

**EKSPANSI *THEORY OF REASONED ACTION* DALAM
MEMPREDIKSI MINAT MASYARAKAT MATARAMAN
MENGUNAKAN BANK SYARIAH**

SKRIPSI



Oleh:

Nazifa Nur Amalina

NIM 402190066

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

ABSTRAK

Amalina, Nazifa Nur. Ekspansi *Theory Of Reasoned Action* Dalam Memprediksi Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Irma Yuliani, S.E., M.E
Kata Kunci: *Theory Of Reasoned Action*, Minat, Masyarakat Mataraman.

Minat merupakan perilaku seseorang dalam melakukan aktifitas yang bisa menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu serta sebuah aspek kejiwaan. Di daerah Mataraman, minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah masih terbilang cukup rendah. Meskipun tingkat religiusitas, literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, kepercayaan masyarakat, sikap dan norma subjektif yang cukup tinggi, namun nyatanya tidak menjadikan masyarakat daerah Mataraman berminat untuk menggunakan bank syariah.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas, literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, kepercayaan masyarakat, sikap dan norma subjektif terhadap minat masyarakat Mataraman menggunakan bank syariah. Penelitian ini memperluas *theory of reasoned action* dengan menambahkan variabel religiusitas, literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada masyarakat daerah Mataraman sebanyak 200 sampel responden menggunakan teknik *non – probability sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan software Warppls 7.0. Analisis yang digunakan meliputi uji *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, *Model Fit*, *Path Coefficient* dan *Pvalue*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Mataraman menggunakan bank syariah, literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Mataraman menggunakan bank syariah, kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Mataraman menggunakan bank syariah, kepercayaan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Mataraman menggunakan bank syariah, sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Mataraman menggunakan bank syariah dan norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Mataraman menggunakan bank syariah.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No.	Nama	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Nazifa Nur Amalina	402190066	Perbankan Syariah	Adopsi <i>Theory Of Reasoned Action</i> Dalam Memprediksi Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 21 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Muhtadin Amri, M.S.Ak
NIP. 198907102018011001

Menyetujui,


Irma Yuliani, S.E., M.E.
NIP. 199601122020122027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Ekspansi *Theory Of Reasoned Action* Dalam Memprediksi
Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah

Nama : Nazifa Nur Amalina

NIM : 402190066

Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang

Dr. Shinta Maharani, M.S.Ak.

NIP 197905252003122002

: 
(.....)

Penguji I

Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.

NIP 198608082019032023

: 
(.....)

Penguji II

Irma Yuliani, S.E., M.E.

NIP 199601122020122027

: 
(.....)

Ponorogo, 5 September 2023

Mengesahkan,

 Dekan FEBI IAIN Ponorogo
Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Surat yang bertanggung jawab dibawah ini:

Nama : Nazifa Nur Amalina

NIM : 402190066

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Ekspansi *Theory Of Reasoned Action* Dalam Memprediksi Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut.

Dengan pernyataan saya untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 21 Agustus 2023

Pembuat Pernyataan



Nazifa Nur Amalina

NIM 402190066

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nazifa Nur Amalina

Nim : 402190066

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

EKSPANSI *THEORY OF REASONED ACTION* DALAM MEMPREDIKSI
MINAT MASYARAKAT MATARAMAN MENGGUNAKAN BANK
SYARIAH

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 21 Agustus 2023

Pembuat pernyataan,



Nazifa Nur Amalina

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia dan sudah diawasi oleh OJK. Seperti yang tertuang dalam Undang – Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah merupakan sebuah bank dimana dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan dengan prinsip syariah atau hukum islam. Prinsip islam yang dimaksud disini ialah prinsip keadilan, kemashlahatan, keseimbangan, dan tidak terdapat gharar, riba, maysir dzalim serta obyek yang haram.¹ Landasan utama dari bank syariah ialah bersumber dari *Al – Qur'an*, *hadits* dan *ijtihad*.² Menurut jenisnya bank syariah terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.³ Bank syariah memiliki keunggulan dari pada bank konvensional, yaitu seperti dalam mengelola dana, bank syariah menggunakan sistem bagi hasil, bukan menggunakan sistem bunga.⁴ Jadi nasabah tidak perlu khawatir mengenai hal – hal yang bersifat riba. Dari keunggulan tersebut, maka dapat menimbulkan minat seseorang untuk menggunakan bank syariah.

¹ <https://www.cimbniaga.co.id> (diakses pada tanggal 20 November 2022, jam 13.21).

² Dhea Chintia, "Analisis Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah," Jurnal Ilmiah (Universitas Brawijaya, Malang), 2020.

³ <https://www.ojk.go.id> (diakses pada tanggal 20 November 2022, pukul 13.48).

⁴ Agus Marimin and Abdul Haris Romdhoni, "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 02 (2017), 75–87.

Minat merupakan perilaku seseorang dalam melakukan aktifitas yang bisa menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu serta sebuah aspek kejiwaan. Minat juga memiliki makna yang luas, dimana minat mampu merubah sesuatu yang belum jelas menjadi sesuatu yang lebih jelas.⁵ Minat seseorang dalam menggunakan bank syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab (2004) dikemukakan bahwa terdapat tiga faktor yang menjadi tumbuhnya suatu minat yaitu (1) faktor dari dalam diri individu, faktor ini biasanya dipengaruhi oleh rasa ingin tahu terhadap suatu produk, barang ataupun jasa. (2) faktor motif sosial, faktor ini biasanya dipengaruhi oleh faktor dari luar individu. (3) faktor emosional, faktor ini dipengaruhi oleh emosional, seperti perasaan senang dalam menggunakan suatu jasa atau barang.⁶

Dari ketiga faktor tersebut, maka dapat diambil variabel yang berkaitan, yaitu yang pertama ialah faktor religiusitas. Religiusitas masuk ke dalam faktor dari dalam individu, karena tingkat religiusitas seseorang hanya orang tersebut yang merasakan. Religiusitas menurut Harun Nasution dalam Fifi merupakan suatu situasi dalam diri individual yang mendorongnya untuk bertindak laku, berfikir, bersikap

⁵ Hutomo Rusdianto and Chanafi Ibrahim, "Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2017), 43.

⁶ Hadiyati Fitriya and Endang Ahmad Yani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam (Studi Kasus : Stei Sebi)," *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2020), 105 -106.

serta bertindak sesuai apa yang diajarkan oleh agamanya.⁷ Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Khairani, Nilam dan Syifa menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh dalam menggunakan bank syariah.⁸ Penelitian Khairani, Nilam dan Syifa di dukung dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Nadia dan Anas dimana religiusitas berpengaruh terhadap minat generasi millennial dalam menggunakan bank syariah yaitu menabung.⁹ Selain itu juga di dukung penelitiannya Zakiyah dan Wahab bahwasannya religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.¹⁰

Di daerah mataraman ini tingkat religiusitasnya termasuk tinggi, hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah pondok pesantren yang tersebar di wilayah daerah mataraman. Selain itu untuk skala nasional, Jawa Timur menempati urutan ke 3 dengan jumlah pesantren terbanyak setelah Jawa Barat dan Banten. Banyaknya sebaran pondok pesantren ini diprediksi membuat lingkungan menjadi lebih religius.

⁷ Fifi Afyanti Triuspitorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Volume 4, Nomor 2, (2019), 57.

⁸ Khairani Rizka Zulas, *et al.*, "Pengaruh Religiositas Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Kota Banda Aceh," *JIHBIJ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 3, Nomor 1, (2021), 1.

⁹ Nadia Nila Henda Resty dan Anas Hidayat, "Factors Affecting Millennial Customers' Savings Intention in Islamic Banks," *European Journal of Business and Management Research*, Volume 6, Nomor 4, (2021), 116.

¹⁰ Zakiyah dan Abdul Wahab, "Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Attitude, Dan Religiositas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, Volume 8, Nomor 2, (2022), 124.

Berikut tabel sebaran pondok pesantren di wilayah mataraman:¹¹

Tabel 1.1 Jumlah Pesantren

Daerah	Jumlah Pesantren
Kediri	250
Blitar	132
Tulungagung	40
Trenggalek	58
Pacitan	36
Ponorogo	93
Magetan	43
Madiun	88
Ngawi	47
Nganjuk	118

Sumber: *ditdpontren.kemenag 2022*

Faktor yang kedua ialah dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Resti dan Radia¹² menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Selanjutnya, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Achmad dan Irmadatus bahwasannya literasi keuangan syariah juga berpengaruh terhadap

¹¹ <https://ditdpontren.kemenag.go.id/pdpp/statistik?id=35> (diakses pada tanggal 18 Desember 2022, jam 10:21).

¹² Resti Fadhillah Nurrohmah dan Radia Purbayati, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Manajemen Perbankan Syariah*, Vol 3, No 2, (2020), 150.

minat menabung di bank syariah.¹³ Selain itu, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Farizka, Diana dan Harun menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah.¹⁴ Literasi keuangan syariah adalah sebuah kemampuan mengendalikan keuangan atau menggunakan keuangan berdasarkan prinsip syariah. Salah satu data yang dapat membuktikan bahwa literasi keuangan syariah di wilayah mataraman tinggi ialah melalui data IPM. Karena data IPM dibentuk atas tiga dimensi yaitu umur panjang dan hidup sehat, pengetahuan dan standar hidup layak.¹⁵ Berikut tabel data IPM wilayah Mataraman:¹⁶

Tabel 1.2 Data Indeks Pembangunan Masyarakat (IPM)

Tahun 2022

Daerah Kab / Kota	IPM Daerah	IPM Nasional
Kab. Kediri	73,46	
Kota Kediri	79,59	
Kab. Blitar	71,86	

¹³Achmad Zainul Rozikin dan Irmadatus Sholekhah, "Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank," *Journal Iqtishadia*, Vol 13, No 1, (2020), 95.

¹⁴ Farizka Ananda Safitri, *et al.*, "Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Lembaga Keuangan Syariah," *Journal El-Aswaq: Islamic Economics and Finance*, (2022), 1.

¹⁵ <https://www.bps.go.id/subject/26/indeks-pembangunan-manusia.html> (diakses pada tanggal 26 Januari 2023, jam 12:27).

¹⁶ <https://jatim.bps.go.id/indicator/26/36/1/ipm.html> (diakses pada tanggal 17 Desember 2022, jam 14:37).

Kota Blitar	79,93	72,91
Kab. Tulungagung	74,06	
Kab. Trenggalek	71,00	
Kab. Pacitan	69,37	
Kab. Ponorogo	71,87	
Kab. Magetan	74,85	
Kab. Madiun	72,39	
Kota Madiun	82,01	
Kab. Ngawi	71,75	
Kab. Nganjuk	72,93	
Rata - Rata	74,25	

Sumber: IPM Menurut Kabupaten/Kota 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa IPM daerah mataraman tinggi terbukti dengan jumlah dari rata – rata data IPM daerah mataraman sebesar 74,25 yang mana data tersebut diatas dari data IPM nasional. Dengan tingginya IPM daerah mataraman, maka potensi untuk memperoleh literasi keuangan syariah ataupun ilmu baru itu semakin mudah. Selain itu berdasarkan data IPM, literasi keuangan syariah juga bisa diukur berdasarkan survei yang dilakukan oleh otoritas jasa keuangan (OJK) pada survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2022 dengan hasil berikut:

Tabel 1.3**Perbandingan Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah**

Indeks Syariah	2019	2022
Literasi	8,93%	9,14%
Inklusi	9,10%	12,12%

Sumber: ojk.go.id 2022

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dalam indeks literasi keuangan syariah dan inklusi keuangan syariah mengalami peningkatan yang kurang signifikan.¹⁷ Dengan kurang signifikannya peningkatan dari literasi keuangan syariah maka penelitian ini perlu dilakukan.

Selain itu, minat menggunakan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dari sebuah perusahaan mampu mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sebuah produk. Kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan sebuah produk, begitupun sebaliknya. Sebagaimana dalam penelitian sebelumnya oleh Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung.¹⁸ Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Faizah dan Sa'diyah bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh

¹⁷ <https://www.ojk.go.id> (diakses pada tanggal 25 Desember 2022, jam 14:57).

¹⁸ Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang," Jurnal Pundi, Volume 3, Nomor 3, (2019), 232.

terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian yang sudah dilakukan oleh Furqan dan Riyan juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi di bank Islam.

Berikutnya, minat menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh kepercayaan dari masyarakat itu sendiri. Kepercayaan masyarakat menurut Mowen dan Minor dalam Trimurti ialah segala pengetahuan yang dimiliki konsumen serta segala kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut serta manfaatnya. Objek disini seperti produk, perusahaan maupun orang.¹⁹ Kepercayaan masyarakat ini mampu mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu produk maupun jasa. Dengan mereka percaya terhadap suatu produk atau jasa, maka tingkat minat menggunakan suatu produk atau jasa tinggi.

Sebagaimana dalam penelitian sebelumnya oleh Resti Fadhillah Nurrohmah dan Radia Purbayati kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.²⁰ Penelitian dari Cleanita dan Mustofa juga menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.²¹ Selanjutnya, penelitian mengenai

¹⁹Trimurti Ningtyas, "Kepercayaan Masyarakat (*Citizen Trust*) Di Badan Pertahanan Nasional (BON) II Surabaya," *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Keijakan Sosial*, (2018), 201.

²⁰ Ibid., 140.

²¹Cleanita Imra'atul Khasanah dan Nur Huri Mustofa, "Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan Dan Brand Image Terhadap Minat Dan Keputusan Nasabah Menabung," *JIEBI: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 4, Nomor 2, (2022), 93.

kepercayaan juga di dukung oleh penelitiannya Faizah dan Sa'diyah bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.²²

Lalu, minat menggunakan juga dipengaruhi oleh sikap. Sikap merupakan suatu reaksi terhadap sebuah objek yang relatif stagnan dengan perasaan tertentu serta memberikan dasar bagi seseorang tersebut berperilaku dengan cara tertentu yang dia pilih.²³ Sikap dari masyarakat terhadap bank syariah diprediksi mampu mempengaruhi minat dalam menggunakan bank syariah, dengan sikap atau mereka yakin terhadap bank syariah maka dapat mengubah minat mereka terhadap bank syariah. Sebagaimana dalam penelitian sebelumnya oleh Nadilla menunjukkan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat menabung.²⁴ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Riana menunjukkan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI Mobile.²⁵ Penelitian yang sudah dilakukan oleh Sinta bahwasannya sikap berpengaruh terhadap

²² Nur Faizah dan Mahmudatus Sa'diyah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah," *Journal Unimma*, (2022), 265.

²³ Yutisa Tri Cahyani, Lukman Santoso dan Tunjung Genarsih, "*Financial Technology Literacy (Fintech) in Ponorogo: Perception and Attitude*," *ICIS*, (2020), 27 – 28.

²⁴ Nadilla Syarifah, "Pengaruh Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease Of Use Digital Banking Dan Perceived Usefulness Digital Banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Bekasi," *Skripsi* (Jakarta: Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, 2020), 84.

²⁵ Riana Pradina Putri, "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol, Perilaku Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile," *Skripsi* (Surakarta: UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023), 65.

minat masyarakat Kota Palopo mengambil pembiayaan di bank syariah.²⁶

Kemudian minat menggunakan juga dipengaruhi oleh norma subjektif. Norma subjektif disini ialah sebuah pengaruh sosial, dimana seseorang menggunakan suatu produk maupun jasa berdasarkan saran ataupun pendapat dari orang lain yang berpengaruh. Norma subjektif ini mampu meningkatkan minat masyarakat menggunakan bank syariah sebagaimana dalam penelitian sebelumnya oleh Royyan menunjukkan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile syariah banking.²⁷ Kemudian berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Anna juga menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan jasa keuangan syariah.²⁸ Selain itu juga berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Agus, Erie dan Yesi bahwasannya norma subjektif berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah indonesia.²⁹

Berdasarkan wawancara dengan beberapa masyarakat daerah Mataraman, yaitu saudari Afna Hafidzah dengan hasil

²⁶ Sinta Wulandari, "Pengaruh Sikap Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Mengambil Pembiayaan Di Bank Syariah Kota Palopo," *Skripsi* (Palopo: IAIN Palopo, 2022), 67.

²⁷ Ahmad royyan, "Analisis Minat Masyarakat Dalam Menggunakan *Mobile Syariah Banking* Dengan *Theory Of Reasoned Action*,"

²⁸ Anna Sardiana, "Moderating Knowledge on Planned Behaviour Theory Toward Intention of Using Islamic Financial Serviced," *Li Falah – Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 6, Nomor 1 (2020), 92.

²⁹ Agus Setiawan *et al.*, "The Effect of Merger of State Owned Islamic Banks on the Interest in Saving at BSI in the Solo Raya Community," *Lisyabab Jurnal Studi Islam dan Sosial*, Volume 3, Nomor 2 (2022), 136.

wawancara saudara Afna Hafidzah mengetahui apa itu bank syariah, perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional serta sebagian produknya. Namun beliau tidak minat menggunakan bank syariah.³⁰ Selain wawancara dengan saudara Afna, peneliti juga wawancara dengan saudara Rifqi Alfinnur Charisma. Dari wawancara tersebut mendapatkan hasil bahwa saudara Rifqi Alfinnur Charisma mengetahui apa itu literasi keuangan syariah, serta mengetahui bank syariah itu bagaimana. Namun untuk menggunakan layanan dari bank syariah beliau tidak berminat.³¹ Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa minat masyarakat Mataraman untuk menggunakan bank syariah masih rendah.

Penelitian ini mengambil objek masyarakat mataraman berdasarkan dengan keterbatasan penelitian yang telah dilakukan oleh Dewi Reni dan Adam Jodi bahwasannya dalam menganalisis minat menggunakan bank syariah, diharapkan untuk pengembangan objek penelitian supaya meneliti di tingkat wilayah yang lebih luas, misalnya tingkat kabupaten, provinsi maupun se – Indonesia³². Selain itu juga berdasarkan keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh Robby Akmal bahwasannya untuk peneliti selanjutnya

³⁰ Afna Hafidzah, *Wawancara*, 10 November 2022.

³¹ Rifqi Alfinnur Charisma, *Wawancara*, 10 November 2022.

³² Dewi Reni dan Adam Jodi, "Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Sikap Masyarakat Kelurahan Curug Kulon Terhadap Minat Produk Bank Syariah," *ISLAMINOMICS: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*. Volume 11, Nomor 2 (2021)

sebaiknya memperluas lingkup penelitian maka informasi yang didapat lebih lengkap³³.

Variabel ini diambil berdasarkan keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh Achmad dan Irma dimana dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan beberapa variabel. Maka dari itu peneliti mengambil variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat. Dari pemaparan masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Ekspansi *Theory Of Reasoned Action* Dalam Memprediksi Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah” Penelitian ini menganalisis, mengukur faktor yang mempengaruhi minat menggunakan bank syariah di wilayah Mataraman dengan mengembangkan *theory of reasoned action*. Sebagaimana Ajzen menyarankan perluasan atau pengembangan model TRA dalam beberapa bidang penelitian tertentu untuk memperkuat kemampuan penjelasannya.³⁴ Penelitian ini diharapkan menjadi studi literatur terkait dengan faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah.

³³ Robby Akmal, “Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah,” 2021

³⁴ I Ajzen, “The theory of planed behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, (1991).

B. Rumusan Masalah

Merujuk dari latar belakang di atas, penulis membuat beberapa rumusan masalah untuk mempermudah permasalahan penelitian ini. Adapun beberapa rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Apakah religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah?
- b. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah?
- d. Apakah kepercayaan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah?
- e. Apakah sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah?
- f. Apakah norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian yang peneliti lakukan, peneliti memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh dari religiusitas terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.
- b. Untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan syariah terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.
- c. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.
- d. Untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan masyarakat terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.
- e. Untuk mengetahui pengaruh dari *attitude* terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.
- f. Untuk mengetahui pengaruh dari *subjective norm* terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap bisa memberikan manfaat, yakni baik manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini semoga bisa menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya dalam bidang perbankan syariah yang berkaitan dengan pemasaran dari bank syariah.
- b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1) Penulis

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang perbankan khususnya mengenai hal – hal yang mempengaruhi minat dari masyarakat dalam menggunakan bank syariah.

2) IAIN Ponorogo

Hasil penelitian ini semoga bisa menjadi sumbangsih ilmu pengetahuan terkait dengan pemasaran perbankan syariah serta untuk menambah referensi sebagai penelitian lanjutan yang lebih mendalam.

3) Bank Syariah

Hasil penelitian ini semoga bisa menjadi kontribusi pemikiran serta bahan pertimbangan untuk evaluasi bagi bank syariah dalam mengatasi kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang yang akan membahas alasan kenapa penelitian ini dilakukan serta alasan pemilihan variabel. Kemudian diperjelas dengan rumusan masalah untuk mempermudah penelitian dan disertai dengan tujuan penelitian yang dilakukan. Selanjutnya pada bab ini juga diuraikan manfaat dari penelitian yang

dilakukan seperti manfaat teoritis dan praktis. Dan sistematika penelitian supaya lebih terstruktur.

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini, berisi tentang kajian teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, yaitu teori dari setiap variabel yang diambil dan disertai dengan indikator setiap variabel. Kemudian dalam bab ini juga diperjelas dengan adanya studi penelitian terdahulu yang berisikan penelitian terdahulu dimana akan dijadikan sebagai kajian dalam penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian terdahulu ini terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Selanjutnya pada bab ini berisi kerangka berpikir, dimana kerangka berpikir ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyimpulkan rumusan masalah. Setelah adanya kerangka berpikir kemudian didukung dengan adanya hipotesis penelitian. Dimana hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang rancangan penelitian, dimana berisi mengenai gambaran umum metode penelitian yang akan digunakan. Kemudian diperjelas dengan adanya variabel penelitian dan definisi operasional, dalam sub bab ini peneliti mencantumkan variabel apa saja yang akan diambil dalam penelitian. Selanjutnya, dalam bab ini juga dijelaskan mengenai alasan pemilihan lokasi penelitian yang

kemudian disertai dengan populasi dan sampel. Pada bab ini juga dijelaskan jenis dan sumber data yang diambil untuk mendukung penelitian ini. Selain itu juga dijelaskan teknik pengumpulan datanya, yaitu penelitian ini menggunakan metode kuesioner (angket) dalam pengumpulan data yang diukur menggunakan skala likert. Dalam bab ini juga dijelaskan instrumen penelitian yang digunakan dan disertai dengan validitas dan reliabilitas instrumen untuk menguji apakah instrumen yang digunakan itu valid apa tidak. Selain itu juga diuraikan mengenai teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan, yaitu menggunakan metode SEM-PLS.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan yang dijabarkan dalam sub bab. Sub bab ini terdiri dari gambaran umum obyek penelitian, hasil pengujian serta pembahasan.

BAB V. PENUTUP

Dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan ini ditarik dari penjelasan singkat mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan. Serta untuk saran, berisi tentang masalah dan pengembangan penelitian dari peneliti atau keterbatasan penelitian untuk peneliti selanjutnya. Selain kesimpulan dan saran, dalam bab ini juga dijelaskan terkait keterbatasan masalah yang dialami oleh peneliti

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) *intention* atau minat merupakan komponen dalam diri individu yang mengacu pada minat untuk melakukan tingkah laku tertentu.³⁵ Minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar, yaitu sikap dan norma subjektif (pengaruh sosial).³⁶ Menurut Jogiyanto, minat untuk menggunakan (*intention to use*) bisa diartikan seperti bentuk dari keinginan individu atau masyarakat untuk menggunakan suatu produk.³⁷ Sedangkan menurut Slameto, minat didefinisikan sebagai suatu rasa lebih suka serta rasa ketertarikan terhadap sebuah aktivitas atau hal tanpa adanya suruhan.³⁸ Sedangkan kalau menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, minat merupakan suatu

³⁵ I Ajzen dan M. Fishbein, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ. (1980).

³⁶ Taufikur Rahman, "Analisis Determinan Minat Individu Dosen Dan Mahasiswa Terhadap Bank Syariah," *Jurnal Muqtasid* 5, no 1 (2014), 59.

³⁷ M. Rifki Bakhtiar, Erawati Kartika, dan Ika Listyawati, "Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri," *Al Tijarah*, Volume 6, Nomor 3, (2022), 157.

³⁸ Sisca Damayanti, "Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X," *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, Volume 9, Nomor 1, (2016), 19.

kecenderungan untuk bertindak kepada orang, aktivitas maupun situasi serta memberikan perhatian yang menjadi objek dari minat tersebut yang disertai dengan perasaan senang.³⁹

b. Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab dalam penelitian Ajeng Nurmallasari dikemukakan bahwa terdapat tiga faktor yang menjadi tumbuhnya suatu minat, antara lain:⁴⁰

1) Faktor Dari Dalam Diri Individu

Dalam hal ini seperti adanya dorongan atau rasa ingin tahu terhadap suatu barang, produk, jasa maupun lainnya. Dari rasa ingin tahu tersebut maka akan membangkitkan minat untuk menggunakan suatu barang, produk, jasa dan lainnya.

2) Faktor Motif Sosial

Faktor motif sosial merupakan suatu faktor yang mempengaruhi minat setiap orang karena dipengaruhi oleh kemasyarakatan (sosial) dengan kata lain dipengaruhi oleh faktor diluar diri sendiri.

³⁹ Elna Sriwanna, *et al.*, "The Effect Of Knowledge On Voting Interest Products PT. Mandiri Sharia Bank Padangsidempuan," *Journal Sharia of Banking*, Volume 1, Nomor 2, (2020), 3.

⁴⁰ Ibid.,

3) Faktor Emosional

Faktor emosional merupakan suatu faktor yang mempengaruhi minat seseorang yang berasal dari emosi. Seperti pencapaian seseorang terhadap suatu hal tertentu, hal tersebut didorong oleh perasaan senang yang timbul. Dikarenakan dia senang, dia menjadi fokus dan bersungguh – sungguh sehingga hasilnya maksimal.⁴¹

c. Indikator Minat

Indikator yang dijadikan sebagai acuan dari terbentuknya minat menggunakan bank syariah ialah sebagai berikut:⁴²

- 1) *Interest* (Ketertarikan), dimana menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- 2) *Desire* (Keinginan), yaitu ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
- 3) *Conviction* (Keyakinan), yaitu ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri setiap individu terhadap sebuah kualitas, daya guna serta keuntungan dari suatu produk yang ingin digunakan.

⁴¹ Trygu, *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika*. (Bogor: Guepedia, 2021), 26.

⁴² Heni Juliana, “Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah Di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu,” *Skripsi*, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2021), 18.

2. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Menurut Mangunwijaya, religiusitas merupakan suatu aspek yang dihayati oleh individu dalam hati nurani setiap manusia serta sikap personal individu.⁴³ Sedangkan menurut Ilham dan Firdaus, dalam dunia perbankan, religiusitas dapat diartikan sebagai sikap religius seseorang dalam memandang perbankan dengan landasan ilmu agama islam yang dipahami terhadap fakta dunia perbankan yang dihadapi. Perbankan yang digerakkan dengan dasar prinsip syariah maka menjadi perhatian khusus bagi orang yang beregiliusitas supaya bisa memilih menggunakan lembaga keuangan tanpa melanggar dari aturan agamanya.⁴⁴

b. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark menyatakan bahwa indikator dari religiusitas ialah:⁴⁵

- 1) Keyakinan atau Ideologis, yaitu harapan seseorang yang religius yang berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. Isi dari

⁴³ Nawal Ika Susanti, *et al.*, “Pengaruh Faktor Keluarga, Religiusitas dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Konvensional,” *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 11, Nomor 2, (2020), 226.

⁴⁴ *Ibid.*, 51.

⁴⁵ Fajriah Salim, *et al.*, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah,” *El – Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, Volume 5, Nomor 2, (2022), 231 – 232.

lingkup keyakinan itu tidak hanya di antara agama, tetapi juga diantara tradisi dalam agama yang sama.

- 2) Praktik Agama, yaitu ketaatan atau hal – hal yang dilaksanakan oleh individu dalam menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.
 - 3) Pengalaman, yaitu berisi tentang pengalaman keagamaan, persepsi serta sensasi yang dialami oleh seseorang atau kelompok dalam suatu esensi ketuhanan yaitu dengan Tuhan.
 - 4) Pengetahuan Agama, yaitu berisi tentang orang yang beragama setidaknya memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar – dasar dari keyakinan, kitab suci dan tradisi yang dianut. Dalam hal ini pengetahuan dan keyakinan saling berkaitan satu sama lain.
 - 5) Konsekuensi atau Pengamalan, yaitu identifikasi dari adanya keyakinan keagamaan, praktik, pengetahuan dan pengalaman setiap individu dari hari ke hari.
3. Literasi Keuangan Syariah
- a. Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Menurt Rahim, Rashid dan Hamed dalam penelitian Agus Yulianto literasi keuangan syariah merupakan suatu kemampuan dari seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan dan sikap untuk

mengelola sumber daya keuangan yang sesuai dengan ajaran islam.⁴⁶

b. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Menurut Remund dalam penelitian Fajriah, menyatakan bahwa indikator dari literasi keuangan syariah ialah:⁴⁷

- 1) Pengetahuan, yaitu suatu aspek yang harus dimiliki oleh seseorang dalam konsep literasi keuangan supaya bisa mengelola keuangan dengan baik.
- 2) Kemampuan, yaitu dapat diartikan apabila seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi maka dapat menciptakan suatu keputusan keuangan dengan baik. Pengambilan keputusan ini menjadi salah satu yang paling penting dalam konteks literasi keuangan.
- 3) Sikap, yaitu suatu kemampuan dalam manajemen keuangan pribadi dimana seseorang mengetahui sumber uang tunai, membayar kewajiban, pengetahuan tentang membuka rekening di lembaga keuangan syariah serta melakukan perencanaan keuangan pribadi untuk masa yang akan datang.
- 4) Kepercayaan, yaitu dalam merencanakan kebutuhan jangka panjang dibutuhkan suatu kepercayaan diri.

⁴⁶ Agus Yulianto, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Publikasi*, 2018.

⁴⁷ *Ibid.*, 230

Namun tidak semua orang mampu untuk meningkatkan kepercayaan dirinya dalam investasi tersebut.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan yaitu suatu tingkat keunggulan, yang diharapkan dari keunggulan tersebut ialah untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan jasa tidak dapat diukur berdasarkan dari sudut pandang penilaian pelanggan.⁴⁸

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller, kualitas pelayanan terdapat lima indikator, yaitu:

1) *Tangible* (Berwujud)

Tangible ini merupakan tampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

2) *Responsiveness* (Ketanggapan)

Responsiveness suatu ketanggapan dalam mengukur kemampuan, kesopanan karyawan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan.

⁴⁸ Syamratul Haida, "Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai," *Jurnal Al – Hisbah*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 6.

3) *Assurance* (Jaminan)

Assurance merupakan pengetahuan kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.

4) *Empathy* (Empati)

Empathy ialah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen.

5) *Reliability* (Keandalan)

Reliability ialah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, konsisten serta terpercaya.⁴⁹

5. Kepercayaan Masyarakat

a. Pengertian Kepercayaan Masyarakat

Menurut Sunarto dalam penelitian Linda Saputri kepercayaan konsumen merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaatnya. Objek tersebut bisa tentang produk, perusahaan, orang dan segala sesuatu. Atribut ialah karakteristik yang dimiliki atau

⁴⁹ Ratu Syifa Nabila Khasna, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen," *Jurnal STEI Ekonomi*, Volume 20, Nomor 20, (2020), 2.

tidak dimiliki oleh objek tersebut. Sedangkan manfaat yaitu sebuah hasil positif yang diberikan atribut terhadap konsumen.⁵⁰

b. Indikator Kepercayaan Masyarakat

Menurut Robbins dan Judge dalam Jamiah indikator dari kepercayaan ialah:⁵¹

- 1) Integritas (*Integrity*), mengacu pada kejujuran dan kebenaran.
- 2) Kompetensi (*Competence*), mengenai tentang pengetahuan serta keterampilan teknis dan interpersonal yang dimiliki oleh setiap individu.
- 3) Konsistensi (*Consistency*), berkaitan dengan kecerdasan serta kemampuan dalam menduga, dan penilaian individu dalam mengatasi situasi.
- 4) Loyalitas (*Loyalty*), keinginan untuk melindungi dan menyelamatkan orang lain.
- 5) Keterbukaan (*Openness*).

⁵⁰ Linda Saputri, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas *Electronic Banking* Bank Syariah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening," *Skripsi*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018), 35.

⁵¹ Jamiah Qomariah, "Pengaruh Efikasi Diri Dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Organisasi Pegawai Dinas Pendidikan Provinsi Papua Barat," *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Volume 5, Nomor 1, (2014), 809.

6. *Theory of Reasoned Action*

Sesuai dengan namanya, teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*) ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya berperilaku dengan cara yang masuk akal ataupun secara sadar, yang mereka memperhitungkan informasi yang tersedia baik secara implisit maupun eksplisit serta mempertimbangkan implikasi atau akibat dari tindakan mereka.⁵² *Theory of Reasoned Action* atau teori tindakan beralasan ini dikembangkan untuk menguji sebuah hubungan antara sikap dan perilaku. Teori tindakan beralasan Ajzen dan Fishbein dalam Mahyarni berasumsi bahwa perilaku ditentukan oleh keinginan suatu individu untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku tertentu atau sebaliknya. Keinginan ini ditentukan dengan dua variabel yaitu sikap atau *attitude* dan pengaruh sosial atau norma subjektif.

a. Sikap (*Attitude*)

1) Pengertian Sikap (*Attitude*)

Teori Ajzen terkait sikap kepada perilaku mengacu terhadap derajat dimana seseorang memiliki penilaian evaluasi menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku dalam sebuah pertanyaan. Hubungan sikap dengan perilaku merupakan sebuah keyakinan dalam

⁵² Icek Ajzen, "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior," 12.

individu terhadap perilaku yang menggambarkan probabilitas subyektif bahwa perilaku dalam pertanyaan akan menghasilkan hasil tertentu dan evaluasi menggambarkan penilaian implisit.

2) Indikator Sikap

Menurut Garcia *et al*, indikator sikap terdiri dari:

- a) Pandangan membeli suatu produk merupakan ide yang bagus.
- b) Pandangan bahwa produk yang dibeli penting.
- c) Pandangan bahwa suatu produk berkualitas.⁵³

b. Norma Subyektif

1) Pengertian Norma Subyektif

Ajzen, norma subyektif mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku. Menurut Ajzen dan Fishbein norma subyektif ialah determinan dari keinginan berperilaku. Norma subyektif merupakan sebuah kebiasaan sosial yang mengatur kehidupan manusia. Norma subyektif merupakan sebuah fungsi keyakinan dalam individu untuk menyetujui atau tidak menyetujui sebuah perilaku tertentu. Norma subyektif ialah

⁵³ Ricky Kurniawan Susanto dan Wilma Laura Sahetapy, “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Levi’s Pada Generasi Milenial,” *AGORA*, Volume 9, Nomor 2, (2021).

keyakinan normatif yang berkaitan dengan sebuah persepsi individu mengenai bagaimana kelompok melihat perilaku dan evaluasi yang pada umumnya diekspresikan sebagai motivasi individu untuk mematuhi kelompok – kelompok rujukan.⁵⁴

2) Indikator Norma Subjektif

Menurut Schiffman dan Kanuk, norma subjektif dapat diukur secara langsung dengan menilai perasaan individu maupun orang lain yaitu:⁵⁵

- a) Saran dari keluarga
- b) Daran dari teman
- c) Pendapat orang lain berpengaruh

⁵⁴ Mahyarni, “Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku),” *Jurnal El – Riyasah*, 13 – 14.

⁵⁵ Nadira Khalida Zia, “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Perilaku Menggunakan Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Kediri,” Skripsi. Universitas Brawijaya

B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu bertujuan untuk bahan acuan dan perbandingan. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil – hasil dari penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1

Kajian Pustaka

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Masalah dan Rumusan Masalah	Pendekatan dan Metode	Hasil Penelitian
1.	Khairani Rizka Zulas, Nilam Sari dan T Syifa Fadrizha Nanda (2021) ⁵⁶	Pengaruh Religiositas Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk	Bagaimana pengaruh religiositas dan faktor sosial terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah?	Kuantitatif Asosiatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Variabel religiositas dan faktor sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh menggunakan bank syariah.

⁵⁶ Ibid.,

		Bank Syariah Di Kota Banda Aceh			
2.	Dewi Reni dan Adam Jodi (2021) ⁵⁷	Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Dan Sikap Masyarakat Kelurahan Curug Kulon Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah	1. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah? 2. Apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah? 3. Apakah terdapat pengaruh antara sikap terhadap minat	Deskriptif Kuantitatif dan Analisis Linier Berganda.	Secara parsial, variabel persepsi, pengetahuan dan sikap berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Sedangkan secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.

⁵⁷ Ibid.,

			masyarakat menggunakan produk bank syariah? 4. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi, pengetahuan dan sikap terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah?		
3.	Ahmad Royyan (2022) ⁵⁸	Analisis Minat Masyarakat Dalam Menggunakan <i>Mobile Syariah Banking</i> Dengan <i>Theory Of Reasoned Action</i>	Bagaimana pengaruh sikap, norma subjektif dan kepercayaan terhadap minat menggunakan <i>mobile syariah banking</i>?	Kuantitatif dan Regresi Linier Berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku. Variabel yang paling berpengaruh terhadap minat

⁵⁸ Ibid.,

					berperilaku adalah sikap.
4.	Zakiyah, Abdul Wahab (2022) ⁵⁹	Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Financial Attitude</i> , Lokasi dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh literasi keuangan, financial attitude, lokasi dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah.	Field research dan multiple linear regression analysis	Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu literasi keuangan, <i>financial attitude</i> , lokasi, religiusitas terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat desa Sirap Juai Kab. Balangan untuk menabung di Bank Syariah.
5.	M. Rusydi, Maftukharysolikhah	Minat Menggunakan Perbankan Syariah Di Palembang: Pendekatan	Penelitian ini dilakukan untuk menemukan hubungan sebab akibat antara variabel sikap	Kuantitatif dan <i>Theory of Reasoned Action</i>	1. Sikap terhadap berperilaku berhubungan positif terhadap

⁵⁹ Ibid.,

	dan Syamsiar Zahrani (2023) ⁶⁰	<i>Theory Of Reasoned Action</i>	terhadap berperilaku, dan norma subjektif dengan minat menggunakan perbankan syariah.		minat menggunakan perbankan syariah. 2. Norma Subjektif berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat
6.	Robby Akmal (2021) ⁶¹	Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung masyarakat di Bank Syariah	1. Apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah? 2. Apakah terdapat pengaruh antara produk terhadap minat	Deskriptif kuantitatif dan regresi logistik	Variabel pengetahuan, produk, pendapatan, religiusitas dan lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Kota Bandung menabung di Bank Syariah.

⁶⁰ M. Rusydi, Maftukhatulosikhah dan Syamsiar Zahrani, “Minat Menggunakan Perbankan Syariah di Palembang: Pendekatan *Theory Of Reasoned Action*,” *ECONIS: Journal of Economics and Business*, Volume 1, Nomor 1, (2023).

⁶¹ Ibid.,

			menabung masyarakat di bank syariah? 3. Apakah terdapat pengaruh antara pendapatan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah? 4. Apakah terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah? 5. Apakah terdapat pengaruh antara lokasi terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah?		
--	--	--	--	--	--

7.	Resti Fadhillah Nurohmah dan Radia Purbayati (2020) ⁶²	Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah	1. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menabung di bank syariah? 2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah?	Deskriptif Kuantitatif dan analisis regresi linier berganda	1. Variabel tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah 2. Variabel kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah
8.	Herawati, Evinovita, Sakarna (2020). ⁶³	Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank	A. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah?	Kuantitatif deskriptif analitis dan analisis	Secara parsial variabel promosi dan religiusitas berpengaruh positif dan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan secara simultan

⁶² Ibid.,

⁶³ Herawati, Evinovita dan Sakarna, "Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor)," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Volume 2, Nomor 1, (2020).

		Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor)	B. Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah? C. Apakah terdapat pengaruh promosi dan religiusitas secara simultan terhadap minat menabung?	regresi linier berganda	variabel promosi dan religiusitas juga berpengaruh positif terhadap menabung masyarakat di bank syariah
9.	Peni Nugraheni, Faizah Novi Widyani (2020) ⁶⁴	<i>A study of intention to save in Islamic banks: the perspective of Muslim Students</i>	<i>This study aims to examine the factors that influence the intentions of Muslim students to save in Islamic banks. Independent variables in this</i>	<i>Quantitative and Multiple linear regression model</i>	Sampel terdiri dari dua kelompok sebagai berikut: siswa dengan latar belakang pendidikan ekonomi Islam dan mereka yang tidak. Untuk kelompok pertama, penelitian ini

⁶⁴ Peni Nugraheni dan Faizah Novi Widyani, "A Study of intention to save in Islamic banks: the perspective of Muslim students," *Journal of Islamic Marketing*, Volume 12, Nomor 8, (2020).

			<i>study are a parental recommendation, location, profit sharing, religiosity, knowledge and financial information disclosure.</i>		menemukan bahwa bagi hasil, religiusitas, pengetahuan dan keterbukaan informasi keuangan mempengaruhi niat mahasiswa muslim untuk menabung di bank syariah. Kontras hasil untuk kelompok kedua menunjukkan bahwa rekomendasi orang tua, bagi hasil dan religiusitas mempengaruhi siswa Muslim tanpa latar belakang pendidikan ekonomi Islam dalam niat mereka untuk menabung di bank syariah
--	--	--	---	--	---

10.	Sayed Maryam, Saqib dan Abdul (2019) ⁶⁵	Zeenat Mian Mehmood Chaundry Khaliq	<i>Factors Influencing the Community Behavioral Intention for Adoption of Islamic Banking: Evidence from Pakistan</i>	<i>The purpose of this paper is to stumble on the features that have an impact on Islamic banking adoption (IBA) in case of Pakistan.</i>	<i>Theory of reasoned action and multiple regression analysis</i>	<i>The findings of the study suggest that Rep, CB, RO and SI has a highly significant and positive influence on IBA. On the other hand, K, GS and BS have insignificant influence on IBA. The bottom line of this study suggests that more the ROs will be adopted by Islamic banks, more will be the tendency to adopt it by a bank customer in case of Pakistan</i>
-----	---	---	---	---	---	---

⁶⁵ Sayeda Zeenat Maryam, et al., “Factors Influencing the Community Behavioral Intention for Adoption of Islamic Banking: Evidence from Pakistan,” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Managen*, Volume 12, Nomor 4, (2019).

11.	Marzia Nomi dan Md Mahiuddin Sabbir (2020) ⁶⁶	<i>Investigating the Factors of Consumers' Purchase Intention Towards Life Insurance in Bangladesh: An Application of The Theory of Reasoned Action</i>	<i>This study aims to examine the factors that influence consumer purchase intention towards life insurance. The study included religiosity, risk aversion motives, saving motives, and financial literacy with classical Theory of Reasoned Action (TRA), therefore extending the model.</i>	<i>Theory of reasoned action</i>	<i>The results revealed that attitude, subjective norms, risk aversion motives, saving motives, and financial literacy have a significant positive impact on consumer purchase intention towards life insurance. Moreover, religiosity was found to have a negative impact on purchase intention. In addition, saving motives was found as a mediator in the relationship between risk aversion motives and purchase intention, as well as between</i>
-----	--	---	---	--------------------------------------	--

⁶⁶ Marzia Nomi dan Md Mahiuddin Sabbir, "Investigating the Factors of Consumers' Purchase Intention Towards Life Insurance in Bangladesh: An Application of The Theory of Reasoned Action," *Asian Academy of Management Journal*, Volume 25, Nomor 2, (2020).

					<i>financial literacy and purchase intention.</i>
12.	Achmad Zaiunul Rozikin dan Irmadatus Sholekhah (2021) ⁶⁷	<i>Islamic Financial Literacy, Promotion and Brand Image Toward Saving Intention in Sharia Bank</i>	<i>Empirically examine the relationship between Islamic financial literacy, promotion, and brand image and the intention of saving in Islamic banks.</i>	<i>Quantitative correlational research and multiple regression analysis</i>	<i>Islamic financial literacy, promotion and brand image has a positive effect and significant intention to save in Islamic banks.</i>
13.	Nasitotul Janah, Fahmi Medias, dan Eko Kurniasih Pratiwi (2020) ⁶⁸	<i>The Intention of Religious Leader to use Islamic Banking</i>	<i>This paper analyzes the influence of attitude (ATT), community influence (CI), religious obligation (RO) and subjective</i>	<i>Theory of reasoned action</i>	<i>The empirical analysis data suggest that attitude (ATT) and religious obligations (RO) show a significant impact on the intentions of religious</i>

⁶⁷ Ibid.,

⁶⁸ Nasitotul Janah, Fahmi Medias dan Eko Kurniasih Pratiwi, “*The Intention of Religious Leader to Use Islamic Banking Services: The Case of Indonesia*,” *Journal of Islamic Marketing*, Volume 12, Nomor 9, (2020).

		<i>services: The Case of Indonesia</i>	<i>norms (SN) to predict the intentions of religious leaders in using IB services in Indonesia.</i>		<i>leaders to use IB services, while community influence and subjective norms have a negative impact on the intentions of Indonesian religious leaders in using IB services.</i>
14.	Khoiriyah Ilfita (2021) ⁶⁹	<i>The Influence Of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception Of Savings Student's Interest In Sharia Banks</i>	<i>1. Does sharia financial literacy affect the interest in saving partially in sharia banks?</i> <i>2. Does religiosity partially influence the interest in saving in sharia banks?</i>	<i>Quantitative and multiple linear regression.</i>	<i>The results showed that partially sharia financial literacy had no effect on student's interest to save at sharia banks. While religiosity and perceptions partially have a positive and significant effect on student's interest to save in sharia banks.</i>

⁶⁹ Khoiriyah Ilfita, "The Influence Of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception Of Savings Student Interest In Sharia Banks," *Sharia Economic*, Volume 3, Nomor 2, (2021).

			3. Does the perception partially affect the interest in saving in sharia banks? 4. Do sharia financial literacy, religiosity, and perceptions influence the interest in saving in sharia bank simultaneously?		Simultaneously, sharia financial literacy, religiosity and perceptions influence the interest students to save in sharia banks.
15.	Mahdalena, Wahab dan Choirul Huda (2021). ⁷⁰	Factors Affecting Student Interest Of Al – Qur'an Wonosobo Science University	This study aims to examine the effect of knowledge, location and religiosity on the interest of students at the University of Sains	Quantitative field research and multiple regression analysis.	The result showed that knowledge had a significant effect on interest in saving in Islamic bank, while location and religiosity did not significantly influence the interest in

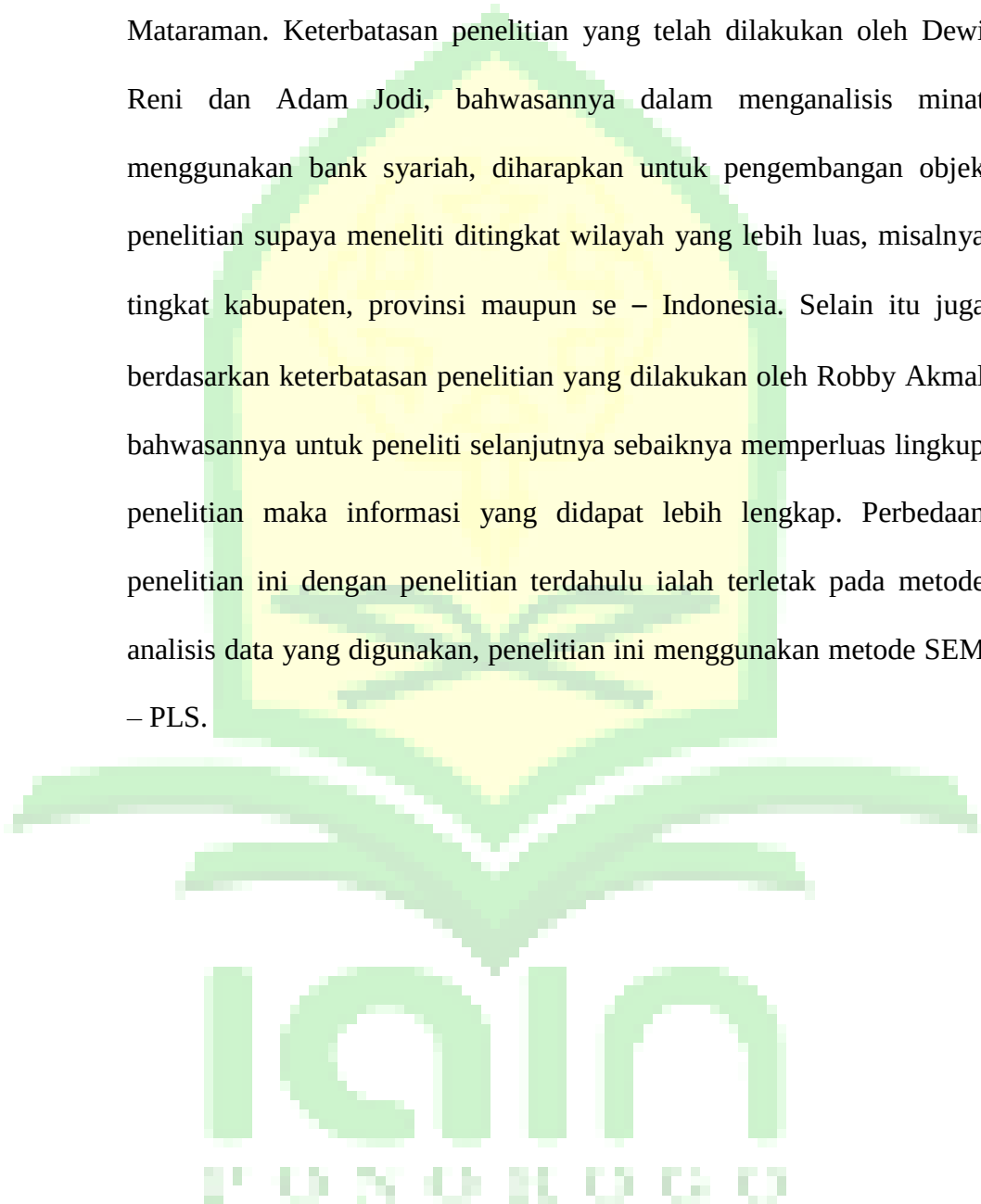
⁷⁰ Mahgalena, Wahab dan Choirul Huda, "Factors Affecting Student Interest Of Al-Qur'an Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, Volume 3, Nomor 1, (2021).

		<i>Saving In A Syariah Bank</i>	<i>Al-Quran Wonosobo to save in Islamic bank.</i>		<i>saving at Islamic banks. Then knowledge, location and religiosity simultaneously affect the interest in saving at Islamic banks.</i>
--	--	---------------------------------	---	--	---

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas, penelitian mengenai minat menggunakan bank syariah sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Namun dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Persamaannya ialah terletak dalam tema yang diangkat, yaitu sama – sama membahas mengenai minat menggunakan bank syariah serta terdapat beberapa variabel eksogen yang sama yaitu variabel religiusitas, literasi keuangan syariah, kepercayaan masyarakat, sikap dan norma subjektif. Namun dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel lain yaitu variabel dan kualitas pelayanan.

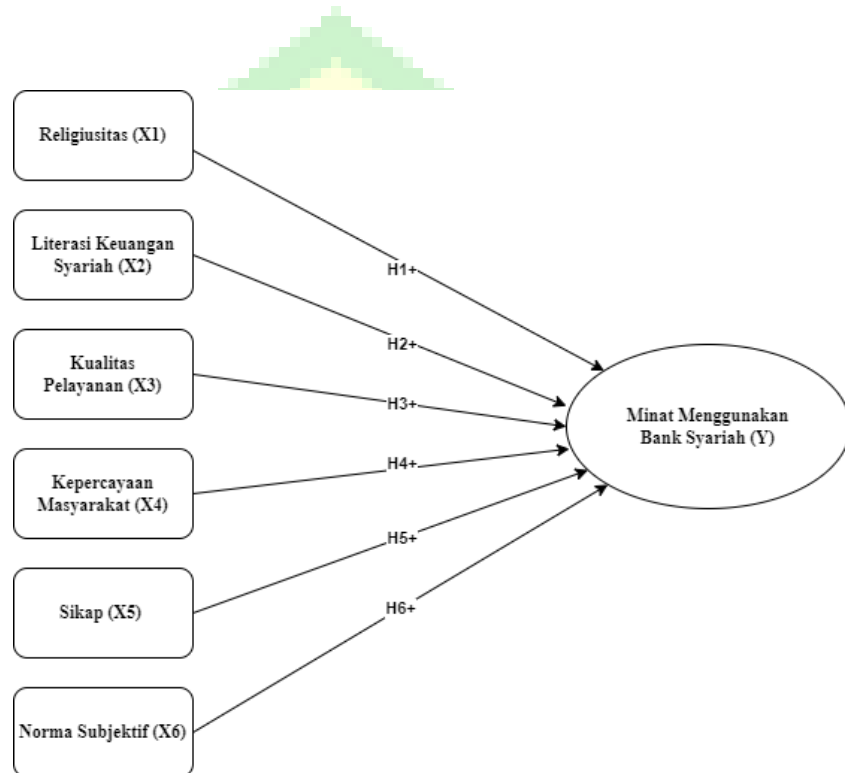
Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada objek penelitian serta metode yang digunakan. Variabel yang digunakan oleh peneliti ialah variabel religiusitas, literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, kepercayaan masyarakat, sikap serta norma subjektif sehingga memperluas atau mengembangkan *theory of reasoned action*. Peneliti menggunakan variabel tersebut berdasarkan dengan keterbatasan penelitian yang sudah dilakukan oleh Achmad dan Irmadatus dimana dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan beberapa variabel. Maka dari itu peneliti mengambil variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat., Selain itu, variabel yang digunakan diyakini mampu mengukur minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini ialah masyarakat daerah Mataraman. Pemilihan objek ini juga berdasarkan keterbatasan penelitian terdahulu yang didukung dengan keadaan demografi daerah Mataraman. Keterbatasan penelitian yang telah dilakukan oleh Dewi Reni dan Adam Jodi, bahwasannya dalam menganalisis minat menggunakan bank syariah, diharapkan untuk pengembangan objek penelitian supaya meneliti ditingkat wilayah yang lebih luas, misalnya tingkat kabupaten, provinsi maupun se – Indonesia. Selain itu juga berdasarkan keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh Robby Akmal bahwasannya untuk peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas lingkup penelitian maka informasi yang didapat lebih lengkap. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah terletak pada metode analisis data yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode SEM – PLS.



C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan permasalahan diatas, telah dirumuskan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Keterangan:

→ : Berpengaruh positif terhadap minat menggunakan bank syariah

H1+ : Hipotesis 1

H2+ : Hipotesis 2

H3+ : Hipotesis 3

H4+ : Hipotesis 4

H5+ : Hipotesis 5

H6+ : Hipotesis 6

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan dengan data pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh dengan pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan dengan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris berdasarkan data.⁷¹

Berdasarkan dengan teori yang terkait dengan penelitian ini, dinyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi minat masyarakat. Faktor tersebut menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab ialah faktor dari dalam diri individu, faktor motif sosial, serta faktor emosional. Dari teori tersebut mengenai minat masyarakat maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Religiusitas dalam dunia perbankan merupakan suatu sikap religius seseorang dalam memandang sebuah bank yang berdasarkan dengan ilmu agama islam yang telah dipahami terhadap fakta dunia

⁷¹ Danuri dan Siti Maisaroh, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2019), 55.

perbankan yang dihadapi. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Ibrahim (2020), dapat diketahui bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung pada Bank Syariah di Kota Medan. Kemudian penelitian yang sudah dilakukan oleh Nadia dan Anas (2021) bahwasannya religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung generasi millennial di Bank Syariah. Selain itu, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Zakiyah dan Wahab (2022) bahwasannya religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Berdasarkan dengan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti menentukan hipotesis:

H1 = Terdapat pengaruh positif signifikan antara religiusitas terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

2. Literasi keuangan syariah ialah suatu kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, sikap untuk mengelola keuangan berdasarkan ajaran islam. Menurut penelitian yang sudah dilakukan oleh Resti dan Radia (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. selanjutnya, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Achmad dan Irmadatus (2021) bahwasannya literasi keuangan syariah juga berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. selain itu, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Farizka, Diana dan Harun (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan

syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah. Dari penelitian terdahulu di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis:

H2 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan syariah terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

3. Kualitas pelayanan ialah suatu tingkat keunggulan, yang diharapkan dari keunggulan tersebut ialah untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Ade, dkk (2022) bahwasannya kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Selanjutnya berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Furqan dan Riyan (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menggunakan transaksi di bank Islam. Selain itu juga berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Faizah dan Sa'diyah (2022) bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Dari penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis:

H3 = Terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

4. Kepercayaan masyarakat adalah suatu pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang serta kesimpulan yang dibuat oleh seseorang mengenai produk, jasa maupun perusahaan. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Resti dan Radia (2020) bahwasannya kepercayaan masyarakat berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Kemudian berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Cleanita dan Mustofa (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Selanjutnya penelitian yang telah dilakukan oleh Faizah dan Sa'diyah (2022) bahwasannya kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis:

H4 = Terdapat pengaruh positif signifikan antara kepercayaan masyarakat terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

5. Sikap mengacu pada derajat dimana seseorang memiliki penilaian evaluasi menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku dalam sebuah pertanyaan. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Nadilla (2020) menunjukkan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Kemudian berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Riski (2022) juga menyatakan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah. Selain itu juga berdasarkan penelitian

yang sudah dilakukan oleh Sinta (2022) bahwasannya sikap berpengaruh terhadap minat masyarakat Kota Palopo mengambil pembiayaan di bank syariah. Dengan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis:

H5 = Terdapat pengaruh positif signifikan antara sikap terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

6. Norma Subjektif ialah determinan dari keinginan berperilaku. Norma subjektif ialah keyakinan normatif yang berkaitan dengan sebuah persepsi individu mengenai bagaimana kelompok melihat perilaku dan evaluasi yang pada umumnya diekspresikan sebagai motivasi individu untuk mematuhi kelompok – kelompok rujukan. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Royyan (2022) menunjukkan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile syariah banking*. Kemudian berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Anna (2021) juga menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan jasa keuangan syariah. Selain itu juga berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Agus, erie dan Yesi (2022) bahwasannya norma subjektif berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah indonesia. Dengan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis:

H6 = Terdapat pengaruh positif signifikan antara norma subjektif terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplorasi studi. Menurut Reiter eksplorasi studi ini juga disebut sebagai studi penelitian formulatif. Tujuan dari studi eksplorasi ini ialah merumuskan masalah untuk investigasi yang lebih tepat atau mengembangkan hipotesis kerja dari sudut pandang operasional.⁷² Eksploratif berarti mencari tahu lebih mendalam tentang suatu kasus untuk kemudian dapat memberikan suatu hipotesis.⁷³

Untuk mendapatkan data dari tempat tertentu peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, yaitu seperti melakukan penyebaran kuesioner maupun yang lainnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah menggunakan teknik kuesioner atau pertanyaan yang disebar terhadap responden. Kuesioner pada penelitian ini merupakan kuesioner tertutup yang sudah diadaptasi dan dikembangkan dari penelitian terdahulu. Kuesioner ini disebar kepada 200 responden yang dituju yaitu masyarakat daerah Mataraman. Untuk teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode SEM – PLS dengan bantuan software WarpPls. Alasan menggunakan SEM –

⁷² Nikolaus duli. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. 36.

⁷³ Conny R. Semiawan. *Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. 50.

PLS ialah dikarenakan SEM – PLS dapat menguji model yang kompleks, hubungan antar variabel serta dapat digunakan untuk megkonfirmasi teori.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel menurut Sugiyono dalam Rafika ialah sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah dipilih oleh peneliti untuk didalami lalu diperoleh informasinya mengenai hal tersebut yang selanjutnya ditarik kesimpulannya. Selain itu variabel juga dapat didefinisikan sebagai suatu sifat yang akan diamati serta diukur yang nilainya bervariasi antara satu objek dengan objek lainnya.⁷⁴ Terdapat dua macam variabel yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni variabel eksogen dan variabel endogen.⁷⁵ Yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Endogen

Variabel endogen ialah suatu variabel yang mendapat pengaruh dari variabel lain. Variabel endogen dalam penelitian ini ialah:

1) Variabel Minat Menggunakan Bank Syariah (Y)

⁷⁴ Rafika Ulfa, “Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan,” *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, (2021), 344.

⁷⁵ Sudaryono, “Aplikasi Analisis (*Path Analysis*) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel dalam Penelitian,” 394.

b. Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan suatu variabel yang setiap variabelnya mempengaruhi variabel lain. Variabel eksogen dalam penelitian ini ialah:

- 1) Variabel Religiusitas (X1)
- 2) Variabel Literasi Keuangan Syariah (X2)
- 3) Variabel Kualitas Pelayanan (X3)
- 4) Variabel Kepercayaan Masyarakat (X4)
- 5) Sikap (X5)
- 6) Norma Subjektif (X6)

2. Definisi Operasional

Definisi operasional ialah sebuah pengertian yang diberikan dalam suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan maupun membenarkan sebuah operasional yang diperlukan dalam mengukur variabel tersebut.⁷⁶ Sedangkan definisi operasional variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Religiusitas (X1)	Sikap religius seseorang dalam memandang perbankan dengan	Keyakinan atau Ideologis	Glock dan Stark (1998)
		Praktik Agama	

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 110.

	landasan ilmu agama islam yang dipahami terhadap fakta dunia perbankan yang dihadapi. (Ilham dan Firdaus)	Pengalaman Pengetahuan Agama Konsekuensi atau Pengamalan	
Literasi Keuangan Syariah (X2)	Kemampuan seorang individu dalam mengaplikasikan pengetahuan keuangan, sikap dan keterampilan yang dimiliki berdasarkan syariat islam. (Rahim, Rashid dan Hammed)	Pengetahuan Kemampuan Sikap Kepercayaan	Remund (2010)
Kualitas Pelayanan (X3)	Suatu keunggulan dari sebuah jasa ataupun perusahaan dimana keunggulan tersebut diharapkan dapat memenuhi keinginan dari konsumen. (Tjiptono)	<i>Tangible</i> (Berwujud) <i>Responsiveeness</i> (Ketanggapan) <i>Assurance</i> (Jaminan) <i>Empathy</i> (Empati) <i>Reliability</i> (Keandalan)	Kotler dan Keller (2016)
Kepercayaan Masyarakat (X4)	Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaatnya.	<i>Intregitas</i> (<i>Intregity</i>) <i>Kompetensi</i> (<i>Competence</i>) <i>Konsistensi</i> (<i>Consistency</i>) <i>Loyalitas</i> (<i>Loyalty</i>) <i>Keterbukaan</i> (<i>Openness</i>)	Robbins dan Judge (2007)

Sikap (X5)	Seseorang memiliki penilaian evaluasi menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku dalam sebuah pertanyaan.	Pandangan membeli suatu produk merupakan ide yang bagus	Garcia <i>et.al</i>
		Pandangan bahwa produk yang dibeli penting	
		Pandangan bahwa suatu produk berkualitas	
Norma Subjektif (X6)	Mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku.	Saran dari keluarga	Schiffman dan Kanuk (2007)
		Saran dari teman	
		Pendapat orang lain berpengaruh	

C. Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat daerah Mataraman dengan periode penelitian Maret sampai dengan Juli 2023. Daerah Mataraman terdiri dari dua karesidenan, yakni karesidenan Madiun dan karesidenan Kediri yang terdiri dari Kota Kediri, Kab. Kediri, Kota Blitar, Kab. Blitar, Kab. Tulungagung, Kab. Trenggalek, Kab. Pacitan, Kab. Ponorogo, Kab. Magetan, Kota Madiun, Kab. Madiun, Kab. Ngawi, dan Kab. Nganjuk.

Peneliti memilih lokasi penelitian ini atas dasar dari keterbatasan penelitian terdahulu yang didukung dengan kondisi demografi dari daerah Mataraman. Seperti literasi keuangan syariah

ini diprediksi tinggi dengan menggunakan data IPM, karena data IPM terdiri dari 3 unsur yaitu umur panjang dan hidup sehat, pengetahuan dan standar hidup layak maka dengan tingginya data IPM tersebut dapat diprediksi bahwa literasi keuangan syariah masyarakat daerah mataraman ini juga tinggi.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari sebuah obyek atau subyek dimana mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷⁷ Populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat daerah mataraman.

2. Sampel

Sampel menurut Bailey dalam Metode Penelitian Kuantitatif merupakan suatu bagian dari populasi yang ingin diteliti. Maka dari itu sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri.⁷⁸

Dalam pengambilan sampel ini, peneliti menggunakan teknik *non – probability sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono dalam Aprilia Andini *Non Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 80.

⁷⁸ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2014), 104.

sampel dimana tidak memberikan kesempatan ataupun peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang berlandaskan kebetulan. Yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data maka bisa digunakan sebagai sampel.⁷⁹

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan pendekatan Cohen (1992). Penentuan ukuran sampel ini ialah dengan cara mempertimbangkan *statistical power* dan *effect size*. Hal tersebut bisa dilakukan dengan melihat jumlah anak panah yang mengenai konstruk, kemudian menentukan tingkat signifikansi serta minimum R^2 yang akan digunakan. Berikut tabel yang akan digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini:

⁷⁹ Aprilia Andini dan Dian Surya Sampurna, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal STEI Indonesia*, (2020), 8.

Tabel 3.2**Panduan Menentukan Ukuran Sampel Model SEM-PLS**

<i>Maximum Number of Arrows Pointing at a Construct</i>	<i>Significance Level</i>											
	1%				5%				10%			
	Minimum R ²				Minimum R ²				Minimum R ²			
	0.10	0.20	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

Sumber: Cohen (1992)

Berdasarkan pada tabel di atas, maka peneliti menggunakan jumlah minimum sebanyak 157 sampel. Hal ini berdasarkan dengan jumlah panah yang mengarah pada satu konstruk ialah sebanyak 6 panah. Sedangkan signifikansi yang digunakan ialah sebesar 5% dan besaran minimal R-Square yang digunakan ialah 0.10. Berdasarkan data diatas, peneliti menyebar kuesioner sebanyak 200 sampel.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang peneliti lakukan ialah kuantitatif, maka sumber data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer ialah data yang diperoleh secara langsung dengan memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer ini diperoleh dari kuesioner dimana kuesioner menjadi teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis terhadap responden untuk dijawab.⁸⁰ Data primer dari penelitian ini ialah pendapat dari responden terkait dengan variabel religiusitas, literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, kepercayaan masyarakat, sikap, norma subjektif dan minat menggunakan bank syariah yang didapat dari penyebaran kuesioner. Sumber data primer ini digunakan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Menurut Wijoyo dalam Handion data sekunder ialah suatu data yang merujuk pada informasi yang telah dikumpulkan dari sumber yang telah ada dan penulis bukanlah tangan pertama.

Sedangkan menurut Sekaran data sekunder merupakan sumber data yang berasal dari suatu dokumentasi atau catatan dari

⁸⁰ Seima Maratus Sholihah, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada BRI Syariah KCP Ponorogo," *Skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019), 40.

sebuah perusahaan, publikasi pemerintah, penelitian terdahulu dan sejenisnya.⁸¹ Dalam hal ini peneliti mengambil data dari BPS untuk mendukung argumentasi terkait tingkat literasi keuangan syariah masyarakat mataraman, selanjutnya data dari OJK dimana data tersebut digunakan untuk memperkuat jenis dari bank syariah serta tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah di Indonesia.

Dalam penelitian ini juga mengambil data dari kemenag.go.id, dimana data tersebut digunakan untuk mendukung argumentasi terkait dengan Indonesia sebagai negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia. Selain itu penelitian ini juga mengambil data dari databoks.com untuk mendukung argumentasi mengenai populasi penduduk Jawa Timur yang rata – rata beragama Islam. Selanjutnya dalam penelitian ini juga mengambil data dari cimbniaga.co.id yang mana data tersebut digunakan untuk memperkuat pengertian dari bank syariah. Selanjutnya penelitian ini mengambil data dari ditpdpontren.kemenag.go.id dimana datanya digunakan untuk mendukung variabel religiusitas. Selain mengambil data dari web, penelitian ini juga mengambil data dari buku dan penelitian terdahulu. Sumber data sekunder ini digunakan sebagai sumber

⁸¹ Hadion Wijoyo, *et al.*, “The Role of Regular Tax Functions in the Pandemic Period Covid-19 at Pekanbaru,” *Jurnal Terapan Informatika Nusantara*, Volume 1, Nomor 10, (2021), 510.

data pendukung dimana data yang diambil digunakan untuk mendukung variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik kuesioner.

1. Metode Kuesioner

Kuesioner ialah sebuah daftar yang berisi rangkaian pertanyaan mengenai suatu hal untuk mendapatkan informasi penting dari responden. Kuesioner merupakan alat bantu dalam pengumpulan data.⁸² Tujuan dari penyebaran kuesioner ini ialah untuk mendapatkan informasi lengkap terkait dengan masalah dari responden tanpa khawatir apabila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan pernyataan dari isian daftar pertanyaan yang telah diberikan. Teknik ini merupakan cara pengumpulan data yang terdiri dari pertanyaan – pertanyaan. Dengan penyebaran kuesioner atau angket terhadap responden peneliti dapat memperoleh jawaban dari tujuan penelitian ini. Penyebaran kuesioner ini dapat dilakukan dengan cara online, seperti menyebar kuesioner menggunakan media WhatsApp dan Instagram.

⁸² Putri Kusumawati dan Yeni Rusyani, *Metodologi Penelitian*, (Klaten: Penerbit Lakeisha, 2019), 184.

2. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono dalam Statistik Ekonomi skala pengukuran ialah persetujuan yang dipakai di penelitian sebagai pijakan dalam menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga apabila alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁸³ Penelitian ini skala pengukurannya menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur suatu pendapat, persepsi serta sikap suatu individu atau kelompok orang mengenai fenomena sosial. Adanya skala likert ini, maka variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator variabel yang kemudian variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item – item instrumen yang berupa sebuah pertanyaan – pertanyaan.⁸⁴

Dalam penelitian ini menggunakan lima pilihan jawaban setiap butir pertanyaan ke responden, skala yang digunakan ialah 1 – 4 dengan bobot pemetaan sebagai berikut:⁸⁵

SS	: Sangat Setuju (4)
S	: Setuju (3)
TS	: Tidak Setuju (2)

⁸³ Rafika Sari, *et al.*, *Statistik Ekonomi*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), 4.

⁸⁴ *Ibid.*, 46

⁸⁵ Dryon Taluke, *et al.*, “Analisis Preferensi Masyarakat Dalam pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat,” *Jurnal Spasial*, Volume 6, Nomor 2, (2019), 537.

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

Ciri dari skala likert ini ialah semakin tinggi skor yang didapatkan oleh responden, maka menunjukkan bahwa indikasi dari responden tersebut semakin positif terhadap objek yang diteliti, dan begitupun sebaliknya.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Suharsimi Arikunto ialah alat yang digunakan peneliti untuk membantu mengumpulkan data dalam proses penelitian dimana data tersebut menjadi sistematis. Selain itu, instrument penelitian juga dapat diartikan sebagai alat yang digunakan dalam mengumpulkan data, mengolah data, menganalisa data serta menyajikan data secara objektif dan sistematis sehingga dapat memecahkan persoalan atau menguji hipotesis.⁸⁶

Dalam penelitian ini instrument yang digunakan oleh peneliti ialah kuesioner atau angket dengan menggunakan skala likert. Peneliti menggunakan metode kuesioner ini dikarenakan metode tersebut cocok dengan penelitian yang diambil.

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Structural Equation Modeling (SEM) ialah suatu teknik yang digunakan dalam menganalisis data multivariat generasi kedua

⁸⁶ Hamni Fadlilah Nasution, "Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 64.

untuk menguji hubungan antara variabel laten.⁸⁷ Menurut Sarwono & Narimawati dalam penelitian Wayan Agung Panca, dkk SEM – PLS merupakan sebuah analisis data yang digunakan untuk mengembangkan atau memprediksi suatu teori yang sudah ada.⁸⁸ Tujuan dari metode PLS ini ialah untuk memprediksi pengaruh variabel X terhadap Y serta menguraikan hubungan teoritikal antara dua variabel. PLS menurut Talbot merupakan metode regresi yang bisa dipakai dalam mengidentifikasi faktor dari variabel X yang mana sebagai penjelas serta variabel Y sebagai respon.⁸⁹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode SEM-PLS dikarenakan metode ini dikarenakan metode ini bisa menguji seluruh variabel secara bersamaan, serta metode ini cocok digunakan dalam penelitian ini.

Model spesifikasi dengan PLS ini terdiri dari dua set hubungan, yaitu:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model atau *measurement model* dimana mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan

⁸⁷ Reny Rian Marlina, "Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0," *Jurnal Matematika, Statistika dan Komputasi*, Volume 16, Nomor 2, (2020), 176.

⁸⁸ Wayan Agung Panca P, *et al.*, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Wisatawan dan Citra Hotel Melati di Kelurahan Seminyak Kabupaten Badung Bali," *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, Volume 1, Nomor 1, (2017), 67.

⁸⁹ Gangga Anuraga, *et al.*, "Structural Equation Modeling-PARTia; Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (IPKM) Di Jawa Timur," Seminar Nasional Matematika dan Aplikasinya, (Surabaya, 2017) UNAIR

dengan variabel latennya. Dalam model pengukuran ini digunakan 3 model pengukuran, yaitu:

- a. *Convergent Validity*, dalam hal ini model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score* atau *component score* dengan *construct score* yang dihitung menggunakan PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi apabila korelasinya lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur.
- b. *Discriminant Validity* dari model pengukuran dengan refleksif indikator yang dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk. Apabila korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik dari pada ukuran pada blok lainnya. Selain menggunakan *crossloading*, *discriminant validity* ini bisa dinilai dengan cara membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) dalam setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Apabila nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dapat dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

- c. *Composite Reliability*, yaitu blok indikator yang mengukur suatu konstruk yang dapat dievaluasi menggunakan dua macam ukuran, yaitu *internal consistency* yang dikembangkan oleh Werts, Linn dan Joreskog dan *Cronbach's Alpha*.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau model struktural ialah mengevaluasi adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediksi model. Digunakan 2 kriteria yaitu:

a. *R – Square*

Perubahan nilai *R – Square* dapat digunakan dalam menilai pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen, guna melihat apakah kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang substantive. Hasil *R – Square* sebesar 0,67, 0,33, dan 0,19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model memiliki arti baik, moderat dan lemah.

b. *Q – Square*

Model PLS ini juga dievaluasi dengan melihat *Q – Square predictive relevance* untuk model konstruk. *Q – Square* ialah untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q – Square* lebih dari 0 menunjukkan bahwa model

memiliki nilai predictive relevance, sedangkan apabila nilai $Q - Square$ kurang dari 0 maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance.⁹⁰



⁹⁰ Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, (Semarang: Undip, 2014), 37 – 43.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek yang digunakan di penelitian ini ialah daerah Mataraman. Daerah Mataraman merupakan sebuah daerah yang berada di wilayah selatan Provinsi Jawa Timur, daerah mataraman ini terdiri dari dua karesidenan yaitu karesidenan Madiun dan karesidenan Kediri. Karesidenan Madiun terdiri dari Kab. Madiun, Kota Madiun, Kab. Ponorogo, Kab. Pacitan, Kab. Magetan dan Kab. Ngawi. Sedangkan karesidenan Kediri terdiri dari Kota Kediri, Kota Blitar, Kab. Kediri, Kab. Blitar, Kab. Tulungagung, Kab. Trenggalek dan Kab. Nganjuk.

Data yang digunakan dalam dalam penelitian ini ialah data primer, yaitu data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner yang kemudian diisi oleh responden. Berdasarkan kriteria yang ditentukan dengan menggunakan *non – probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling* serta teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan pendekatan Cohen (1992) maka didapatkan sampel sebanyak 200 sampel. Rincian sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1

Rincian Sampel Masyarakat Mataraman

No	Daerah	Jumlah Sampel
1	Kab. Kediri	11
2	Kota Kediri	13
3	Kab. Blitar	12
4	Kota Blitar	12
5	Kab. Tulungagung	14
6	Kab. Trenggalek	13
7	Kab. Pacitan	14
8	Kab. Ponorogo	37
9	Kab. Magetan	13
10	Kab. Madiun	15
11	Kota Madiun	18
12	Kab. Ngawi	13
13	Kab. Nganjuk	15
	Jumlah	200

Objek dalam penelitian ini ialah masyarakat Mataraman yakni masyarakat wilayah karesidenan Madiun dan karesidenan Kediri. Para responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik – karakteristik penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
21 – 30 Tahun	149	74,5%
31 – 40 Tahun	40	20%
41 – 50 Tahun	11	5,5%
51 - seterusnya	1	2,5%
Total	200	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut, maka diketahui jumlah total responden pada penelitian ini ialah sebanyak 200 responden dengan usia 21 – 30 tahun sebanyak 149 (74,5%), usia 31 – 40 tahun sebanyak 40 (20%), usia 41 – 50 tahun sebanyak 11 (5,5%) dan usia 51 – seterusnya sebanyak 1 (2,5%).

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD / MI	1	0,5%
SMP / MTs	6	3%
SMA / MA	124	62%
DIPLOMA / SARJANA	69	34,5%
Total	200	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.8, diketahui bahwa jumlah total responden dalam penelitian ini ialah sebanyak 200 responden. Dengan responden berpendidikan terakhir SD/MI sebanyak 1 responden (0,5%), SMP/MTs sebanyak 6 responden (3%), SMA/MA sebanyak 124 responden (62%) serta Diploma/Sarjana sebanyak 69 responden (34,5%).

Tabel 4.4 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar / Mahasiswa	70	35%
Pegawai Swasta	57	28,5%
Wiraswasta	41	20,5%
PNS/TNI/POLRI	32	16%
Jumlah	200	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa jumlah total responden dalam penelitian ini ialah 200 responden dengan pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa sebanyak 70 responden (35%), pegawai swasta sebanyak 57 responden (28,5%), wiraswasta sebanyak 41 responden (20,5%) dan PNS/TNI/POLRI sebanyak 32 responden (16%).

Tabel 4.5 Pendapatan Responden

Pendapatan	Jumlah	Presentase
< Rp.500.000	40	20%
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	52	26%
Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000	97	48,5%

>Rp. 5.000.000	11	5,5%
Jumlah	200	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan data pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa jumlah total responden dalam penelitian ini ialah 200 responden dengan pendapatan <Rp. 500.000., sebanyak 40 responden (20%), Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 52 responden (26%), Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000., sebanyak 97 responden (48,5%), dan >Rp. 5.000.000 sebanyak 11 responden (5,5%).

Tabel 4.6 Domisili Responden

Domisili	Jumlah	Presentase
Kab. Kediri	11	5,5%
Kota Kediri	13	6,5%
Kab. Blitar	12	6%
Kota Blitar	12	6%
Kab. Tulungagung	14	7%
Kab. Trenggalek	13	6,5%
Kab. Pacitan	14	7%
Kab. Ponorogo	37	18,5%
Kab. Magetan	13	6,5%
Kab. Madiun	15	7,5%
Kota Madiun	18	9%
Kab. Ngawi	13	6,5%

Kab. Nganjuk	15	7,5%
Jumlah	200	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.10 diketahui jumlah responden pada penelitian ini ialah sebanyak 200 responden dengan domisili Kab. Kediri sebanyak 11 (5,5%), Kota Kediri sebanyak 13 (6,5%), Kab Blitar sebanyak 12 (6%), Kota Blitar sebanyak 12 (6%), Kab. Tulungagung sebanyak 14 (7%), Kab. Trenggalek sebanyak 13 (6,5%), Kab. Pacitan sebanyak 14 (7%), Kab. Ponorogo sebanyak 37 (18,5%), Kab. Magetan sebanyak 13 (7,5%), Kab. Madiun sebanyak 15 (7,5%), Kota Madiun sebanyak 18 (9%), Kab. Ngawi sebanyak 13 (6,5%), dan Kab. Nganjuk sebanyak 15 (7,5%).

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Hasil *Outer Model*

Model pengukuran atau *outer model* merupakan model yang digunakan untuk menentukan anatara hubungan variabel laten dengan indikatornya. Model pengukuran (*outer model*) ini ditentukan dengan menggunakan uji *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*.

a. *Convergent Validity*

Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa item – item setiap variabel akan lebih mudah dimengerti. Pengujian *convergent validity* ini dapat dikatakan valid apabila nilai *loading factor* > 0,5, serta

dikatakan tidak valid apabila nilai *loading factor* $< 0,5$. Berikut hasil pengujian *convergent validity* dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.7 Hasil Evaluasi *Factor Loading*

Variabel		Nilai
Religiusitas (X1)	X1.2	(0.839)
	X1.3	(0.874)
	X1.5	(0.813)
	X1.7	(0.834)
Literasi Keuangan Syariah (X2)	X2.1	(0.791)
	X2.7	(0.801)
	X2.9	(0.785)
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.2	(0.808)
	X3.3	(0.778)
	X3.4	(0.820)
	X3.5	(0.834)
	X3.6	(0.785)
Kepercayaan Masyarakat (X4)	X4.3	(0.803)
	X4.4	(0.800)
	X4.5	(0.744)
	X4.6	(0.844)
	X4.7	(0.772)
Sikap (X5)	X5.1	(0.824)

	X5.2	(0.828)
	X5.3	(0.752)
	X5.4	(0.768)
	X5.5	(0.779)
Norma Subjektif (X6)	X6.1	(0.720)
	X6.2	(0.735)
	X6.3	(0.778)
	X6.5	(0.779)
	X6.6	(0.858)
	X6.7	(0.841)
	X6.8	(0.759)
Minat Menggunakan Bank Syariah (Y)	Y.1	(0.867)
	Y.2	(0.896)
	Y.3	(0.875)

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan data pada tabel 4.3 diatas, nilai *loading factor* setelah dilakukan penghapusan indikator memenuhi persyaratan untuk setiap variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas konvergen berdasar nilai *loading factor* pada semua indikator variabel bernilai $> 0,7$ yang artinya valid. *Loading factor* yang dihapus ialah indikator X1.1, X1.4, X1.6, X2.2, X2.3, X2.4, X2.5, X2.6, X2.8, X3.1, X4.1, X4.2, X5.6, X6.4. Indikator ini dihapus karena nilai dari indikator tersebut $< 0,7$.

b. *Discriminant Validity*

Pada *discriminant validity* digunakan nilai *cross loading*. Sebuah indikator dikatakan *discriminant* apabila nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya ialah terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya. Nilai *cross loading* dalam model dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.8 *Discriminant Validity*

Variabel	Nilai
Religiusitas (X1)	0.818
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0.793
Kualitas Pelayanan (X3)	0.805
Kepercayaan Masyarakat (X4)	0.793
Sikap (X4)	0.791
Norma Subjektif (X6)	0.783
Minat Menggunakan Bank Syariah (Y)	0.880

Sumber: Data diolah (2023)

Dilihat dari data pada tabel 4.4, dapat diketahui bahwa nilai *discriminant validity* dikatakan baik atau valid. Karena sudah memiliki nilai *cross loading* setiap indikator yang lebih tinggi dari nilai *cross loading* pada konstruk lainnya.

c. Composite Reliability

Uji reliabilitas dapat dikatakan lolos apabila *output composite reliability* memiliki nilai $> 0,7$ dan nilai *Cronbach Alpha* disebut *reliable* atau dapat diterima apabila memiliki nilai $> 0,6$. Nilai *composite reliability* pada masing – masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.9 Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	AVE	Keterangan
X1	0,890	0,835	0,669	<i>Reliable</i>
X2	0,835	0,704	0,628	<i>Reliable</i>
X3	0,902	0,864	0,649	<i>Reliable</i>
X4	0,894	0,852	0,629	<i>Reliable</i>
X5	0,893	0,850	0,626	<i>Reliable</i>
X6	0,914	0,894	0,613	<i>Reliable</i>
Y	0,911	0,854	0,774	<i>Reliable</i>

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel 4.3, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas memiliki nilai *reliable* atau diterima karena seluruh *output* variabel telah memenuhi syarat untuk diterima atau *reliable*. Dimana dalam nilai *composite reliability* semua variabel sudah memiliki nilai $> 0,7$, nilai *crobach alpha* $> 0,6$ serta nilai AVE $> 0,5$.

2. Pengujian *Inner Model*

Pengujian *inner model* atau *model structural* dilakukan untuk menguji hipotesis antara variabel laten yang satu dengan variabel laten lainnya.

Tabel 4.10 Hasil *Model Fit* dan *Quality Indices*

Keterangan	Nilai	Pvalue	Kriteria
APC	0,141	0,010	Diterima pvalue < 0,05
ARS	0,412	0,001	Diterima pvalue < 0,05
AARS	0,393	0,001	Diterima pvalue < 0,05
AVIF	2,692		Diterima < 5, ideal < 3,3
AFVIF	2,663		Diterima < 5, ideal < 3,3
GoF	0,519		Diterima: kecil > 0,1; medium > 0,25; besar > 0,36
SPR	0,833		Diterima > 0,7, ideal = 1
RSCR	0,950		Diterima > 0,9, ideal = 1
SSR	1,000		Diterima > 0,7
NLBCDR	1,000		Diterima > 0,7

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil pengujian *inner model* seperti pada tabel 4.6 menunjukkan nilai *pvalue* dari APC 0,010; ARS 0,001; dan nilai AARS 0,001 adalah < 0,05 sehingga memiliki hasil yang baik karena telah memenuhi persyaratan. Nilai AVIF 2,692 dan AFVIF 2,663 juga telah memenuhi

persyaratan karena memiliki nilai < 5 , sehingga memiliki arti tidak terkena kolinearitas. Selain itu, nilai GoF dari hasil pengujian sebesar 0,519 yang berarti bahwa penelitian ini memiliki kekuatan penjelasan yang medium atau sedang karena memiliki nilai $> 0,25$.

Nilai SPR yang diperoleh sebesar 0,833 dimana evaluasi data dari penelitian ini dapat diterima karena nilainya lebih dari $> 0,7$. Sedangkan indeks RSCR memiliki nilai 0,950 atau $> 0,9$ sehingga memiliki arti bahwa jumlah *R-square* positif dengan kontribusinya 90%. Kemudian, nilai SSR sebesar 1,000 dapat diterima serta dapat diketahui bahwa model yang tidak terkena tekanan statistik (*statistical suppression*) sebanyak 70% karena nilai yang diperoleh $> 0,7$. Terakhir, nilai dari NLBCDR 1000 sehingga $> 0,7$, hal ini dapat dideskripsikan bahwa model penelitian ini diperkuat oleh koefisien jalur sebesar 70% dari korelasi kausalitas pada hipotesis yang ada.

a. Nilai *R - Square*

Nilai *r-square* dilakukan untuk mengukur tingkat variansi perubahan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut merupakan hasil nilai *r-square* dapat dilihat pada tabel 4. berikut:

Tabel 4.11 *R Square*

<i>R - Square</i>	0,412	Moderat
-------------------	-------	---------

Berdasarkan data *r-square* pada tabel 4., dapat diketahui bahwa nilai *r-square* dari keseluruhan variabel ialah 0,412 yang berarti semua konstruk variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel

endogen sebesar 0,412 atau 0,412% maka pengaruh semua konstruk variabel eksogen terhadap variabel endogen memiliki arti bahwa model moderat.

b. *Q – Square*

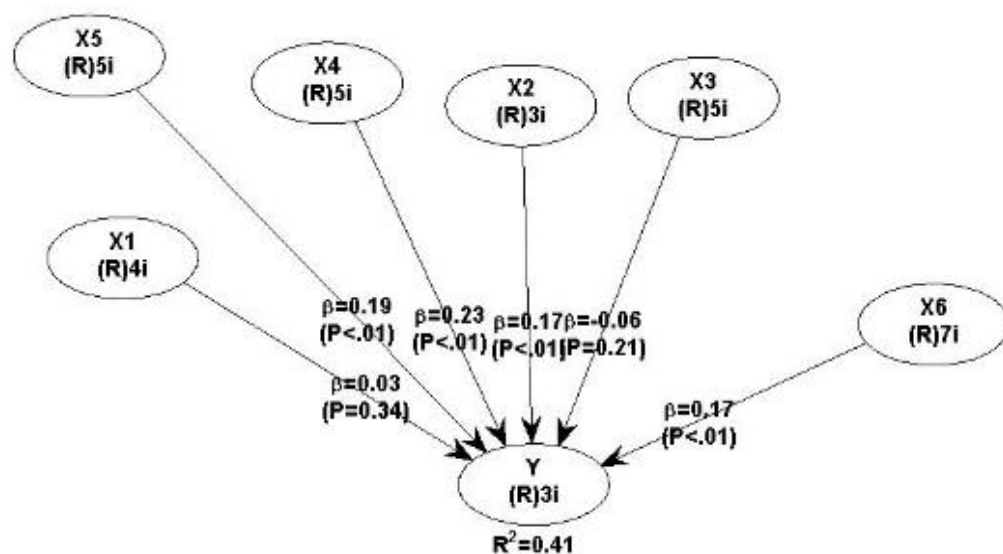
Nilai *q - square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Berikut merupakan hasil nilai *r-square*:

Tabel 4.12 *Q - Square*

<i>Q Square</i>	0,425	<i>Productive Relevance</i>
-----------------	-------	-----------------------------

Berdasarkan data *q-square* pada tabel 4. Dapat diketahui bahwa nilai *q-square* sebesar 0,425 yang menunjukkan bahwa model memiliki nilai *productive relevance*, hal ini dikarenakan nilai *q-square* > 0.

Berdasarkan *model fit* dan *quality indicates* tersebut, maka model structural penelitian ini ialah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Model Struktural

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik

Variabel	Indikator	N	Min	Max	Mean	Median	Std. Deviasi
Religiusitas (X1)	X1.1	200	3	4	3,57	4	0,4963181
	X1.2	200	2	4	3,355	3	0,51017289
	X1.3	200	2	4	3,375	3	0,53460642
	X1.4	200	3	4	3,65	4	0,47816652
	X1.5	200	3	4	3,475	3	0,50062775
	X1.6	200	2	4	3,415	3	0,51390221
	X1.7	200	2	4	3,345	3	0,51702182
	X2.1	200	2	4	3,29	3	0,52657994
	X2.2	200	2	4	3,395	3	0,53891292

Literasi Keuangan Syariah (X2)	X2.3	200	2	4	3,575	4	0,50562166
	X2.4	200	2	4	3,49	3	0,51108319
	X2.5	200	2	4	3,335	3	0,52358927
	X2.6	200	2	4	3,525	4	0,55761066
	X2.7	200	3	4	3,485	3	0,50102909
	X2.8	200	2	4	3,6	4	0,50125471
	X2.9	200	2	4	3,595	4	0,5022312
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	200	2	4	3,57	4	0,51617067
	X3.2	200	2	4	3,47	3	0,510296
	X3.3	200	2	4	3,45	3	0,5281046
	X3.4	200	3	4	3,395	3	0,49007742
	X3.5	200	2	4	3,43	3	0,50634169
	X3.6	200	3	4	3,48	3	0,50085354
Kepercayaan Masyarakat (X4)	X4.1	200	2	4	3,53	4	0,510296
	X4.2	200	2	4	3,44	3	0,52705687
	X4.3	200	2	4	3,245	3	0,52569648
	X4.4	200	2	4	3,43	3	0,50634169
	X4.5	200	2	4	3,405	3	0,52185887
	X4.6	200	2	4	3,375	3	0,50562166
	X4.7	200	3	4	3,495	3	0,50122964
	X5.1	200	2	4	3,385	3	0,50800131
	X5.2	200	2	4	3,4	3	0,50125471

Sikap (X5)	X5.3	200	2	4	3,38	3	0,49682408
	X5.4	200	2	4	3,39	3	0,51888942
	X5.5	200	2	4	3,36	3	0,49153641
	X5.6	200	3	4	3,5	3,5	0,50125471
Norma Subjektif (X6)	X6.1	200	2	4	3,34	3	0,55310907
	X6.2	200	2	4	3,245	3	0,48595862
	X6.3	200	2	4	3,21	3	0,51694892
	X6.4	200	2	4	3,335	3	0,53310035
	X6.5	200	2	4	2,975	3	0,64533502
	X6.6	200	2	4	2,67	2	0,76421208
	X6.7	200	2	4	2,665	2	0,79746773
	X6.8	200	2	4	2,925	3	0,66451705
Minat	Y.1	200	2	4	3,465	3	0,51973611
Menggunakan	Y.2	200	2	4	3,455	3	0,52855639
Bank Syariah (Y)	Y.3	200	2	4	3,54	4	0,50960621

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil analisis deskriptif tersebut dapat dideskripsikan sebagai

berikut:

1. Religiusitas

Religiusitas diukur menggunakan 5 indikator yang terdiri dari 7 pernyataan dengan 4 skala likert. Variabel ini memiliki nilai maksimum 4 dan nilai minimum 1. Berdasarkan data pada tabel 4. dapat diketahui nilai

standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa tidak adanya kesenjangan.

2. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah diukur menggunakan 4 indikator yang terdiri dari 9 pernyataan dengan 4 skala likert. Variabel ini memiliki nilai maksimum 4 dan nilai minimum 1. Berdasarkan data pada tabel 4. dapat diketahui nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean* hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya kesenjangan dari rasio literasi keuangan syariah terendah dan tertinggi.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan diukur menggunakan 5 indikator yang terdiri dari 6 pernyataan dengan 4 skala likert. Variabel ini memiliki nilai maksimum 4 dan nilai minimum 1. Berdasarkan data pada tabel 4. dapat diketahui nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean* hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya kesenjangan dari rasio literasi keuangan syariah terendah dan tertinggi.

4. Kepercayaan Masyarakat

Kepercayaan masyarakat diukur menggunakan 5 indikator yang terdiri dari 7 pernyataan dengan 4 skala likert. Variabel ini memiliki nilai maksimum 4 dan nilai minimum 1. Berdasarkan data pada tabel 4. dapat diketahui nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean* hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya kesenjangan dari rasio literasi keuangan syariah terendah dan tertinggi.

5. Sikap

Sikap diukur menggunakan 3 indikator yang terdiri dari 6 pernyataan dengan 4 skala likert. Variabel ini memiliki nilai maksimum 4 dan nilai minimum 1. Berdasarkan data pada tabel 4. dapat diketahui nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean* hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya kesenjangan dari rasio literasi keuangan syariah terendah dan tertinggi.

6. Norma Subjektif

Norma subjektif diukur menggunakan 3 indikator yang terdiri dari 6 pernyataan dengan 4 skala likert. Variabel ini memiliki nilai maksimum 4 dan nilai minimum 1. Berdasarkan data pada tabel 4. dapat diketahui nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean* hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya kesenjangan dari rasio literasi keuangan syariah terendah dan tertinggi.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai signifikansinya pada *path coefficient*. Apabila nilai signifikansi *p-value* $< 0,01$, maka hipotesis memiliki pengaruh yang signifikan. Namun apabila nilai signifikansi *p-value* $> 0,01$ maka hipotesis dikatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Berikut adalah tabel hasil penelitian *path coefficient* yang didapat dari pengolahan data:

Tabel 4.14 Path Coefficient dan P value

Variabel	Path Coefficient	P-value	Signifikansi
Religiusitas	0,030	0,34	Tidak signifikan
Literasi Keuangan Syariah	0,167	<0,01	Sig***
Kualitas Pelayanan	-0,058	0,21	Tidak signifikan
Kepercayaan Masyarakat	0,231	<0,01	Sig***
Sikap	0,191	<0,01	Sig***
Norma Subjektif	0,170	<0,01	Sig***

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7, maka diperoleh:

1. Religiusitas terhadap minat menggunakan bank syariah memiliki nilai *path correlation* 0,030 dan *pvalue* 0,336 maka hipotesis ditolak dan dapat dideskripsikan bahwa religiusitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah.
2. Literasi Keuangan Syariah terhadap minat menggunakan bank syariah memiliki nilai *path correlation* 0,167 dan *pvalue* 0,008 maka hipotesis diterima dan dapat dideskripsikan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah.
3. Kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan bank syariah memiliki nilai *path correlation* -0,058 dan *pvalue* 0,206 maka hipotesis ditolak dan dapat dideskripsikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah.

4. Kepercayaan masyarakat terhadap minat menggunakan bank syariah memiliki nilai *path correlation* 0,231 dan *pvalue* <0,001 maka hipotesis diterima dan dapat dideskripsikan bahwa kepercayaan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah.
5. Sikap terhadap minat menggunakan bank syariah memiliki nilai *path correlation* 0,191 dan *pvalue* 0,003 maka hipotesis diterima dan dapat dideskripsikan bahwa sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah.
6. Norma subjektif terhadap minat menggunakan bank syariah memiliki nilai *path correlation* 0,170 dan *pvalue* 0,007 maka hipotesis diterima dan dapat dideskripsikan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah.

E. Pembahasan

1. Religiusitas dan Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel religiusitas memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,030 dan *pvalue* 0,336, maka hipotesis ditolak karena nilai *pvalue* >0,01. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

Dalam lingkungan sebaran pesantren yang banyak sudah sepatutnya memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Dengan tingginya ilmu agama

yang dimiliki, maka tidak menutup kemungkinan bahwa dapat meningkatkan minat dalam menggunakan bank syariah. Meskipun dengan banyaknya sebaran pondok pesantren yang ada di daerah Mataraman ini ternyata tidak mampu membuat masyarakat minat dalam menggunakan bank syariah, masyarakat yang sudah mengetahui hukum riba itu haram belum tentu mereka minat dalam menggunakan bank syariah. Selain itu masyarakat masih banyak yang menganggap bahwa bank syariah itu sama dengan bank konvensional. Hal ini dikarenakan masih kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah kepada masyarakat. Serta religiusitas yang dimiliki masyarakat itu bukan terkait religiusitas muamalah tetapi religiusitas ibadah.

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahgalena, Wahab dan Choirul Huda menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi minat menabung di bank syariah karena seseorang yang paham agama dan selalu menjalankan syariat agamanya seharusnya memiliki minat menabung di bank syariah mengikuti ajaran agamanya supaya terhindar dari riba. Namun ternyata masih banyak siswa yang tidak berminat untuk menabung di bank syariah padahal mereka sudah paham apa yang diajarkan agamanya.¹

¹ Ibid.,

Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ayu dan Ismayadi yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan layanan bank syariah. Hal ini tidak sesuai dengan teori yang ada dimana religiusitas merupakan sebuah pikiran, perasaan dan motivasi yang mendorong perilaku beragama. Tingkat religiusitas yang tinggi membuat seseorang semakin berhati – hati dalam menjalankan aktivitas kehidupannya dengan hanya menjalankan aturan – aturan yang dikehendaki Tuhannya dan menjauhi segala larangan-Nya, hal tersebut karena semakin tinggi tingkat religiusitasnya maka semakin dalam pula ilmu agama yang dimilikinya.² Namun, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairani, Nilam dan Nanda yang menemukan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah. hal ini dikarenakan religiusitas seseorang dapat dilihat dari banyak sisi kehidupan, kegiatan dalam beragama tidak hanya terjadi pada saat seseorang melaksanakan ibadah namun juga ketika seseorang melakukan kegiatan lain yang diiringi dengan konsep spiritual. Ketika melakukan aktivitas maka sikap manusia harus sesuai dengan ketetapan agama serta perintah tuhannya untuk mendapatkan ridha-Nya. Adanya faktor agama merupakan motivator yang sangat penting untuk mendorong minat memakai produk atau jasa perbankan syariah.³

² Ayu Fitriana Maranti dan Ismayadi, “Pengaruh *Brand Image* Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Layanan Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Selong). *Al Birru*. Volume 1, Nomor 2, Juni (2022), 59.

³ Ibid.,

Dari pemaparan data diatas dapat disimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

2. Literasi Keuangan Syariah dan Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,167 dan *pvalue* 0,008 yang artinya hipotesis diterima karena nilai *pvalue* <0,01. Artinya bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah masyarakat mataraman maka semakin baik pula minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah. Dengan kata lain, masyarakat sudah mengetahui tentang dasar keuangan syariah, landasan hukum syariah serta produk – produk yang ada di bank syariah.

Erika Ferdiana dan Khusnul Fikriyah menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.⁴ Tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi dapat menumbuhkan pemanfaatan terhadap produk jasa di bank syariah serta berdampak terhadap kesejahteraan sehingga dapat membantu perekonomian suatu negara. Mengingat manusia dan lembaga keuangan saling berhubungan sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan

⁴ Ibid.,

syariah masyarakat, maka akan semakin banyak masyarakat yang akan menggunakan produk dan jasa di bank syariah.

Tingkat pendidikan Penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Resti dan Radia menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.⁵ Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farizka, Diana dan Harun yang menyatakan literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah.⁶

3. Kualitas Pelayanan dan Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *path coefficient* sebesar -0,058 dan *pvalue* 0,206, yang artinya hipotesis ditolak karena nilai *pvalue* >0,01. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salsabila dan Norma menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.⁷ Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rinida juga menyatakan bahwa kualitas

⁵ Ibid.,

⁶ Ibid.,

⁷ Salsabila Putri Damayanti dan Norma Rosidah, "Pengaruh Media Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah," *ICO EDUSHA*, Volume 3, Nomor 1, (2022), 113.

pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli pada produk pembiayaan modal usaha di perbankan syariah.⁸

Dalam penelitian ini hipotesis kualitas pelayanan ditolak yang artinya kualitas pelayanan tidak mempengaruhi masyarakat mataraman menggunakan bank syariah. artinya, kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah tidak berdampak terhadap minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah. Hal ini bukan berarti kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah itu buruk, bisa saja kualitas pelayanan di bank syariah itu memang baik, namun masyarakat mataraman tidak tergerak minatnya hanya dikarenakan dengan kualitas pelayanan di bank syariah melainkan adanya faktor lain.

Keputusan seseorang dalam menggunakan bank syariah itu ditentukan dengan banyak kepentingan, sehingga tinggi rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah itu tidak dipermasalahkan oleh calon nasabah. Namun, terdapat penelitian yang bertentangan dengan hasil penelitian ini, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Fajri Rahmi mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan lembaga keuangan sangat berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam memilih suatu lembaga keuangan. faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah

⁸ Rinida Piscis Elvita Sirma, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan *Physical Evidence* Terhadap Minat Beli Pada Produk Pembiayaan Modal Usaha Di Perbankan Syariah," *Skripsi* (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2020), 84.

kemampuan lembaga keuangan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.⁹

Dari pemaparan data diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

4. Kepercayaan Masyarakat dan Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel kepercayaan masyarakat memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,231 dan *pvalue* <0,001, yang artinya hipotesis diterima karena nilai *pvalue* <0,01. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Resti dan Radia kepercayaan masyarakat berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.¹⁰ Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cleanita dan Mustofa yang menyatakan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.¹¹

Hal ini sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Kotler komitmen pelanggan untuk tetap berhubungan dengan perusahaan karena adanya kepercayaan kepada perusahaan sehingga akan melakukan pembelian ulang pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel

⁹ Fajri Rahmi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia," *Skripsi* (Aceh: UIN Ar – Raniry, 2023), 78.

¹⁰ Ibid.,

¹¹ Ibid.,

kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Mataraman menggunakan bank syariah.

Tinggi rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah ini mempengaruhi kuat lemahnya minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah. Semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah maka akan semakin kuat minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah. Apabila kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah menurun, maka akan lemah minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah.

5. Sikap dan Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel sikap memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,191 dan *pvalue* 0,003 yang artinya hipotesis diterima karena nilai *pvalue* <0,01. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh sikap yang disebabkan oleh beberapa hal. Masyarakat lebih senang menggunakan bank syariah karena tingkat kepentingan dan keuntungan dalam menggunakannya. Selanjutnya masyarakat menggunakan bank syariah juga disebabkan oleh kualitas dari produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

Menurut Ajzen sikap merupakan tingkat dimana seseorang memiliki evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku tertentu. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara sikap dengan minat menggunakan

bank syariah. Hal ini sesuai dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dimana manusia merupakan makhluk hidup yang memiliki akal untuk memilih perilaku mana yang akan dilakukan dengan mempertimbangkan pengetahuan yang dimiliki. Berdasarkan teori TRA menjadi dasar variabel sikap yang menjelaskan mengenai minat seseorang untuk menggunakan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rusydi *et al.*, dimana sikap terhadap perilaku berhubungan positif dengan minat menggunakan produk perbankan syariah.¹² Sikap dapat dianggap sebagai bagian penting dalam memprediksi serta menggambarkan berperilaku manusia. Sikap ialah bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap yang dimiliki seseorang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan produk perbankan syariah. jika seseorang memiliki sikap yang baik dalam menilai produk perbankan syariah, maka seseorang tersebut akan memiliki minat untuk menggunakan perbankan syariah. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riana juga menyatakan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI Mobile.¹³

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap memiliki keterkaitan dengan minat individu untuk menggunakan bank syariah. Sikap dalam hal ini ialah mengetahui informasi atau melihat seseorang

¹² M. Rusydi *et al.*, "Minat Menggunakan Perbankan Syariah Di Palembang: Pendekatan *Theory Of Reasoned Action*," *ECONIS: Journal of Economics and Business*, Volume 1, Nomor 1 (2023), 30.

¹³ *Ibid.*,

yang menurut individu tersebut positif atau negatif. Seperti mencari informasi yang merupakan ide yang baik, bertransaksi menggunakan bank syariah dihindarkan dari riba. Jika semakin positif sikap yang diterima terhadap bank syariah maka akan semakin tinggi minat untuk menggunakan bank syariah, sehingga responden akan merasa senang dan dapat mempengaruhi minat dalam mempertimbangkan penggunaan bank syariah. Dari pemaparan data diatas dapat disimpulkan bahwa sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.

6. Norma Subjektif dan Minat Masyarakat Mataraman Menggunakan Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel norma subjektif memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,170 dan *pvalue* 0,007 yang artinya hipotesis diterima karena nilai *pvalue* <0,01. Menurut Ajzen (1991) norma subjektif ialah pengaruh sosial dan pendapat orang lain mengenai tekanan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk hidup yang memiliki akal untuk memilih perilaku mana yang akan dilakukan dengan mempertimbangkan pengetahuan yang ada. Berdasarkan teori TRA menjadi dasar variabel norma subjektif berkaitan dengan kepercayaan pihak lain yang akan mempengaruhi minat untuk menggunakan.

Berdasarkan penelitian diatas menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah. Sehingga mampu mendeskripsikan sikap dan norma subjektif dari masing – masing responden. Norma subjektif seseorang muncul dilandasi oleh sikap penilaian mereka terhadap suatu objek sehingga memberikan keyakinan dan kekuatan dalam memilih suatu objek. Pandangan mereka terhadap objek tersebut diperkuat dengan adanya keyakinan individu dan didorong oleh motivasi serta saran dari orang – orang disekitarnya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, norma subjektif memiliki keterkaitan dengan minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah. Karena responden merasa pentingnya rekomendasi dari orang terdekat untuk menggunakan bank syariah, pengaruh dari orang terdekat dan orang terdekat yang mereka hargai dalam hal ini ialah orang – orang yang sudah menggunakan bank syariah. Sehingga pengaruh dari orang terdekat juga membantu dalam meyakinkan responden untuk menggunakan bank syariah.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Royyan menunjukkan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile syariah banking*.¹⁴ Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anna juga menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat

¹⁴ Ibid.,

menggunakan jasa keuangan syariah.¹⁵ Dari pemaparan data diatas dapat disimpulkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah.



¹⁵ Anna Sardiana, "Moderating Knowledge on Planned Behaviour Theory Toward Intention of Using Islamic Financial Serviced," *Li Falah – Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 6, Nomor 1 (2020), 92.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diawal dan analisis data yang dilakukan oleh penulis, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas (X1) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan variabel religiusitas memiliki nilai *path coefficient* 0,030 dan *pvalue* 0,34 >0,01 sehingga hipotesis ditolak.
2. Literasi Keuangan Syariah (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai *path coefficient* 0,167 dan *pvalue* <0,01 sehingga hipotesis diterima.
3. Kualitas Pelayanan (X3) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *path coefficient* -0,058 dan *pvalue* 0,21 >0,01 sehingga hipotesis diterima.

4. Kepercayaan Masyarakat (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan variabel kepercayaan masyarakat memiliki nilai *path coefficient* 0,231 dan *pvalue* <0,01 sehingga hipotesis diterima.
5. Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan variabel sikap memiliki nilai *path coefficient* 0,191 dan *pvalue* <0,01 sehingga hipotesis diterima.
6. Norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mataraman menggunakan bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan variabel norma subjektif memiliki nilai *path coefficient* 0,170 dan *pvalue* <0,01 sehingga hipotesis diterima.

B. Saran dan Implikasi

1. Secara Teoritis
 - a. Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan sudah dilakukan ini sumber – sumber dan referensi yang terkait secara langsung dengan penelitian masih kurang. Maka dari itu, diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk memperbanyak sumber – sumber referensi yang lebih akurat dengan penelitian yang akan dilakukan.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya supaya mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel endogen yang lain dengan minat

menggunakan bank syariah. Hal ini dikarenakan variabel religiusitas dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank syariah serta menambah jumlah sampel yang digunakan.

2. Secara Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, bank syariah disarankan perlu adanya peningkatan pemahaman religiusitas terhadap masyarakat. Pemahaman religiusitas ini lebih kepada religiusitas muamalah jadi yang dipahami masyarakat bukan hanya religiusitas terkait ibadah saja. Selain itu pihak bank juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar masyarakat lebih tertarik lagi terhadap bank syariah.

3. Secara kebijakan

Pemerintah bisa membuat kebijakan melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang bekerja sama dengan kominfo supaya lebih aktif lagi dalam mensosialisasikan literasi keuangan syariah.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti di daerah mataraman saja. Apabila ingin meneliti minat menggunakan bank syariah diharapkan untuk meneliti di tingkat yang lebih luas seperti di tingkat provinsi maupun nasional supaya mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Dikarenakan keterbatasan waktu untuk pengambilan sampel, maka jumlah responden di setiap daerah tidak proporsional.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Danuri dan Maisaroh, Siti. *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2019.

Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.

Ghozali, Imam. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Undip, 2014

Kusumawati, Putri. And Yeni Rusyani. *Metodologi Penelitian*. Klaten: Penerbit Lakeisha, 2019.

Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2014.

Sari, Rafika. *et al.*, *Statistik Ekonomi*. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022.

Semiawan, Conny R. *Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Trygu. *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika*. Bogor: Guepedia, 2021.

Jurnal dan Skripsi

Akmal, Robby. “Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah.” (2021).

Ajzen, I. “*From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*” 12

Ajzen, I. “*The theory of planed behavior*” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. (1991).

Ajzen, I and M. Fishbein. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ. (1980).

Andini, Aprilia, and Dian Surya. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening.” *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2020, 1–21.

Anggraini, Yulia and Restu Yulia Hidayatul Umah. “Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Dalam Bertransaksi Di Perbankan Syariah.” *ANCOMS* 6, no 1 (2022) 136 – 145.

Anuraga, Gangga, Edy Sulistiyawan, and Siti Munadhiroh. “Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (Ipkm) Di Jawa Timur.” *Seminar Nasional Matematika Dan Aplikasinya*, 2017, 257.

Aziz, Nazzarudin, and Vito Shiga Hendrastyo. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang.”

Jurnal Pundi 3, no. 3 (2020): 227.
<https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>.

Bakhtiar, M. Rifki, Erawati Kartika, and Ika Listyawati. "Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri." *Al Tijarah* 6, no. 3 (2022): 156.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>.

Cahyani, Yutisa Tri, Santoso Lukman, and Tunjung Genarsih. "*Financial Technology Literacy (Fintech) in Ponorogo: Perception and Attitude.*" *ICIS* (2020).

Chintia, Dhea. "Analisis Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah." *Jurnal Ilmiah*. 2020.

Damayanti, Salsabila Putri and Norma Rosidah. "Pengaruh Media Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah." *ICO EDUSHA* 3, no 1 (2020): 103 – 113.

Faizah, Nur, dan Mahmudatus Sa'diyah. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah." *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, (2022): 253 – 266. <https://journal.unimma.ac.id>

Fitriya, Hadiyati, and Endang Ahmad Yani. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam (Studi Kasus : Stei Sebi)." *Jurnal Ekonomi Dan*

Perbankan Syariah 2, no. 1 (2020): 99–130.

<https://doi.org/10.46899/jeps.v2i1.144>.

Haida, Syamratul. “Pengaruh Pemahaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai.” *Jurnal Al – Hisbah*. Vol 1, No 2.

Herawati, Evinovita, and Sukarna. “Pengaruh Promosi Dan Religiuitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2020): 89–109.

Icek, Ajzen. “From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior.” *Action Control*, 1985, 11–39.

Ilfiti, Khoiriyah. “*The Influence Of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception Of Savings Student Interest In Sharia Banks,*” *Sharia Economic* 3, no. 2, (2021).

Janah, Nasitotul. et al., “*The Intention of Religious Leader to Use Islamic Banking Services: The Case of Indonesia,*” *Journal of Islamic Marketing*, 12, no. 9, (2020).

Juliana, Heni. “Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah Di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu,” 2021, 3.

Khasanah, Cleanita Imro’atul, Nur Huri Mustofa. “Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan Dan *Brand Image* Terhadap Minat Dan

Keputusan Nasabah Menabung.” *JIEBI: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.4, No.2, (2022): 94 – 111.

Mahgalena, Wahab dan Choirul Huda. “Factor Affecting Student Interest Of Al – Qur’an Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank.” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 3, no. 1 (2021).

Marimin, Agus, and Abdul Haris Romdhoni. 2017. “Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1 (02): 75–87.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>.

Marliana, Reny Rian. “Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0.” *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi* 16, no. 2 (2019): 174.
<https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.7851>.

Maryam, Sayeda Zeenat, *et al.*, “Factors Influencing the Community Behavioral Intention for Adoption of Islamic Banking: Evidence from Pakistan,” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Managen*, 12, no. 4, (2019).

Nasution, Hamni Fadlilah. “Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 64.

Nawal Ika Susanti, Nurul Inayah, and Nisrina Maesa Hamzah. “Pengaruh Faktor Keluarga, Religiusitas Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Konvensional (Studi Kasus

- Mahasiswa Ekonomi Syariah IAI Darussalam).” *Malia (Terakreditasi)* 11, no. 2 (2020): 221–40.
<https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2104>.
- Ningtyas, Trimurti. “Kepercayaan Masyarakat Di Badan Pertanahan Nasional II Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial* 2, no. 1 (2018): 195–211.
- Nomi, Marzia dan Md Mahiuddin Sabbir. “*Investigating the Factors of Consumers’ Purchase Intention Towards Life Insurance in Bangladesh: An Application of The Theory of Reasoned Action*,” *Asian Academy of Management Journal* 25, no 2 (2020).
- Nugraheni, Peni dan Faizah Novi Widyani. “*A Study of intention to save in Islamic banks: the perspective of Muslim students*,” *Journal of Islamic Marketing*, 12, no 8, (2020).
- Nurrohmah, Resti Fadhillah, and Radia Purbayati. “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)* 3, no. 2 (2020): 140–53.
<https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>.
- P Panca, Wayan Agung, I Nyoman Jamin Ariana, and Ni Ketut Arismayanti. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Dan Citra Hotel Melati Di Kelurahan Seminyak Kabupaten Badung Bali.” *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas* 1, no. 1 (2017): 65–72.

- Putri, Riana Pradina. ““Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol, Perilaku Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile,” *Skripsi*. Surakarta: UIN Raden Mas Said Surakarta (2023).
- Qomariah, Jamiah. “Pengaruh Efikasi Diri Dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Organisasi Pegawai Dinas Pendidikan Provinsi Papua Barat.” *Jurnal Manajemen Pendidikan* 5, no. 1 (2014): 806–15.
<https://doi.org/10.21009/jmp.v5i1.2066>.
- Rahman, Taufikur. “Analisis Determinan Minat Individu Dosen Dan Mahasiswa Terhadap Bank Syariah.” *Jurnal Muqtasid* 5, no 1 (2014), 53 – 74.
- Rahmi, Fajri. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia,” *Skripsi Aceh: UIN Ar – Raniry* (2023).
- Reni, Dewi dan Adam Jodi. ISLAMINOMICS: Journal of Islamic Economics, Business and finance. Volume 11, Nomor 2 (2021) 165 – 177.
- Resty, Nadia Nila Henda, and Anas Hidayat. “Factors Affecting Millennial Customers’ Savings Intention in Islamic Banks.” *European Journal of Business and Management Research* 6, no. 4 (2021): 116–22.
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.4.949>.
- Royyan, Ahmad. Analisis Minat Masyarakat Dalam Menggunakan *Mobile Syariah Banking Dengan Theory Of Reasoned Action.*”

- Rozikin, Achmad Zainul, and Irmadatus Sholekhah. "Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank." *Iqtishadia* 13, no. 1 (2020): 95. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i1.6489>.
- Rusdianto, Hutomo, and Chanafi Ibrahim. "Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2017): 43. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>.
- Rusydi, M. *et al.*, "Minat Menggunakan Perbankan Syariah Di Palembang: Pendekatan *Theory Of Reasoned Action*." *ECONIS: Journal of Economics and Business* 1, no 1 (2023): 22 – 34.
- Safitri, Farizka Ananda, Nur Diana, dan Harun Al – Rasyid. "Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Baruharjo, Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek)" *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal* 3, no 1 (2022): 1 – 14.
- Salim, Fajriah. *et al.*, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017 – 2018." *El-Mal:*

Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam. Vol 5, No 2, (2022): 226 – 244.

Saputri, Linda. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Electronic Banking Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2018): 1689–99.

Sardiana, Anna. “Moderating Knowledge on Planned Behaviour Theory Toward Intention of Using Islamic Financial Serviced.” *Li Falah – Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 6, no 1 (2020): 92 – 108.

Setiawan, Agus. *et al.* “The Effect of Merger of State Owned Islamic Banks on the Interest in Saving at BSI in the Solo Raya Community.” *Lisyabab Jurnal Studi Islam dan Sosial* 3, no 2 (2020): 136 – 150.

Sholihah, Seima Maratus. “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada BRI Syariah KCP Ponorogo.” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.

Sirma, Rinida Piscis Elvita. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan *Physical Evidence* Terhadap Minat Beli Pada Produk Pembiayaan Modal Usaha Di Perbankan Syariah.”

Sudaryono. “Aplikasi Analisis (*Path Analysis*) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel dalam Penelitian.” *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, Vol, 17. No, 4. (2011): 391 – 403.

Susanto, Kurniawan Ricky and Wilma Laura Sahetapy. "Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Levi's Pada Generasi Milenial Produk Levi's Pada Generasi Milenial." *AGORA* 9, no 2 (2021)

Sriwanna, Elna, Ikhwanuddin Harahap, Windari Windari, and Ali Hardana. "The Effect Of Knowledge On Voting Interest Products Pt. Mandiri Sharia Bank Padangsidimpuan (Case Study to Guru Al-Azhar Bi'ibadillah Ujung Gading District Angkola Stem)." *Journal Of Sharia Banking* 1, no. 1 (2020): 1–6.
<https://doi.org/10.24952/jsb.v1i1.4676>.

Syarifah, Nadilla. "Pengaruh *Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease Of Use Digital Banking Dan Perceived Usefulness Digital Banking* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Bekasi." *Skripsi*. Jakarta: Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (2020).

Syifa, Nabila Khasna Ratu. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal STEI Ekonomi* 20, no 20 (2020): 2.

Taluke, Dryon. *et al.*, "Analisis Preferensi Masyarakat Dalam pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat." *Jurnal Spasial* 6, no 2 (2019): 537.

Triuspitorini, Fifi Afiyanti. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Masharif Al-*

Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah 4, no. 2 (2019): 54–69.

Ulfa, Rafika. “Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan,” *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, (2021): 344.

Wijoyo, Hadion, Wiara Sanchia Grafita Ryana Devi, Aris Ariyanto, and Denok Sunarsi. “The Role of Regular Tax Functions in the Pandemic Period Covid-19 at Pekanbaru.” *TIN: Terapan Informatika Nusantara* 1, no. 10 (2021): 509–12.

Wulandari, Sinta. “Pengaruh Sikap Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Mengambil Pembiayaan Di Bank Syariah Kota Palopo.” *Skripsi*. Palopo: IAIN Palopo (2022).

Zakiyah, Wahab Abdul. “Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Attitude, Lokasi dan Religiositas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sirap Juai Kab. Balangan.” (2016). 124–44. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

Zia, Nadira Khalida. “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Perilaku Menggunakan Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Kediri.” *Skripsi*.

Zulas, Khairani Rizka, Nilam Sari, and T.Syifa Fadrizha Nanda. “Pengaruh Religiositas Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Kota Banda Aceh.” *Jihbiz*:

Global Journal of Islamic Banking and Finance. 3, no. 1 (2021): 1.

<https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9629>.

Website

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/18/sebanyak-97-
penduduk-jawa-timur-beragama-islam-pada-juni-2021](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/18/sebanyak-97-penduduk-jawa-timur-beragama-islam-pada-juni-2021) (diakses

pada 23 Januari 2023 jam 21:43)

<https://ditpdpontren.kemenag.go.id/pdpp/statistik?id=35> (diakses pada
tanggal 18 desember 2022 jam 10:21)

<https://jatim.bps.go.id/indicator/26/36/1/ipm.html> (diakses pada tanggal 17
Desember 2022, jam 14:37)

[https://kemenag.go.id/read/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-
balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-xmo8a](https://kemenag.go.id/read/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-xmo8a) (diakses
pada 20 Januari 2023 jam 16:08)

<https://www.cimbniaga.co.id> (diakses pada tanggal 20 November 2022 jam
13.21)

<https://www.ojk.go.id> (diakses pada tanggal 20 November 2022 jam 13.48)

<https://www.bps.go.id/subject/26/index-pembangunan-manusia.html>
(diakses pada tanggal 26 Januari 2023, jam 12:27).

Wawancara

Afna Hafidzah. *Wawancara*, 10 November 2022

Rifqi Alfinnur Charisma. *Wawancara*, 10 November 2022

