



RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN PENGARUHNYA PADA MINAT MAHASISWA UNTUK MENABUNG DI BANK SYARIAH

Lely Ana Ferawati Ekaningsih¹, Nurul Inayah², Muhaimin³

^{1,2}Prodi Ekonomi Syariah

³Prodi Perbankan Syariah

Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi

Post-el: lelyanaferawatiekaningsih@uimsya.ac.id¹

nurul.inayah@uimsya.ac.id²

ahmadmuhaimin417@gmail.com³

Abstrak	Info Artikel
<p>Penelitian bertujuan untuk menganalisis apakah: 1) religiusitas (X1) berpengaruh terhadap minat (Y) mahasiswa untuk menabung di bank syariah, 2) pengetahuan (X2) berpengaruh terhadap minat (Y) mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Menganalisis religiusitas (X1) dan pengetahuan konsumen (X2) berpengaruh secara simultan terhadap minat (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk menabung di bank syariah. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang diperkuat dengan penelitian kualitatif. Penentuan sampel penelitian menggunakan teknik Non probability Sampling dengan jenis Sampling Purposive dengan jumlah responden 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda. Kesimpulan penelitian 1) religiusitas mahasiswa merupakan variabel yang mempengaruhi mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah, karena seseorang yang memiliki sikap religius akan menerapkan nilai-nilai keagamaan di dalam kehidupan sehari-harinya, serta tidak berorientasi pada keuntungan semata namun juga berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan; 2) pengetahuan konsumen merupakan variabel yang mempengaruhi mahasiswa menabung di Bank Syariah, karena dengan pengetahuan mahasiswa mengetahui fungsi dan kelebihan menjadi bagian dari nasabah bank syariah, 3) religiusitas (X1) dan pengetahuan konsumen (X2) merupakan variabel yang dominan terhadap minat (Y) mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah, dengan dasar agama atau religiusitas yang tertanam dalam kepribadian mahasiswa ditambah dengan pengetahuan tentang produk-produk yang ditawarkan.</p>	<p>Diajukan: 21-2-2024 Diterima: 26-4-2024 Diterbitkan : 25-05-2024</p> <p>Kata kunci: Minat Menabung, Pengetahuan, Religiusitas.</p> <p>Keywords: Interest in Saving. Knowledge, Religiosity.</p>
<p>Abstract</p> <p>The research aims to analyze whether: 1) religiosity (X1) influences students' interest (Y) in saving in sharia banks, 2) knowledge (X2) influences students' interest (Y) in saving in sharia banks. Analyzing religiosity (X1) and consumer knowledge (X2) simultaneously influence the interest (Y) of students at the Faculty of Economics and Islamic Business to save at sharia banks. The determination of the research sample used the Non probability Sampling technique with the type of Purposive Sampling with a total of 30 students of the Faculty of Islamic Economics and Business as respondents. Data analysis using Multiple Linear Regression. Research conclusions 1) student religiosity is a variable that influences students to save in Islamic banks, because someone who has a religious attitude will apply religious values in his daily life, and is not profit-oriented only but also other goal-oriented, namely blessing; 2) consumer knowledge is a variable that influences students saving at Islamic</p>	

banks, because with knowledge students know the functions and advantages of being part of Islamic bank customers, 3) religiosity (X1) and consumer knowledge (X2) are the dominant variables on interest (Y) students to save in Islamic Banks, based on religion or religiosity embedded in the student's personality coupled with knowledge of the products offered.

Cara mensitasi artikel:

Ekaningsih, L.A.F., Inayah, N., & Muhaimin, M. (2024). Religiusitas dan Pengetahuan Pengaruhnya Pada Minat Mahasiswa Untuk Menabung Di Bank Syariah. *IJEN: Indonesian Journal of Economy and Education Economy*, 2(2), 294-304. <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJEN>

PENDAHULUAN

Minat menurut Sumardi Suryabrata dalam Gunawan, dkk (2018:5) merupakan suatu ketertarikan dan rasa suka terhadap sesuatu atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat diartikan sebagai penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang di luar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya. Minat menabung merupakan pernyataan mental dari nasabah yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk atau jasa tertentu. Minat menabung mejadi bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomi. Menabung sangat dianjurkan dalam ajaran agama Islam, seperti perintah Allah swt. yang terdapat pada QS. An-Nisa ayat 9 yaitu:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَةً ضَعِيفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: *“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”* (Departemen Agama RI, 2009:120).

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita diperintahkan untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman dan taqwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu perencanaan adalah menabung atau berinvestasi (Antonio, 2001:153).

Menabung di bank syariah menjadi solusi terbaik terutama bagi umat Muslim yang ingin menjalankan syariat yang telah diajarkan oleh agamanya dengan tidak menggunakan bunga dalam bertransaksi. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama (Jalaluddin, 2010:257). Menabung merupakan sesuatu yang sangat dianjurkan oleh Islam, menabung menjadi investasi tersendiri yang berguna untuk persiapan jika sewaktu-waktu terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. Program menabung memiliki dua tujuan tersendiri, adakalanya tujuan mikro dan makro (Antonio, 2001:153).

Religiusitas merupakan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh

pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam. Keberagamaan atau religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang (Sahlan, 2011:41). Dasar religius adalah dasar yang diturunkan dari ajaran agama. Dengan dasar ini maka semua kegiatan menjadi bermakna. Sejalan dengan hal ini Allah SWT berfirman dalam QS. Al Isra ayat 36.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ
كَانَ عَنْهُ مَسْفُورًا ﴿٣٦﴾

Artinya: “*dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban*” (Departemen Agama RI, 2009:479).

Pengetahuan seseorang terhadap bank syariah berkaitan erat dengan timbulnya minat untuk menabung. Pengetahuan ini mencakup semua informasi mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen ini dapat diperoleh dari informasi melalui media seperti iklan, televisi, radio, pengalaman dan lain sebagainya. Pengetahuan mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihan. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dengan adanya informasi berbagai produk serta kemudahan yang diberikan pada masyarakat diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memutuskan menabung (Sumarwan, 2014:127).

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Fajar Mujaddid, Pandu Tezar Adi Nugroho (2019) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X_1), reputasi (X_2), lingkungan (X_3), dan religiusitas (X_4) dapat menjelaskan variabel minat menabung (Y) sebesar 51,9 persen. Dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel Reputasi dan variabel Religiusitas memiliki signifikansi 0,019 dan 0,000 yang berarti variabel reputasi dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung pelajar di bank syariah. Rakriyan Yuda Mukti, Andri Octaviani (2019) hasil penelitiannya menunjukan bahwa variabel pelayanan (X_1), religiusitas (X_2), dan tingkat pendapatan (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y) di BRI Syariah Karanganyar.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah: 1) religiusitas (X_1) berpengaruh terhadap minat (Y) mahasiswa untuk menabung di bank syariah, 2) pengetahuan (X_2) berpengaruh terhadap minat (Y) mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Menganalisis religiusitas (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap minat (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk menabung di bank syariah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2017:14). Dalam penelitian ini akan menguji pengaruh religiusitas dan pengetahuan konsumen terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi yang bertempat di Dusun Blokagung RT.02/RW.04 Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Sumber data sekunder pada penelitian ini dari dokumen, penelitian terdahulu. Sumber data primer dari hasil kuisisioner dan wawancara.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri subjek atau objek yang mempunyai karakteristik tertentu dan kualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Prodi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah) di Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi. Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut yang digunakan untuk penelitian. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018:138). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi yang memiliki rekening tabungan di bank syariah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara, Kuisisioner (angket), Dokumentasi. Pengumpulan data penelitian ini dengan studi kepustakaan melalui buku-buku atau bacaan-bacaan lain mengenai religiusitas, pengetahuan konsumen, dan minat menabung, mulai dari pengertian sampai landasan ayat Al-Qur'an. Selanjutnya mengumpulkan data-data yang dibutuhkan baik dari jurnal, populasi dan sampel penelitian yang didapat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi.

Uji Instrumen yang digunakan Uji Validitas, Reliabilitas. Menggunakan juga uji Normalitas Data untuk memastikan data berdistribusi Normal, selanjutnya dianalisis menggunakan Regresi Linier Berganda. Persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut (Ghazali. 2016): $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \epsilon$

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana diantara variabel independen yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu religiusitas (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) terhadap minat (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi untuk menabung di Bank Syariah. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

Tabel 1 Variabel Penelitian

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1	Religiusitas (X ₁)	Religiusitas adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendakinya (larangannya).	1. Dimensi Iman 2. Dimensi Islam 3. Dimensi Ihsan 4. Dimensi Ilmu 5. Dimensi Amal	Likert
2	Pengetahuan Konsumen (X ₂)	Pengetahuan Konsumen adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan serta melekat dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli (Inayah, 2017:197).	1. Karakteristik Produk 2. Manfaat Praduk 3. Kepuasan 4. Konsep Dasar Bank Syariah	Likert
3	Minat Menabung(Y)	Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan.	1. Perhatian 2. Tertarik 3. Hasrat 4. Tindakan	Likert

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSAYA) adalah sebuah perguruan tinggi swasta dibawah naungan Yayasan Darussalam Blokagung Banyuwangi yang berlokasi di Blokagung Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur. Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi, merupakan pengembangan dari Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam (STAIDA) Blokagung Banyuwangi dan Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi. Saat ini memiliki 3 Fakultas dan 10 Program Studi Sarjana-S1, serta memiliki 1 Program Studi Magister-S2.

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) memiliki 2 Prodi yakni Prodi S1 Ekonomi Syariah dan Prodi S1 Perbankan Syariah yang memiliki rekening tabungan di Perbankan Syariah. Berdasarkan kriteria penarikan sampel, maka yang memenuhi kriteria sampel di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu sebesar 30 orang kemudian kuesioner disebar kepada mahasiswa yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Uji Instrumen penelitian yang menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa instrument menunjukan Valid dan reliabel. Selanjutnya Uji Normalitas Data menggunakan *Kolmogrov smirnov* dengan ketentuan normal jika nilai signifikan > 0,05. Dari uji *statistic kolmogorov-smirnov residual*, diketahui bahwa Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 (2-tailed 0,200 > 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dari ketiga variabel penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal, untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		30
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3,27284084
Most Extreme	Absolute	,113
Differences	Positive	,113
	Negative	-,081
Test Statistic		,113
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer diolah, 2023.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen sebuah penelitian. Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda menggunakan satu cara yaitu menggunakan *software* SPSS. Adapun penyelesaian regresi linier berganda penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Analisis Regresi Secara Parsial (t test)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen yaitu religiusitas (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen yaitu minat (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis I, slam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSIA) dalam menabung di Bank Syariah. Signifikan atau tidaknya suatu variabel penelitian dapat dilihat dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37,206	8,528		4,363	,000
	Religiusitas (X_1)	,206	,060	,509	3,436	,002
	Pengetahuan Konsumen (X_2)	,291	,128	,337	2,275	,031

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Primer diolah SPSS. 2023.

Berdasarkan tabel *coefficient* di atas, diperoleh Model Regresi yaitu sebagai berikut: $Y = 37,206 + 0,206 X_1 + 0,291 X_2$.

- a. Konstanta sebesar 37,206 menyatakan bahwa jika tidak ada skor religiusitas (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) maka nilai minat menabung (Y) adalah 37,206.
- b. Koefisien regresi 0.206 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 skor religiusitas akan menambah nilai religiusitas sebesar 0,206 atau 2,06%.
- c. Koefisien regresi 0.291 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 skor pengetahuan konsumen akan menambah nilai pengetahuan konsumen sebesar

0,291 atau 2,91%.

Hipotesis:

- a. Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSYA) untuk menabung di Bank Syariah. Diperoleh t -hitung = 3,436 dan t -tabel = 2,048, maka t -hitung > t -tabel (3,436 > 2,048). Dari hasil ini dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap religiusitas yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah diaplikasikan dengan baik dalam kegiatan ekonomidan muamalah pada kehidupan sehari-hari. Hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSYA) yakni mengatakan bahwa religiusitas (agama) memiliki aturan yang mengikat di mana aturan-aturan tersebut akan membawa seseorang kepada keselamatan. Seseorang yang memiliki sikap religiusitas selalu berhati-hati dalam menentukan segala sesuatu yang tidak akan mungkin terlepas dengan aturan agamanya. Menabung adalah salah satu kegiatan muamalah yang dianjurkan agama Islam, namun yang menjadi pokok permasalahan bukan menabung, tapi di mana objek yang digunakan untuk menabung. Dan bank syariah merupakan objek atau lembaga keuangan yang sudah mendapatkan lisensi halal. Maka seseorang yang menjalankan apa yang diperintahkan Allah SWT dan menjauhi apa yang dilarangnya, mereka akan memilih bertransaksi di perbankan agar terhindar dari riba, *gharar*, *maysir* dan juga menjadi nasabah tabungan. Hal tersebut yang kemudian menjadi variabel pendorong untuk menumbuhkan minat menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mukti dan Octaviani (2019), yaitu religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di BRI Syariah Karanganyar. Penelitian yang dilakukan oleh Mujaddid dan Nugroho (2019) bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah. Hal ini menguatkan teori bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.
- b. Hipotesis kedua penelitian ini adalah pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSYA) untuk menabung di Bank Syariah. Diperoleh t -hitung = 2,275 dan t -tabel = 2,048, maka t -hitung > t -tabel (2,275 > 2,048). Dari hasil ini dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak (Muhid, 2012:143). Pengetahuan konsumen merupakan suatu informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa serta pengetahuan yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sumarwan, 2014:147). Pada dasarnya pengetahuan mempunyai kemampuan prediktif/ perkiraan terhadap sesuatu sebagai hasil dari pengenalan suatu bentuk/ pola. Data dan Informasi terkadang dapat membingungkan seseorang, maka pengetahuanlah yang mengarahkan tindakan (Rosyid dan Saidiah, 2016:40). Wawancara dengan salah

satu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSYA) yang menjadi nasabah tabungan bank syariah memberikan keterangan bahwa pengetahuan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang produk-produk bank syariah memang sudah sewajarnya mendorong minat mereka untuk berkontribusi menjadi umat yang menjalankan perintah agamanya melalui jalan menabung. Hampir setiap hari mahasiswa di kampus diajarkan tentang akad-akad syariah yang ada dalam dunia perbankan, mahasiswa sudah mengetahui apa saja keuntungan yang didapatkan jika memilih menabung di bank syariah. Selain mendapatkan keuntungan yang adil dalam bentuk materil, nasabah bank syariah juga mendapatkan keberkahan khusus yang tidak mungkin didapatkan oleh nasabah tabungan pada bank konvensional, menambahkan bahwa segala sesuatu harus dimulai dengan pengetahuan agar terarah dan sampai kepada maksud dan tujuan yang hendak diambil, pengetahuan akan membawa seseorang kepada apa dan siapa yang dituju. Seseorang yang ingin menabung seharusnya tahu kriteria tabungan di bank syariah sehingga bisa mendapatkan apa yang dikehendaki. Maka dari itu pengetahuan yang kemudian menjadi salah satu indikator yang memicu tumbuhnya minat pada diri seorang nasabah.

Secara umum pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah sangat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap produk yang ditawarkan, sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah serta produk-produk yang ada di dalamnya maka akan memacu minat menjadi nasabah. Sebaliknya jika pengetahuan masyarakat terbatas terhadap perbankan syariah mengakibatkan persepsi yang kurang baik terhadap perbankan tersebut (Rosyid dan Saidiah, 2016:42). Dengan demikian, pengetahuan konsumen mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSYA) tentang bank syariah dan produk-produk yang ada di dalamnya memicu mereka untuk menjadi nasabah tabungan, karena semakin besar pengetahuan mereka terhadap bank syariah semakin besar minat untuk menabung. Uraian di atas diperkuat dengan hasil dalam penelitian ini.

2. Uji Analisis Regresi Secara Simultan (F test)

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis mengenai variabel religiusitas (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSYA) untuk menabung di Bank Syariah. Jika nilai sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas dan pengetahuan konsumen secara simultan atau bersama-sama memiliki nilai yang signifikan. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	342,034	2	171,017	14,865	,000 ^b
Residual	310,633	27	11,505		
Total	652,667	29			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Konsumen, Religiusitas

Sumber: Data Primer diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4 di atas diketahui bahwa hasil nilai F_{hitung} sebesar 14,865 dengan besar nilai F_{tabel} sebesar 3,35. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain bahwa variabel religiusitas (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap minat (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSYA) untuk menabung di Bank Syariah.

Wawancara bersama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSYA) memberikan keterangan yang hampir sama. Keduanya memberikan jawaban dari wawancara bahwa seseorang yang memiliki religiusitas tinggi serta pengetahuan yang luas tentang bank syariah secara garis besar akan mempengaruhi minat untuk menabung. Indikator yang membuat minat menabung semakin kuat karena adanya anjuran menabung dalam agama Islam, dan menabung yang paling tepat yaitu menabung di bank syariah di mana setiap akad-akad yang ditawarkan telah melalui proses pemeriksaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) sehingga label kehalalannya terjamin.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji R^2 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,724 ^a	,524	,489	3,39189

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Konsumen, Religiusitas

Sumber: Data Primer diolah, 2023.

Dari tabel 5 di atas Adjusted R Square sebesar 0,489 yang berarti bahwa pengaruh yang diberikan antara variabel religiusitas (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) terhadap minat (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSYA) untuk menabung di Bank Syariah sebesar 48,9%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel religiusitas (X_1) terhadap variabel

minat (Y) mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap religiusitas yang dimiliki oleh setiap mahasiswa sangat berpengaruh terhadap minat untuk menabung, karena seseorang yang memiliki sikap religius akan menerapkan nilai-nilai keagamaan di dalam kehidupan sehari-harinya seperti memilih menabung di bank syariah yang memiliki produk tabungan yang sudah sesuai dengan syariat Islam dibandingkan dengan produk tabungan di bank konvensional yang belum terjamin kehalalannya. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSAYA) tidak berorientasi pada keuntungan semata namun juga berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan.

2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan konsumen (X_2) terhadap variabel minat (Y) mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSAYA) tentang berbagai jenis produk tabungan di bank syariah mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah yang ada di Indonesia. Karena dengan pengetahuan konsumen itu mahasiswa mengetahui fungsi, kelebihan serta keuntungan yang akan didapatkan ketika menabung dan menjadi bagian dari nasabah bank syariah tersebut.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel religiusitas (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) terhadap variabel minat (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSAYA) untuk menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X_1) memiliki peran penting dalam memilih dan menentukan produk tabungan di bank yang sesuai dengan syariat Islam, dan variabel pengetahuan konsumen (X_2) yang dimiliki oleh mahasiswa tentang produk tabungan di bank syariah terbilang luas sehingga mendukung dan mendorong minat mahasiswa untuk menabung sesuai perintah agama Islam. Religiusitas (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat menabung (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSAYA) di Bank Syariah, karena sikap religiusitas dan pengetahuan konsumen yang merupakan dua instrumen yang membuat mahasiswa memiliki minat menabung di bank syariah, keduanya saling berkaitan. Dengan dasar agama atau religiusitas yang tertanam dalam kepribadian mahasiswa ditambah dengan pengetahuan tentang produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah membuat mereka semakin berpeluang untuk tertarik menabung di perbankan syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, kesimpulan di atas, maka diajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, adapun saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Sampel pada penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan mahasiswa seluruh Program Studi yang ada di Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi (UIMSAYA) sehingga dapat mewakili keadaan mahasiswa secara keseluruhan.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang berkaitan dengan minat menabung agar memperoleh informasi yang lebih lengkap

tentang apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung selain dari dua variabel yang sudah dipaparkan dan dijelaskan dalam penelitian ini, serta menambah variabel lain seperti variabel intervening, variabel moderator maupun variabel kontrol.

DAFTAR RUJUKAN

- Antonio, Muhamad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Jakarta:Gema Insani.
- Departemen Agama RI. (2009). *Al-Qur'an dan Tafsirnya*. Jakarta:Lembaga Percetakan Al-Qur'an Departemen Agama
- Ghazali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS* Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Inayah, Nurul. Sudiarti, Sri. (2017). Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di PT. BPRS Puduarta Insani). *At-Tawassuth*. Vol. 2. No. 1
- Jalaluddin. (2016). *Psikologi Agama: Memahami Perilaku dengan Mengaplikasikan Prinsip-prinsip Psikologi*. Revisi 2016. Jakarta:Raja Grafindo Persada
- Muhid, Abdul. (2012). *Analisis Statistik: 5 Langkah Praktis Analisis Statistik Dengan SPSS for Windows*. Sidoarjo:Zifatama Publishing
- Mujaddid, Fajar. Nugroho, Pandu, TA. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*. Volume 10, Nomor 1, Mei
- Mukti, Rakrian, Yuda dan Octaviani, Andri. (2019). Pengaruh Pelayanan, Religiusitas, Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung 2019 (Studi Kasus Bank Bri Syariah Cabang Palur Karanganyar). *Advance:Jurnal Akuntansi*. VOL 6, NO 1, Juli. ISSN : 2337-5221.
- Rosyid, Maskur. Saidiah, Halimatu. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru. *Islamonomic*. Vol. 7 No. 2, Agustus
- Sahlan, Asmaun. (2011). *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. Malang:UIN Maliki Press
- Sugiyono. (2017). *Statistik Penelitian*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung:Alfabeta
- Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor:Ghalia Indonesia.