terdapat pengaruh	Variabel Independent	Objek Penelitian dan

<sup>23</sup> Fitria Nurma Sari dan Moch. Khoirul Anwar, “Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah” *Jurnal Ekonomi Islam* 1, no.1 (2018): 32-33.

<sup>24</sup> Cindy Audina Putribasutami dan R.A Sista Paramita, “Pengaruh Pelayanan Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo”, *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, no.3 (2018): 157-72.

<p>Andisa Rahmi Maulina, dan Eka Agustianungsi h.<sup>25</sup></p>	<p>Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah.</p>	<p>positif dan signifikan pada Variabel Pengetahuan, Religiusitas, Produk, Reputasi dan Pelayanan Pengaruh positif tetapi terhadap memilih Menabung di Bank Syariah.</p>	<p>yaitu Reputasi, Pengetahuan dan Religiusitas. Sedangkan Variabel Dependent yaitu memilih Menabung di Bank Syariah.</p>	<p>penambahan Variabel Independent yaitu Pendapatan.</p>
<p>Refky Fielnanda dan Santi Wahyuningsih.<sup>26</sup></p>	<p>Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Simpang IV Sipin”,</p>	<p>Terdapat pengaruh positif pada Variabel Religiusitas, sedangkan Variabel Pendapatan tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada</p>	<p>Variabel Independent yaitu Religiusitas dan Pendapatan, sedangkan variabel Dependent yaitu Minat Menabung di Bank Syariah.</p>	<p>Objek Penelitian dan penambahan Variabel Independent yaitu Reputasi dan Pengetahuan.</p>

<sup>25</sup> Ananggadipa Abhiamantra, dkk, “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah”, *Jurnal Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, dan Teknik Sipil)* 5 (2013): 175.

<sup>26</sup> Refky Fielnanda dan Santi Wahyuningsih, “Pengaruh Tingkat Religiusita, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Simpang IV Sipin”, *Jurnal Margin* 1, no.1 (2021): 11.

		Masyarakat Kelurahan Simpang IV Sipin”,		
Sayyidatul Maghfiroh <sup>27</sup>	Pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat.	Terdapat tidak memiliki pengaruh pada Variabel Religiusitas, sedangkan pada Variabel Pendapatan memiliki berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat.	Variabel Independent yaitu Religiusitas dan Pendapatan, sedangkan Variabel Dependent yaitu Minat Menabung di Bank Syariah.	Objek Penelitian dan penambahan Variabel Independent yaitu Reputasi dan Pengetahuan.

Berdasarkan tabel diatas, adanya kesenjangan penelitian ini tentang pengaruh reputasi, pengetahuan, pendapatan dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah seperti yang telah ditunjukkan oleh penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu dapat diaplikasikan dalam penelitian ini. Perbedaannya dengan menambahkan variabel reputasi. Selain itu, responden yang digunakan dalam penelitian ini juga berbeda dengan penelitian sebelumnya dengan menggunakan responden Mahasiswa Angkatan 2020 di IAIN Kudus, karena IAIN Kudus mempunyai nilai agama

<sup>27</sup> Sayyidatul Maghfiroh, “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat”, *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 7, no.3 (2018): 213.

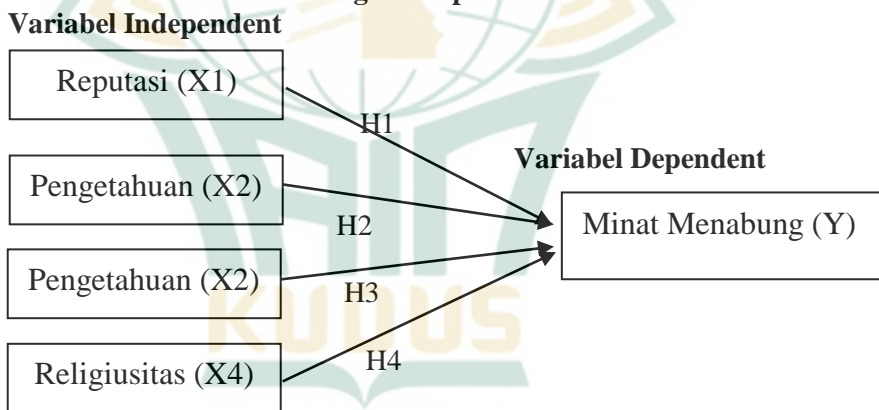
yang sangat kental. Jadi dengan adanya perbedaan ini bisa melengkapi penelitian sebelumnya.

**C. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir adalah alur yang dijadikan pola berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap suatu objek yang dapat menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian agar memudahkan pemahaman variabel data yang akan diinvestigasi ditahap berikutnya.<sup>28</sup> Penelitian ini menginvestigasi korelasi antara reputasi, pengetahuan, pendapatan dan religiusitas terhadap minat menabung yang akan merujuk pada landasan teori dan penelitian sebelumnya.

Sementara itu faktor variabel independent dalam penelitian ini yaitu repuatsi, pengetahuan, pendapatan dan religiusitas. Sedangkan variabel dependentnya yaitu minat menabung. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti membuat model peneltian yang menjelaskan interaksi antara variabel-variabel sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



**D. Hipotesis**

Menurut tujuan penelitian dan kerangka berfikir diatas, maka hipotesis yang penelti ambil sebagai berikut:

**1. Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.**

Menurut *Doney dan Cannon*, reputasi perusahaan berhubungan dengan sejarah dengan pihak lain dengan baik atau

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 60.

tidak. Reputasi menjadi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan. Reputasi menjadi sebuah masalah dari sikap dan kepercayaan terhadap kesadaran pada merk dan image. Dengan reputasi yang baik dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karyawan maupun mahasiswa itu sendiri, meningkatkan loyalitas dan meningkatkan pertumbuhan perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan tersebut dalam jangka panjang. Maka Bank akan terus membentuk hal baru menggunakan pemenuhan kebutuhan nasabah terutama mahasiswa, sedangkan kalau tidak mempunyai kepercayaan terhadap bank maka akan menurunkan reputasi bank tersebut.<sup>29</sup>

Maka dari itu, reputasi adanya ketertarikan untuk menabung di bank syariah, karena mahasiswa jauh lebih tertarik serta terobsesi brand yang sudah terkenal. Penelitian yang dilakukan oleh Anangadipa Abhimantra<sup>30</sup>, Fajar Mujaddid<sup>31</sup> yang menyatakan bahwa keputusan konsumen dalam memilih bank syariah berpengaruh positif dan signifikan serta dapat menguntungkan dari faktor reputasi. Namun dari penelitian Fahmi<sup>32</sup> yang menyatakan bahwa keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah tidak berpengaruh signifikan dari faktor reputasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis, sebagai berikut:

H1: Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.

## **2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.**

Pengetahuan adalah segala sesuatu untuk dipahami dan diketahui suatu produk yang di iklankan yang berdampak dalam keputusan pembelian.<sup>33</sup> Adanya dukungan informasi dan pengetahuan akan mendorong mahasiswa melakukan suatu

---

<sup>29</sup> Idris Parakkasi, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bogor: Anggota IKAPI, 2021), 267.

<sup>30</sup> Anangadipa Abhimantra, dkk, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah": 172.

<sup>31</sup> Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah": 32.

<sup>32</sup> Fahmi Gunawan dan Heksa Biopsi Pui Hastuti, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 1.

<sup>33</sup> Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)* (Yogyakarta: Center Academic Publishing Service, 2013), 53.



keputusan untuk menabung di bank syariah dengan memiliki keyakinan positif bahwa menabung di bank syariah mempunyai keuntungan bagi mereka, sebaliknya kalau mahasiswa mempersepsikan menabung di bank syariah memberikan kerugian maka generasi muda akan rendah.<sup>34</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Nur'aini Ika<sup>35</sup>, Maskur Rosyid<sup>36</sup>, Cindhy Audina<sup>37</sup>, dan Kristiyadi<sup>38</sup>, menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dalam minat menabung di bank syariah. Sedangkan dalam penelitian Fajar Mujaddid<sup>39</sup> yang menyatakan bahwa minat menabung di bank syariah tidak berpengaruh faktor pengetahuan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis, sebagai berikut:

H2: Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.

### 3. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.

Pendapatan adalah hasil yang didapatkan dari suatu kegiatan yang dipersiapkan untuk konsumsi maupun ditabung. Adanya peningkatan pendapatan maka dapat meningkatkan juga minat menabung yang bisa dilihat dari jumlah tabungan, dimana pendapatan tersebut tidak akan habis digunakan untuk konsumsi.<sup>40</sup> Dalam hal tersebut, konsumen khususnya mahasiswa mampu melakukan aktivitas ekonomi, seperti melakukan pembelian sesuai kebutuhan serta terlibat dalam perilaku menabung dengan pendapatan yang berbeda - beda.

---

<sup>34</sup> Inayah, dkk, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani)", *Jurnal At.Tawassuth* 2, no. 1 (2017): 197.

<sup>35</sup> Nur'aini Ika Ramadhani, dkk, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiustas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang": 85.

<sup>36</sup> Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah, "Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru": 43.

<sup>37</sup> Cindhy Audina Putribasutami dan R.A Sista Paramita, "Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponegoro": 168.

<sup>38</sup> Kristiyadi dan Sri Hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT Tamzis Wonosobo)": 59.

<sup>39</sup> Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah": 35.

<sup>40</sup> Samryn, *Pengantar Akuntansi Mudah Membuat Jurnal Dengan Pendekatan Siklus Akuntansi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015). 7.

Penelitian Sayyidatul Maghfiroh<sup>41</sup>, Muchamad<sup>42</sup> menyatakan bahwa faktor pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Adapun penelitian lain yang telah dilakukan oleh Refky<sup>43</sup> menyatakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Maka dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya suatu pendapatan akan mempengaruhi minat seseorang untuk menabung di bank syariah, biasanya jika mempunyai pendapatan seseorang akan lebih menabung di bank untuk kebutuhan masa depan nanti. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis, sebagai berikut:

H3: Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

#### **4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.**

Menurut Glock dan Stark, religiusitas diartikan sebagai suatu keseluruhan dari jiwa seseorang yang terdiri dari perasaan, keyakinan serta perilaku dengan bersungguh-sungguh sesuai ajaran agama secara langsung.<sup>44</sup> Apalagi dalam penelitian ini menggunakan responden mahasiswa IAIN Kudus sebisa mungkin menabung yang terhindar dari unsur riba. Bank syariah merupakan bank yang kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip ekonomi islam.<sup>45</sup> Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa jika mahasiswa yang mempunyai religiusitas tinggi maka akan cenderung memilih menabung di bank syariah. Sedangkan mahasiswa yang mempunyai religiusitas rendah maka akan cenderung memilih menabung di bank konvensional.

---

<sup>41</sup> Sayyidatul Maghfiroh, “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat”: 220.

<sup>42</sup> Muchamad Miftakhul Huda, “Pengaruh Pendidikan, Pekerjaan dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kupa)”, 83

<sup>43</sup> Refky Fielnanda dan Santi Wahyuningsih, “Pengaruh Tingkat Religiusita, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Simpang IV Sipin”, *Jurnal Margin* 1, no.1 (2021): 11.

<sup>44</sup> Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 76.

<sup>45</sup> Ali Farhan, *Teori Akuntansi – Perjalanan Filosofis Akuntansi Dari Teori Menuju Praktik* (Sidoarjo: CV Globalcare, 2021), 32.

Penelitian Nur'aini Ika Ramadhani<sup>46</sup>, Fajar Mujaddid<sup>47</sup>, Fitriana Nurma Sari<sup>48</sup>, Kristiyadi<sup>49</sup> dan Refky<sup>50</sup> menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Namun tidak sejalan dengan penelitian Sayyidatul<sup>51</sup> yang menyatakan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung Santri di bank syariah. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis, sebagai berikut:

H4: Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa terhadap menabung di Bank Syariah.




---

<sup>46</sup> Nur'aini Ika Ramadhani, dkk, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Bnayuwangi Di Kota Malang)": 85.

<sup>47</sup> Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah: 35.

<sup>48</sup> Fitriana Nurma Sari dan Moch. Khoirul Anwar, "Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah": 32-33.

<sup>49</sup> Kristiyadi dan Sri Hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo)": 44-63

<sup>50</sup> Refky Fielnanda dan Santi Wahyuningsih, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Simpang IV Sipin", *Jurnal Margin* 1, no.1 (2021): 11.

<sup>51</sup> Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah": 220.