

**PENGARUH PROMOSI PENGETAHUAN EDUKASI KUALITAS
PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT SANTRI
DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Attholibiyah Bumijawa Tegal)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :
ABDU SYUKUR
NIM. 2017202230

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abdu Syukur
NIM : 2017202230
Jejang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Keuangan dan Ekonomi Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Dalam Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Attholibiyah Bumijawa Tegal)

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

Purwokerto, 22 Januari 2025

Saya yang menyatakan,



Abdu Syukur

NIM. 2017202230



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

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

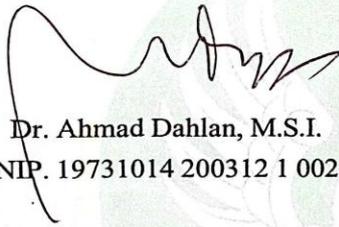
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

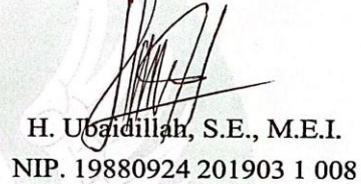
**PENGARUH PROMOSI PENGETAHUAN EDUKASI KUALITAS PELAYANAN
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT SANTRI DALAM MENABUNG DI
BANK SYARIAH (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Attholibiyah Bumijawa
Tegal)**

Yang disusun oleh Saudara **Abdu Syukur NIM 2017202230** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin, 17 Februari 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

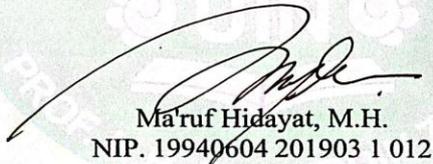
Ketua Sidang/Penguji


Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I.
NIP. 19731014 200312 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji


H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.
NIP. 19880924 201903 1 008

Pembimbing/Penguji

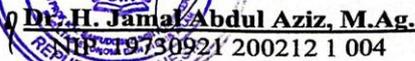

Ma'ruf Hidayat, M.H.
NIP. 19940604 201903 1 012

Purwokerto, 20 Februari 2025

Mengesahkan

Dekan,




Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Abdu Syukur NIM 2017202230 yang berjudul:

Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Dalam Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Attholibiyah Bumijawa Tegal)

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 22 Januari 2025
Pembimbing,



Ma'ruf Hidayat M.H
NIP. 199406042019031012

MOTTO

“Tidak akan ada yang menuai kecuali apa yang mereka tabur QS Al-An’am : 164”



**PENGARUH PROMOSI PENGETAHUAN EDUKASI KUALITAS
PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT SANTRI
DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Attholibiyah Bumijawa Tegal)**

**Abdu Syukur
2017202230**

Email : abduyukurhihahihi@gmail.com

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

ABSTRAK

Bank syariah merupakan lembaga keuangan di sektor perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam dan berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah. Studi kasus dilakukan pada santri pondok pesantren Attholibiyah, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal. Penelitian ini dilatar belakangi oleh rendahnya tingkat partisipasi santri dalam menabung di bank syariah, meskipun bank syariah telah melakukan berbagai upaya promosi dan pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 210 santri sebagai responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas, sedangkan variabel dependen adalah minat santri dalam menabung di bank syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah. Secara parsial, variabel pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Namun, variabel promosi menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa promosi yang dilakukan oleh bank syariah kurang efektif dan tidak tepat sasaran dalam menarik minat santri untuk menabung.

Kata Kunci: Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas Pelayanan Religiusitas, Minat Menabung, Bank Syariah

**THE EFFECTS OF PROMOTION OF KNOWLEDGE OF
EDUCATION OF SERVICE QUALITY AND RELIGIOSITY ON
STUDENTS INTEREST IN SAVING IN SYARIAH BANKS
(Case Study Of Students of Attholibiyah Bumijawa Tegal Islamic Boarding
School)**

ABDU SYUKUR
2017202230

Email : abduyukurhahahi@gmail.com

Study Program of Islamic Banking Islamic Economic and Business Faculty State
Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Sharia banks is are financial institutions in the banking sector that operate based on Islamic sharia principles and function as collectors and distributors of funds for the community. This research aims to analyze the influence of promotion, knowledge, education, service quality and religiosity on students' interest in saving at Islamic banks. The case study was conducted on students at the Attholibiyah Islamic boarding school, Bumijawa District, Tegal Regency. This research is motivated by the low level of student participation in saving at sharia banks, even though sharia banks have made various promotional efforts and services that are in accordance with sharia principles.

The research method used is quantitative with a survey approach. Data was collected through questionnaires distributed to 210 students as respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression tests to determine the effect of each independent variable on the dependent variable. The independent variables in this research consist of promotion, knowledge, education, service quality and religiosity, while the dependent variable is students' interest in saving at sharia banks.

The research results show that simultaneously, promotion, knowledge, education, service quality and religiosity have a significant influence on students' interest in saving at Islamic banks. Partially, the variables knowledge, education, service quality and religiosity have a positive and significant effect on interest in saving. However, the promotion variable shows a significant negative effect. This indicates that the promotions carried out by Islamic banks are less effective and not on target in attracting students' interest in saving.

Keywords: Promotion, Knowledge, Education, Service Quality, Religiosity, Interest in Saving, Islamic Banks

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai pada penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1978 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	as	S	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	h	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Rr
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	S	es (dengan garis di bawah)
ض	dad	D	de (dengan garis di bawah)
ط	ta	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	za	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	'el

م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta' marbutah di akhir kata bila mati dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الاولياء	ditulis	<i>Karmah al-auliya'</i>
----------------	---------	--------------------------

b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan rakaat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vocal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u

5. Vocal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya'mati	ditulis	a

	تنس	ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	<i>furūḍ</i>

6. Vocal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainaku m
2.	Fathah + wawumati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لأئن شكرتم	Ditulis	<i>la'insyakartu m</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila diikuti huruf syamsiyah diikuti dengan menggunakan harus syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l (el)*-nya

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al- furūḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as- Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, selesai sudah tanggung jawab saya dalam penyelesaian tugas akhir skripsi. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada nabiyullah nabi agung

Muhammad SAW, para sahabat dan tabi'in yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi seluruh umat dan semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan semoga mendapatkan syafa'atnya di hari penantian.

Dengan mengangkat penelitian berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, Edukasi dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Dalam Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Attholibiyah Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal)”, saya sadar betul dengan segala keterbatasan pengetahuan kiranya skripsi ini jauh dari kesempurnaan sehingga tanpa bantuan, arahan, serta dukungan penuh dari berbagai pihak maka akan sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kebesaran hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag. Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M. Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si. Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Ma'ruf Hidayat, M.H., Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan,

masukannya, motivasi serta kesabarannya sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan. Semoga selalu diberikan perlindungan oleh Allah SWT.

8. Segenap keluarga besar pengasuh dan santri Pondok Pesantren Attholibiyah Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal yang telah
9. Bapak Jumarno dan Ibu Naimah, selaku ayah dan ibu peneliti, Maulina Cahayati, Khaerulloh dan Umi Farikhati Muafiq sebagai saudara peneliti, yang telah menjadi support sistem terbaik bagi peneliti.
10. Ustadz Muhammad Riyadu Solihin dan Ustadz Muhammad Azkiya, selaku pengurus, yang telah berkontribusi dalam pengumpulan data penelitian, peneliti mengucapkan banyak terimakasih, semoga kebaikannya diganti kebaikan lain dari Allah SWT.
11. Segenap keluarga besar Perbankan Syariah E angkatan 20
12. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

Akhirnya peneliti mengucapkan syukur yang tiada terhingga kepada Allah SWT, atas segala campur tangan-Nya, selesai sudah penulisan skripsi ini. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat terbuka lebar, karena sangat disadari skripsi ini masih terdapat banyak salah dan kurang. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti dan siapa yang membutuhkan.

Purwokerto, 22 Januari 2025

Abdu Syukur
NIM. 2017202230

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka	8
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	16
1. Theory of Planned Behavior (TPB)	16
2. AIDA Model (Attention, Interest, Desire, Action)	17
3. Promosi	19
4. Pengetahuan	20
5. Edukasi	23
6. Kualitas Pelayanan	24
7. Religiusitas	26
8. Minat Santri	28
9. Bank Syariah	30
10. Pondok Pesantren	34
B. Landasan Teologis	36
C. Kerangka Berpikir	39
D. Hipotesis Penelitian	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	43
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
1. Lokasi Penelitian.....	43
2. Waktu Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	44
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	45
1. Subjek Penelitian.....	45
2. Objek Penelitian.....	45
E. Variabel dan Indikator Penelitian.....	45
1. Variabel.....	45
2. Indikator Penelitian.....	46
F. Sumber Data.....	47
1. Data Primer.....	47
2. Data Sekunder.....	47
G. Teknik Pengumpulan Data.....	48
1. Kuisisioner/Angket.....	48
2. Observasi.....	48
3. <i>Literatur Review</i> (Studi Kepustakaan).....	49
H. Teknik Analisis Data Penelitian.....	49
1. Uji Instrumen Penelitian.....	49
2. Uji Asumsi Klasik.....	51
3. Uji Regresi.....	52
4. Uji Hipotesis.....	53

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Attholibiyah.....	57
B. Karakteristik Responden Penelitian.....	59
C. Uji Instrumen.....	61
D. Uji Asumsi Klasik.....	63
E. Uji Regresi.....	67
F. Uji Hipotesis.....	69
G. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	72

BAB V PENUTUP

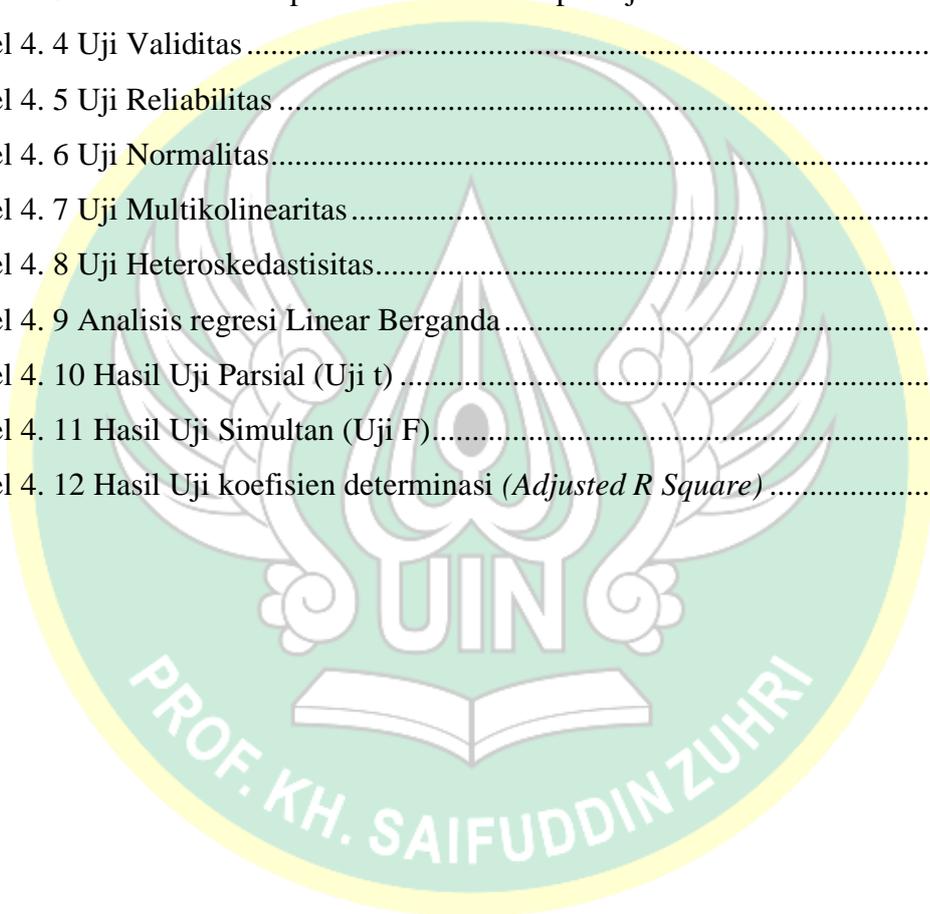
A. Kesimpulan.....82
B. Saran.....83

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kajian Pustaka.....	9
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian.....	46
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	48
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	60
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	60
Tabel 4. 4 Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4. 6 Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 7 Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	66
Tabel 4. 9 Analisis regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji <i>t</i>).....	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji <i>F</i>).....	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji koefisien determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	17
Gambar 2.2 Kerangka konseptual	40
Gambar 4.3 Kurva Normal P-Plot.....	64
Gambar 4.4 Hasil Scatterplot	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	
Lampiran 2 Data Penelitian.....	
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Variabel Promosi (X1)	
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Variabel Pengetahuan (X2)	
Lampiran 5 Hasil Tabulasi Variabel Edukasi (X3).....	
Lampiran 6 Hasil Tabulasi Variabel Kualitas Pelayanan (X4).....	
Lampiran 7 Hasil Tabulasi Variabel Religiusitas (X5).....	
Lampiran 8 Hasil Tabulasi Variabel Minat (Y)	
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X1.....	
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X2.....	
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X3.....	
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X4.....	
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X5.....	
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Y.....	
Lampiran 15 Hasil Uji Normalitas.....	
Lampiran 16 Hasil Uji Kurva Normal P-Plot	
Lampiran 17 Hasil Uji Multikolinearitas	
Lampiran 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	
Lampiran 19 Hasil Uji Scatterplot	
Lampiran 20 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	
Lampiran 21 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	
Lampiran 22 Hasil Uji Hipotesis (Uji F).....	
Lampiran 23 Hasil Uji Hipotesis (Uji Koefisien Determinasi).....	
Lampiran 24 r tabel, t tabel dan f tabel	
Lampiran 25 Distribusi Kuesioner	
Lampiran 26 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.....	
Lampiran 27 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif	
Lampiran 28 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab	
Lampiran 29 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris	

Lampiran 30 Sertifikat Ujian BTA PPI.....
Lampiran 31 Sertifikat KKN.....
Lampiran 32 Sertifikat PPL
Lampiran 33 Sertifikat PBM.....



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan di sektor perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Prinsip-prinsip ini mengatur segala aspek aktivitas perbankan, termasuk penghindaran riba (bunga). Bank syariah yang sesuai dengan namanya adalah bank yang didasarkan kepada ajaran-ajaran agama Islam (syariah) yang merupakan implementasi dari aturan-aturan fikih dalam bermuamalah (Hakim, 2021). Menurut (Masruron & Safitri, 2021) bank syariah atau yang di sebut juga dengan bank bebas bunga adalah bank yang oprasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW atau dengan kata lain bank syariah adalah bank yang kegiatan utamanya memberikan pembiayaan dan jasa lainnya dalam lalu lintas pembiayaan dan jasa keuangan, peredaran uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam.

Bank Syariah Indoesia (BSI) merupakan bank hasil marger antara tiga bank syariah di Indonesia, yaitu PT. Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT BNI Syariah. Mulai tanggal 1 Februari 2021 atau 19 jumaidil Akhir 1442 H ditandai dengan diresmikannya Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ketiga bank ini sebagai bagian upaya dan komitmen pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional yang juga secara jangka panjang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia (Hidayat & Humeriatunnisa, 2023).

Menurut (Tuzuhro *et al.*, 2023) perkembangan perbankan syariah selama sepuluh tahun terakhir mencerminkan nilai positif dan signifikan. Pemerintah dan regulator telah berperan krusial dan inisiatif strategis seperti Masterplan Perbankan Syariah 2016-2020, yang memberikan landasan regulasi dan fokus dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Pertumbuhan pesat terutama didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap inkluisitas keuangan.

Fenomena pertumbuhan bank syariah di Indonesia perlu kita apresiasi bersama. Berbagai upaya yang harus dilakukan perbankan untuk meningkatkan dan mengembangkan bank syariah itu sendiri adalah dengan meningkatkan strategi kualitas dan promosi, kemudian meningkatkan kerjasama dengan lembaga atau organisasi Islam khususnya pondok pesantren untuk memberdayakan ekonomi syariah (Mardiana *et al.*, 2021).

Pondok pesantren itu sendiri merupakan salah satu lembaga pendidikan berbasis Islam yang ada di Indonesia yang didalamnya mengajarkan berbagai macam pelajaran keagamaan mengenai Islam dan sebagai salah satu lembaga yang banyak berperan dalam pendidikan moral dan akhlak yang mulia bagi para santri di dalamnya. Pertumbuhan pesat perbankan syariah sebagai bagian dari industri keuangan global telah menciptakan kesadaran yang semakin besar akan produk dan layanan keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Hal ini memunculkan minat yang lebih besar dari berbagai segmen masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Namun, meskipun potensinya besar di segmen masyarakat muslim, tingkat minat menabung di bank syariah dikalangan santri masih cukup rendah. Hal ini perlu menunjukkan perlunya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat santri dalam memilih bank syariah sebagai alternatif bagi santri yang ingin menabung dan tetap mematuhi ketentuan syariah. Beberapa faktor yang diperkirakan dapat mempengaruhi minat santri menabung di bank syariah adalah promosi, kualitas pelayanan, pengetahuan tentang keuangan syariah, edukasi yang diberikan oleh pesantren, serta tingkat nilai-nilai religius santri (Fitri & Ondeng, 2022).

Promosi menjadi salah satu cara ampuh untuk mengembangkan suatu bisnis, termasuk dalam perbankan syariah. Promosi dipakai bank guna mencari nasabah dengan tujuan mengenalkan jasa atau produk yang ditawarkan dengan tujuan calon nasabah tersebut akan menggunakan jasa atau produk yang dilakukan penawaran. Promosi sebagai salah satu tindakan pemasaran juga berperan penting dalam meningkatkan jumlah nasabah suatu bank, termasuk bank syariah. Bank syariah perlu memperhatikan media promosi yang tepat baik

secara *online* maupun *offline*, elektronik maupun non-elektronik (Candrakuncaraningsih, 2022).

Dalam meningkatkan kerjasama bank syariah dengan pondok pesantren tentu perlu adanya pengetahuan. Pengetahuan diartikan sebagai informasi yang disimpan dalam ingatan, sedangkan pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai kumpulan semua informasi yang sesuai dengan fungsi konsumen di pasar (Novitri *et al.*, 2023). Menurut (Sukardi, 2022) pemahaman terhadap perbankan syariah tergantung dari keluasan dan pendalaman pengetahuan seorang santri akan bank syariah. Tingkat pemahaman pada suatu objek dapat mewarnai alur pikir dan berdampak pada kebijakan untuk bersikap dan memberi tanggapan pada bank syariah. Banyak sekali ilmu maupun pengetahuan santri ketika di pondok pesantren khususnya lebih mendalami ilmu-ilmu keagamaan. Namun di pondok pesantren Attholibiyah masih banyak santri dan unit sekolah belum menggunakan bank syariah, sedangkan pengetahuan yang diterima salah satunya mendapat pengetahuan bahwa riba tidak diperbolehkan.

Edukasi perbankan syariah sebagai pemahaman kepada masyarakat termasuk santri tentang fungsi, produk, layanan dan aktivitas bisnis perbankan syariah juga tak kalah penting dari ketiga faktor yang di jelaskan sebelumnya. Pendidikan ini sangat dibutuhkan untuk mendukung pemerataan hak dan kewajiban masyarakat termasuk santri. Pada dasarnya santri perlu mengetahui produk dan layanan bank yang digunakan termasuk tingkat resiko yang harus dihadapi. Edukasi pada bank syariah menjadi penting karena pemahaman dan pengetahuan santri akan fungsi dan peran bank syariah serta produk dan layanannya masih minim atau kurang. Tanpa edukasi yang baik, santri akan sulit memahami produk dan layanan perbankan baru tersebut (Ismail *et al.*, 2022).

Kualitas pelayanan dalam dunia perbankan merupakan suatu poin penting, karena perbankan itu sendiri bergerak untuk memberikan layanan kepada nasabah. Keberhasilan suatu usaha juga dapat berasal dari karyawan, karena dengan karyawan yang memberikan layanan yang baik dan profesional dapat menarik nasabah atau pembeli untuk memilih unit usaha itu kembali.

Selain itu di era teknologi yang semakin berkembang saat ini, perbankan juga memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk menjalankan usaha bisnisnya yaitu berupa aplikasi internet *banking*. Layanan ini memberikan kemudahan, kecepatan, kenyamanan dan keamanan bagi data nasabah, sehingga nasabah dapat semakin mudah dalam melakukan transaksi di dunia perbankan (Zalelawati *et al.*, 2023).

Faktor religiusitas juga memainkan peran penting dalam keputusan keuangan santri. Keterikatan mereka pada prinsip-prinsip agama Islam dan keinginan untuk mematuhi ajaran agama dalam aspek keuangan dapat mempengaruhi minat mereka dalam menabung di bank syariah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Santri di pondok pesantren Attholibiyah sudah selayaknya berbekal ilmu pendidikan agama dan ekonomi syariah. Maka dari itu, dengan berbekal ilmu pendidikan agama dan ekonomi syariah yang mereka miliki, akan dapat berpengaruh terhadap pandangan, pengetahuan dan pemahaman mereka tentang bank syariah, terutama dengan minat menabung dan menggunakan produk-produk perbankan syariah. Dapat diasumsikan bahwa pondok pesantren Attolibiyah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, hal tersebut didorong oleh faktor lingkungan yang mendukung seperti dengan adanya guru/ustadz yang berpendidikan agama tinggi. Sehingga dengan demikian seharusnya minat menabung di bank syariah juga tinggi, karena santri yang tentunya beragama Islam sudah selayaknya mengetahui prinsip-prinsip Islam termasuk larangan riba (Mardiana *et al.*, 2021).

Pada penelitian ini di fokuskan di lembaga pendidikan islam yaitu pondok pesantren Attholibiyah yang berada di Jl. Mobok Karsih RT 02 RW 04 desa Muncanglarang Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Pondok pesantren yang terletak di kaki gunung Slamet bagian barat ini, merupakan lembaga pendidikan Islam yang berdiri pada tahun 2003, dengan Habib Muhammad Al Athas atau sering di sapa Abah Muh sebagai pendirinya. Saat ini setelah beliau wafat, lembaga pendidikan ini di gantikan oleh Habib Sayyid Muhsin S.Pd sebagai penanggung jawab sekaligus pengasuh pondok pesantren Attholibiyah.

Dilansir dari *website* resmi Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi Jawa Tengah (<https://jateng.bps.go.id/id/>) meskipun di tahun 2023 jumlah pondok pesantren di kabupaten Tegal mengalami penurunan, bukan berarti pondok pesantren di kabupaten Tegal tidak berkembang. Perkembangan yang terjadi yaitu berdasarkan jumlah santri, dimana dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dari tahun 2021-2023, jumlah santri mengalami pertumbuhan yang cukup pesat yaitu dari 19.680 menjadi 65.681 orang santri. Dalam konteks tersebut peneliti tertarik mengambil lokasi di pondok pesantren Attholibiyah, karena yang pertama pondok tersebut merupakan salah satu pondok terbesar di kabupaten Tegal. Yang kedua di pondok tersebut belum pernah ada yang mengkaji terkait lembaga ekonomi syariah. Yang terakhir pondok pesantren Attholibiyah mempunyai potensi sumber daya manusia yang dapat di kembangkan dalam bidang ekonomi syariah, sehingga penting untuk diteliti dan hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu bank syariah sebagai sosialisasi dan implementasi khususnya dalam lembaga pendidikan Islam.

Dari hasil observasi pendahuluan, saat ini jumlah santri di pondok pesantren Attholibiyah mencapai 980 santri putra dan putri, dengan jumlah 444 santri sudah berusia lebih dari 17 tahun. Alasan peneliti mengambil sampel dari usia lebih dari 17 tahun, karena usia tersebut dianggap mampu memahami pernyataan-pernyataan yang di berikan dalam kuesioner. Menurut salah satu santri sebagian santri menggunakan bank konvensional dan sebagian lainnya menggunakan bank syariah. Fakta yang terjadi para santri menggunakan bank konvensional mengetahui tentang bank syariah, namun santri yang menggunakan bank syariah tidak memahami bagaimana sistem dari perbankan syariah.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti memilih santri sebagai responden, karena santri di pondok pesantren merupakan salah satu masyarakat yang berpendidikan dan aktif dalam kelembagaan yang agamis. Selain itu peneliti juga menggunakan faktor promosi, pengetahuan, edukasi kualitas pelayanan dan religiusitas sebagai variabel bebas (*Variabel Independent*) dan minat santri menabung di bank syariah sebagai variabel terikat (*Variabel Dependent*).

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu terletak pada objek, waktu pelaksanaan dan penggunaan variabel yang lebih komprehensif. Penelitian sebelumnya sering kali meneliti variabel-variabel ini secara terpisah, bukan sebagai bagian pendekatan menyeluruh, sehingga penelitian ini di harapkan dapat memahami bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dengan variabel-variabel tersebut sehingga dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang perilaku menabung di kalangan santri.

Pada penelitian sebelumnya, pengaruh promosi terhadap minat menabung menunjukkan hasil yang beragam. Pada beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun promosi dapat mempengaruhi perilaku menabung, dampaknya tidak sekuat kualitas layanan atau religiusitas. Sehingga dalam hal ini perlu di teliti lebih lanjut bagaimana promosi yang baik dapat mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian oleh (Umi Hani'in, 2021) variabel pengetahuan berpengaruh secara simultan, namun secara parsial variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, Sebagian besar penelitian yang ada saat ini, masih banyak yang belum di eksplorasi terkit faktor pendidikan dan pengetahuan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah. Oleh karena itu perlu di kaji lebih dalam lagi dan diharapkan dapat menambah wawasan tentang lembaga keuangan syariah bagi santri dan sebagai implementasi dan sosialisasi bagi bank syariah. Sehingga dalam penelitian ini, dengan menggunakan variabel yang lebih komprehensif dari penelitian sebelumnya, di harapkan dapat menambah hasil yang lebih baik dan lebih akurat.

Oleh karena itu, berdasarkan fenomena dan research gap yang dipaparkan peneliti maka peneliti tertarik untuk membahas penelitian tentang **“Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Dalam Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Attholibiyah Bumijawa Tegal)”**.

B. Rumusan Masalah

Oleh karena Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti menemukan beberapa rumusan masalah yang akan diselesaikan pada bab pembahasan yaitu :

- 1 Apakah promosi berpengaruh positif terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah?
- 2 Apakah pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah?
- 3 Apakah edukasi berpengaruh positif terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah?
- 4 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah?
- 5 Apakah religiusitas berpengaruh positif terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah?
- 6 Apakah promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dengan memperhatikan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dalam penelitian tersebut adalah:

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami bagaimana pengaruh promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah. Dengan demikian, kombinasi dari faktor-faktor ini diharapkan dapat berpotensi untuk meningkatkan minat santri dalam menabung di Bank Syariah yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah serta inklusi keuangan di kalangan santri

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah

- b. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah.
- c. Untuk menganalisis pengaruh edukasi terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah.
- d. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah.
- e. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah.
- f. Untuk menganalisis pengaruh promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah.

D. Manfaat Penelitian

1 Manfaat Akademik

Manfaat akademik pada penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan terhadap kajian ilmiah tentunya dalam bidang lembaga keuangan syariah khususnya terkait tentang promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

2 Manfaat praktis

- a. Bagi bank syariah sebagai implementasi dan sosialisasi terkait pengaruh promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.
- b. Bagi santri, sebagai wawasan terkait lembaga keuangan syariah yang diharapkan dapat memberikan solusi literasi keuangan santri.
- c. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan baru dan menjadi tambahan acuan, referensi dalam studi-studi terkait minat santri menabung di lembaga keuangan syariah.

E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa tinjauan pustaka yang dilakukan oleh peneliti dari berbagai sumber referensi jurnal penelitian terdahulu, yang

mana jurnal tersebut nantinya akan dijadikan sumber referensi dalam melakukan penelitian ini yang berkaitan dengan pengaruh promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah. Adapun hasil telaah penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Kajian Pustaka

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dan Persamaan
1.	Hilmi Musyaffa dan Muhammad Iqbal (2022)	Pengaruh, Religiuitas, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Religiusitas dan kualitas layanan tidak mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah. Sedangkan Promosi berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah. Tinggi rendahnya religiusitas seseorang tidak akan berdampak atau mempengaruhi keputusan orang tersebut dalam memilih untuk menabung di bank syariah, begitu pula kualitas pelayanan.	<p>Persamaan : <i>Pertama</i>, kedua penelitian meneliti minat menabung di bank syariah sebagai objek penelitian. <i>Kedua</i>, kedua penelitian menyertakan faktor religiusitas dan faktor promosi sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi minat menabung. <i>Ketiga</i>, kedua penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel tertentu terhadap minat menabung di bank syariah.</p> <p>Perbedaan : <i>Pertama</i>, waktu kedua penelitian berbeda. <i>Kedua</i>, variabel yang di teliti pada penelitian saat ini memiliki variabel yang lebih bersifat komprehensif. <i>Ketiga</i>, subjek penelitian saat ini adalah santri di pondok pesantren Attholibiyah Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Sedangkan penelitian terdahulu bersifat umum, dimana tidak di sebutkan spesifik seperti penelitian saat ini, hanya mencakup nasabah secara umum.</p>
2.	Umi Hani'in, Fitri Ernawati, Iin	Analisis Pengaruh Pendidikan,	Secara simultan, variabel Pendidikan, sosial dan pengetahuan	<p>Persamaan : <i>Pertama</i>, Objek penelitian saat ini dan</p>

	<p>Emy P. dan A Haris Romadhoni (2021)</p>	<p>Sosial dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Jatikuwung Gondangrejo Kranganyar)</p>	<p>berpengaruh terhadap minat menabung. Secara parsial, variabel pendidikan dan sosial berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Namun secara parsial, variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.</p>	<p>penelitian terdahulu memfokuskan pada minat menabung di bank syariah, meskipun populasi yang di teliti berbeda (santri pesantren vs masyarakat umum). <i>Kedua</i>, kedua penelitian mempertimbangkan pengaruh pengetahuan dan edukasi terhadap minat menabung di bank syariah. <i>Ketiga</i>, kedua penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah.</p> <p>Perbedaan :</p> <p><i>Pertama</i>, pada sampel penelitian saat ini menggunakan santri di pondok pesantren Attholibiyah Kecamatan Bumijawa Kabupaten tegal, sedangkan penelitian terdahulu mengambil sampel dari masyarakat Jatikuwung Gundangrejo Karanganyar. <i>Kedua</i>, pada penelitian saat ini menggunakan variabel yang lebih lengkap, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel sosial selain edukasi dan pengetahuan. <i>Ketiga</i>, waktu penelitian pada kedua penelitian berbeda.</p>
3.	<p>Salsabila Putri Damayanti dan Norma Rosyidah (2022)</p>	<p>Pengaruh Media Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah</p>	<p>Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antar variabel independen yaitu media promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung masyarakat</p>	<p>Persamaan :</p> <p><i>Pertama</i>, kedua penelitian meneliti minat menabung di bank syariah sebagai objek penelitian. <i>Kedua</i>, kedua penelitian menyertakan faktor kualitas pelayanan dan faktor promosi sebagai salah satu variabel yang</p>

				<p>mempengaruhi minat menabung.</p> <p><i>Ketiga</i>, kedua penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel tertentu terhadap minat menabung di bank syariah.</p> <p>Perbedaan :</p> <p><i>Pertama</i>, pada sampel penelitian saat ini menggunakan santri di pondok pesantren Attholibiyah Kecamatan Bumijawa Kabupaten tegal, sedangkan penelitian terdahulu mengambil sampel dari masyarakat dan bersifat umum, dimana tidak di sebutkan spesifik seperti penelitian saat ini, hanya mencakup masyarakat secara umum.</p> <p><i>Kedua</i>, pada penelitian saat ini menggunakan variabel yang lebih lengkap, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel promosi dan kualitas pelayanan.</p> <p><i>Ketiga</i>, waktu penelitian pada kedua penelitian berbeda.</p>
4.	Syaeful Bakhri, Fitrohtul Leaeli dan Moh. Mabruri Faozi	Pengaruh Pengetahuan dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Ridwan	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel pengetahuan dan promosi terhadap minat menabung pada santri pondok pesantren Ar-Ridwan	<p>Persamaan :</p> <p><i>Pertama</i>, objek pada kedua penelitian berfokus pada minat menabung di bank syariah.</p> <p><i>Kedua</i>, subjek atau sampel kedua penelitian sama yaitu menggunakan santri di pondok pesantren.</p> <p><i>Ketiga</i>, kedua penelitian menggunakan faktor pengetahuan dan promosi sebagai salah satu variabel yang di gunakan.</p> <p>Perbedaan :</p> <p><i>Pertama</i>, waktu yang di gunakan kedua penelitian berbeda.</p>

				<p><i>Kedua</i>, pada penelitian saat ini cakupan variabel penelitian lebih luas, seperti promosi, kualitas pelayanan dan edukasi, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya berfokus pada pengetahuan dan promosi.</p> <p><i>Ketiga</i>, lokasi kedua penelitian berbeda, pada penelitian saat ini berlokasi di kabupaten Tegal, sedangkan pada penelitian sebelumnya berlokasi di kabupaten Cirebon.</p>
5.	Ahmad Munajim, Toto Sukarmoto, Gama Pratama dan Fidy Arie Pratama (2022)	Pengaruh Persepsi dan Religiusitas santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin)	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel persepsi santri dan religiusitas santri terhadap minat menabung santri di pondok pesantren Tarbiyatul Banin Kecamatan Sumber Kabupaten Cirebon.	<p>Persamaan :</p> <p><i>Pertama</i>, objek pada kedua penelitian berfokus pada minat menabung di bank syariah.</p> <p><i>Kedua</i>, subjek atau sampel kedua penelitian sama yaitu menggunakan santri di pondok pesantren.</p> <p><i>Ketiga</i>, kedua penelitian menggunakan faktor religiusitas sebagai salah satu variabel yang di gunakan.</p> <p>Perbedaan :</p> <p><i>Pertama</i>, waktu yang di gunakan kedua penelitian berbeda.</p> <p><i>Kedua</i>, pada penelitian saat ini cakupan variabel penelitian lebih luas, seperti promosi, kualitas pelayanan dan edukasi, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya berfokus pada persepsi dan religiusitas.</p> <p><i>Ketiga</i>, lokasi kedua penelitian berbeda, pada penelitian saat ini berlokasi di kabupaten Tegal, sedangkan pada penelitian sebelumnya berlokasi di kabupaten Cirebon.</p>

6.	Nurudin (2021)	Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai variabel Moderasi.	Variabel literasi keuangan syariah dan kebudayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan, variabel model atau moderasi tidak mampu memoderasi. Hubungan antara variabel-variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan.	<p>Persamaan : <i>Pertama</i>, kedua penelitian ber fokus kepada minat menabung di bank syariah. <i>Kedua</i>, kedua penelitian menggunakan santri sebagai sampel penelitian. <i>Ketiga</i>, kedua penelitian menggunakan faktor religiusitas meskipun berbeda peran (variabel independen vs variabel moderasi).</p> <p>Persamaan : <i>Pertama</i>, kedua waktu penelitian berbeda. <i>Kedua</i>, peran faktor religiusitas kedua penelitian berbeda variabel independen yang langsung mempengaruhi minat menabung, sedangkan pada penelitian terdahulu faktor religiusitas sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah hubungan variabel independen.</p>
7.	Alwahidin dan Nur Afni (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia	Variabel kualitas pelayanan dan variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di BSI KC Kendari A Silondae 2 dimana yang dimaksud adalah nasabah aktif BSI. Berdasarkan dari hasil yang di terima dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan oleh bank syariah dan tingkat religiusitas nasabah maka akan semakin baik pula minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia.	<p>Persamaan : <i>Pertama</i>, objek pada kedua penelitian berfokus pada minat menabung di bank syariah. <i>Kedua</i>, faktor religiusitas dan kualitas pelayanan menjadi variabel yang diteliti. <i>Ketiga</i>, kedua penelitian menggunakan konteks perbankan syariah bagaimana faktor-faktor yang diteliti mempengaruhi minat menabung di bank syariah.</p> <p>Perbedaan : <i>Pertama</i>, penggunaan variabel pada penelitian saat ini lebih kompleks seperti promosi, pengetahuan dan edukasi.</p>

				<p><i>Kedua</i>, sampel penelitian pada penelitian saat ini berfokus pada santri pondok pesantren Attholibiyah, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan nasabah pada BSI KC Kendari A Silondae 2.</p> <p><i>Ketiga</i>, waktu dan lokasi kedua penelitian berbeda, dimana pada penelitian saat ini berlokasi di pondok pesantren Attholibiyah Kabupaten Tegal sedangkan penelitian terdahulu berlokasi di BSI KC Kendari A Silondae 2.</p>
8.	Dahrul Siregar, Ahmad Harun Daulay dan Saparuddin Siregar (2021)	<i>Increasing Customer's Saving Interest through Religiosity, Product Perception and Knowledge</i>	<p>Semua Variabel bebas, yaitu religiusitas, persepsi produk dan pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada produk perbankan syariah. Variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat menabung nasabah adalah persepsi produk. Selain itu alasan bank konvensional dominan dalam menguasai pangsa pasar adalah adanya kontrak tertentu dalam hal pembayaran gaji pegawai. Sebaliknya dapat dibangun kemitraan antar dan dengan bank syariah karena pengetahuan nasabah sebenarnya sudah baik, namun kondisi perusahaan mengharuskan penggunaan produk bank konvensional saja.</p>	<p>Persamaan :</p> <p><i>Pertama</i>, kedua penelitian berfokus pada minat menabung di bank syariah.</p> <p><i>Kedua</i>, Kedua penelitian menggunakan faktor pengetahuan dan religiusitas sebagai variabel yang diteliti.</p> <p><i>Ketiga</i>, kedua penelitian dilakukan dalam konteks keuangan berbasis syariah, dimana nilai-nilai agama menjadi pertimbangan penting dalam keputusan finansial.</p> <p>Perbedaan :</p> <p><i>Pertama</i>, waktu dan lokasi penelitian pada kedua penelitian berbeda. Pada penelitian pertama berlokasi di kabupaten tegal sedangkan pada penelitian terdahulu bersifat umum</p> <p><i>Kedua</i>, pada penelitian pertama berfokus pada lembaga pendidikan Islam yaitu pondok pesantren, sedangkan pada penelitian terdahulu bersifat umum,</p> <p><i>Ketiga</i>, pada penelitian saat ini menggunakan</p>

				variabel yang lebih kompleks daripada penelitian terdahulu.
--	--	--	--	---

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat untuk mempermudah penelitian dalam melakukan penyusunan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut adalah penjelasan mengenai sistematika pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I ini dijelaskan mengenai garis besar gambaran umum dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab II berisi teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian ini, kajian pustaka dan juga hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab III dijelaskan mengenai apa dan berapa populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV berisi gambaran umum mengenai obyek penelitian, deskripsi data (populasi dan sampel), analisis data dan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab V ini berisi mengenai penutup, kesimpulan dan saran peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

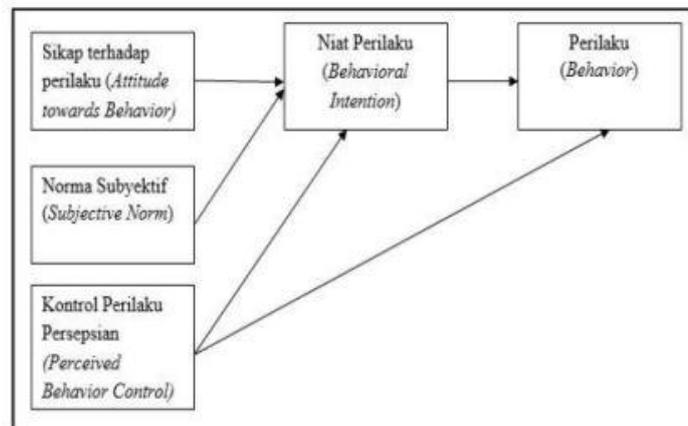
1. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory Of Planed Behavior (TPB) merupakan teori yang di kembangkan oleh Ajzen dan Fishben yang awalnya *Theory Of Reasoned Action* (TRA) dimana teori ini menjelaskan bahwa minat untuk melaksanakan perbuatan tertentu diakibatkan oleh dua alasan, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Karena banyak perilaku yang tidak sepenuhnya dibawah kontrol penuh individu, maka Ajzen dan Fishben menambahkan konsep *perceived behavior control*. Dengan adanya konsep tersebut Ajzen dan Fishben mengembangkan teori yang awalnya *Theory Of Reasoned Action* (TRA) menjadi *Theory Of Planed Behavior* (TPB) (Salsabila *et al.*, 2023).

Menurut *Theory Of Planed Behavior* (TPB) yaitu teori perilaku yang terencana, dimana perilaku seseorang akan terwujud jika ada niat untuk berperilaku dalam diri seseorang. Teori ini menyebutkan bahwa intensi adalah fungsi dari tiga determinan dasar yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*) (Salsabila *et al.*, 2023).

Menurut (Manuntung, 2018) ada beberapa tujuan dan manfaat dari teori ini antara lain adalah untuk meramalkan dan memahami pengaruh-pengaruh motivasi terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau kemauan individu sendiri. Untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana mengarahkan strategi-strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan pada tiap aspek penting beberapa perilaku manusia. Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku.

Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior



Sumber : Mahyarni, 2013

Menurut (Jogiyanto, 2007) TPB, intensi atau perilaku berasal dapat ditentukan oleh keyakinan. Keyakinan tersebut dapat berasal dari pengalaman masa lalu maupun pengalaman dari orang lain. Pengetahuan dan edukasi dapat dikatakan sebagai pengalaman masa lalu yang dapat berasal dari diri sendiri maupun dari orang lain yang dapat menimbulkan keyakinan. Maka dapat dikatakan bahwa pengetahuan dan edukasi terhadap bank syariah dapat mengontrol perilaku pada obyek penelitian ini yaitu santri. Semakin tinggi tingkat pengetahuan dan edukasi terhadap bank syariah akan meningkatkan minat menabung di bank syariah. Sebaliknya jika tingkat pengetahuan dan edukasi terhadap bank syariah rendah maka tingkat menabung di bank syariah juga rendah. Dalam konteks ini TPB dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana pengetahuan, edukasi dan norma-norma religius yang berlaku mempengaruhi minat santri untuk menabung.

2. AIDA Model (Attention, Interest, Desire, Action)

Menurut (Pramita & Manafe, 2022) teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) pertama kali dikemukakan oleh pengusaha Amerika yaitu Elmo Lewis pada tahun 1898. Lewis berpendapat bahwa periklanan sangat penting untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan, terutama interaksi

antara penjual dan pembeli tentang produk. Selain itu, Lewis berpendapat bahwa produk harus menarik perhatian konsumen dan konsumen harus antusias terhadap produk tersebut. Selanjutnya, ketika keunggulan suatu produk sudah terlihat maka meyakinkan konsumen agar ingin memiliki produk tersebut dan berujung pada tindakan pembelian merupakan tanggung jawab penjual atau pemasar.

Menurut Kotler dan Keller formula AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), merupakan formula yang sering digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh dan formula itu dapat diterapkan pada suatu iklan. Menjelaskan teori AIDA merupakan suatu pesan yang harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, menjadi minat dan mengambil tindakan. Teori ini menyampaikan akan kualitas dari pesan yang baik (Kurniawati *et al.*, 2022).

Teori AIDA yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses psikologis yang dilalui oleh konsumen atau pembeli, proses AIDA diawali dengan tahap menaruh perhatian terhadap suatu produk atau jasa yang selanjutnya apabila terkesan maka akan melangkah ke tahapan ketertarikan produk atau jasa tersebut, jika ketertarikannya kuat maka akan berlanjut ke tahap minat untuk kebutuhan-kebutuhannya. Jika minat begitu kuat baik karena dorongan dari dalam atau pengaruh eksternal, maka konsumen tersebut akan mengambil keputusan membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan (Kurniawati *et al.*, 2022).

Model AIDA membangun hubungan yang positif dan patut diperhatikan dalam meningkatkan minat dan keputusan pelanggan atau melalui promosi produk. Hal tersebut berkaitan dengan variabel penelitian promosi dan kualitas pelayanan yang di jadikan sebagai variabel X1 dan X4 dalam penelitian ini. Dalam konteks ini, AIDA dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana promosi dan kualitas pelayanan dapat menarik perhatian, menumbuhkan minat, keinginan dan akhirnya mendorong santri untuk menabung di bank syariah.

3. Promosi

a. Definisi Promosi

Menurut (Agustin, 2018) dalam jurnal karya (Musyaffa & Iqbal, 2022) promosi diartikan sebagai “sarana langsung atau tidak langsung untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen tentang suatu produk dengan harapan konsumen akan membeli produk tersebut”. Bank syariah mengadakan promosi untuk membiasakan masyarakat dengan produk dan sistem perbankan syariah. Promosi di dunia bisnis bukan hanya mampu menginformasikan tetapi juga mampu membujuk dan mengingatkan calon nasabah agar mereka mau menabung di bank syariah. Promosi dianggap sangat penting dalam dunia bisnis yang saat ini kompetitif, tujuannya agar masyarakat termasuk santri membeli atau menggunakan barang dan jasa yang dijual (Nengsih *et al.*, 2021).

b. Indikator Promosi

Terdapat lima indikator promosi menurut (Ernestivita, 2016) dalam jurnal karya (Mari Ci & Raymond, 2023) antara lain :

1) Periklanan (*Advertising*)

Yaitu bentuk kegiatan yang dilakukan organisasi guna memperkenalkan ide, barang atau jasa. Contoh kegiatan periklanan seperti : brosur, spanduk, majalah. Penyebaran melalui *website* maupun radio.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Merupakan bentuk kegiatan pembelian insentif jangka pendek seperti *coupons*, potongan harga dan pemberian hadiah guna mempengaruhi pembelian atas barang atau jasa.

3) Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Yaitu penjualan yang dilakukan oleh seorang karyawan untuk menyampaikan produk yang dijual kepada konsumen dengan tujuan produk yang ditawarkan dapat meningkatkan penjualan dan dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.

4) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Yaitu suatu organisasi atau perusahaan memberikan informasi kepada masyarakat setempat terkait dengan organisasi atau perusahaan tersebut agar masyarakat mengetahui keberadaannya sekaligus mendapatkan promosi mengenai produk yang dijual perusahaan dan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitarnya.

5) Penjualan Langsung (*Direct Marketing*)

Yaitu penjualan yang dilakukan penjual dengan cara tatap muka langsung dengan pembeli dan mempromosikan produk untuk memperoleh tanggapan segera dan membina hubungan yang abadi dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan, mencakup katalog, nomor telepon marketing, kios, *mobile banking* dan lainnya.

4. Pengetahuan

a. Definisi Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari keingintahuan yang terjadi setelah melakukan penginderaan melalui panca indra terhadap suatu obyek tertentu. Pengetahuan adalah semua informasi serta pengetahuan lainnya yang dimiliki konsumen terkait dengan suatu produk dan jasa yang ditawarkan (Rafidah *et al.*, 2023).

Menurut (Engel *et al.*, 1994) dalam jurnal karya (Permana *et al.*, 2022) menyebutkan “*Consumer knowledge is all information that consumers have about various kinds of product and services, as well as related to their functions as consumers*” yaitu dimana pengetahuan konsumen adalah segala informasi yang dimiliki konsumen tentang berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lain yang berkaitan dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Sedangkan dalam Islam tentang pengetahuan adalah adanya larangan dalam Islam untuk mengikuti sesuatu yang belum memiliki

pengetahuannya. Sebagai pribadi muslim dan sebagai lembaga keuangan syariah yang dilabeli syariah hendaknya melakukan sesuatu berdasarkan pengetahuan yang didapat, jangan sampai hanya mengikuti dan *taqlid* pada hal yang belum diketahui, yang bisa menuntun pada kesesatan apabila salah (Oneal *et al.*, 2018).

b. Indikator Pengetahuan

Menurut Philip Khotler (2000:401) dalam jurnal karya (Rosyid & Saidiah, 2016), pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka. Dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya, konsumen dapat memproses informasi yang baru, membuat pertimbangan dan mengambil keputusan. Dalam menghadapi penawaran produk/jasa, informasi yang dimiliki masyarakat mengenai produk/jasa akan mempengaruhi perilaku dalam pembelian produk/jasa, yang membagi pengetahuan menjadi 4 jenis pengetahuan produk yaitu :

1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Seorang konsumen/nasabah akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atau atribut produk tersebut. Bagi seorang nasabah bila ingin menginvestasikan uangnya baik dalam bentuk deposito maupun tabungan, maka nasabah harus mengetahui jenis investasi, lama investasi, nisbah bonus dan sebagainya.

2) Pengetahuan tentang manfaat produk

Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah tentang manfaat produk. Nasabah menabung atau menginvestasikan dananya di bank syariah, karena ia telah mengetahui manfaatnya seperti terhindar dari riba dan terhindar dari perbuatan *dzalim*.

3) Pengetahuan tentang kepuasan

Suatu produk akan memberikan kepuasan kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka

konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar.

4) Pengetahuan tentang konsep dasar perbankan syariah

Sekumpulan gagasan atau ide yang sempurna dan bermakna berupa abstrak, entitas mental yang universal dimana mereka bisa diterapkan secara merata untuk setiap ekstensinya sehingga konsep membawa suatu arti yang mewakili sejumlah obyek yang mempunyai ciri yang sama dan membentuk suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan.

Berdasarkan pendapat lain, menurut Engel, Blackwell dan Miniard dalam jurnal karya (Rafidah *et al.*, 2023) pengetahuan konsumen terbagi menjadi tiga macam yaitu sebagai berikut :

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk dapat didefinisikan sebagai kumpulan berbagai informasi mengenai produk atau jasa yang meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

2) Pengetahuan pembelian

Pengetahuan pembelian merupakan berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa yang terdiri atas pengetahuan dimana membeli produk dan kapan membeli produk.

3) Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk atau jasa dapat memberikan manfaat pada konsumen jika produk atau jasa tersebut telah digunakan atau dikonsumsi. Konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk dan jasa tersebut dengan benar agar bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen.

5. Edukasi

a. Definisi Edukasi

Edukasi dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah pendidikan, dalam arti luas dapat diartikan sebagai sebuah proses dengan metode-metode tertentu sehingga orang memperoleh pengetahuan dan pemahaman dan cara bertingkah laku yang sesuai dengan kebutuhan. Menurut KBBI edukasi adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan kepribadian, kecerdasan dan mendidik peserta untuk memiliki akhlak mulia, mampu mengendalikan diri dan memiliki keterampilan (Alwi, 2012).

Menurut (Huda, 2018), (Wahyudi Elsy, 2018) dan (Novieningtyas, 2018), pemahaman itu merupakan penguasaan pengetahuan individu atau tingkat literasi terhadap perbankan syariah, sehingga dapat mengambil keputusan untuk memanfaatkan produk layanannya. Tingkat pemahaman yang cukup baik terhadap perbankan syariah akan berdampak pada peningkatan pemanfaatan simpanan, pembiayaan, serta transaksi pembayarannya. Karena itu, edukasi literasi menjadi sebuah pemahaman dan keyakinan komprehensif pada diri seseorang terhadap keputusan keuangannya (Saepudin & Wage, 2023).

b. Indikator Edukasi

Menurut (Fega Lianda Putri, 2021), ada empat indikator edukasi yaitu pelatihan, pendidikan, kualitas dan pengajaran. Selain dari indikator, menurut jurnal karya (Widyawati, 2020) ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan agar pemberian edukasi dapat mencapai sasaran yaitu :

1) Tingkat Pendidikan

Pendidikan dapat mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap informasi baru yang diterimanya. Maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pendidikannya, semakin mudah seseorang menerima informasi yang didapatnya.

2) Tingkat Sosial Ekonomi

Semakin tinggi tingkat sosial seseorang, semakin mudah pula dalam menerima informasi baru.

3) Adat istiadat

Masyarakat kita sangat menghargai dan menganggap adat istiadat sebagai sesuatu yang tidak boleh diabaikan.

4) Kepercayaan Masyarakat

Masyarakat lebih memperhatikan informasi yang disimpan oleh orang-orang yang sudah kenal, karena sudah ada kepercayaan masyarakat kedalam penyuluhan.

5) Ketersediaan Waktu di Masyarakat

Waktu penyampaian informasi harus memperhatikan tingkat aktifitas masyarakat untuk menjamin tingkat kehadiran masyarakat kedalam penyuluhan.

6. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut (Sumarsid & Paryanti, 2022) kualitas pelayanan merupakan salah satu dari bagian manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi fakta dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukann perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan bank syariah mampu memenuhi keinginan atau harapan dari santri di pondok pesantren Attholibiyah (Sumarsid & Paryanti, 2022).

b. Indikaator Kualitas Pelayanan

Model *Service Quality (SERVQUAL)* dikembangkan parusmanan, Zeithaml, dan Berry dan digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Penjelasan mengenai dimensi kualitas pelayanan menurut Parusmanan, Zeithaml, dan Berry dalam buku (Tjiptono F., 2019) sebagai berikut :

1) Bukti Fisik (*tangibles*)

Yakni suatu kemampuan dari suatu perusahaan untuk menunjukkan eksistensi atau layanannya pada konsumen, kualitas pelayanan tersebut dapat dilihat nyata dan juga dirasakan oleh pelanggan, seperti tampilan fisik perusahaan seperti kebersihan dan kerapian.

2) Keandalan (*reliability*)

Yakni suatu kemampuan dari perusahaan saat memberi pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan sejak awal secara akurat serta memuaskan konsumen. Hal ini berhubungan dengan harapan konsumen.

3) Ketanggapan (*responsiveness*)

Adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan pelayanannya serta membantu pelanggannya secara cepat sekaligus tanggap.

4) Jaminan (*assurance*)

yakni kemampuan suatu perusahaan memberikan jaminan atau memberikan jasa percaya atas resiko atau bahaya.

5) Empati (*empathy*)

Adalah kemampuan pihak perusahaan dalam memberikan kemudahan dalam berinteraksi atau menjalin relasi, hal ini bersifat pribadi kepada pelanggan atau konsumennya (Mumtaza & Millanyani, 2023).

7. Religiusitas

a. Definisi Religiusitas

Menurut (Driyarkara, 1988) dalam buku karya (Suryadi & Hayat, 2021) dalam etimologi kuno, religi berasal dari bahasa latin, yaitu "*religio*". Kata ini memiliki akar kata "re" dan "ligre" yang berarti mengikat kembali. Definisi ini menunjukkan dalam agama terdapat aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi dan mempunyai fungsi untuk mengikat diri seseorang dalam hubungannya kepada Allah, sesama manusia dan alam lingkungan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata religiusitas artinya pengabdian terhadap agama atau kesalehan. Sementara kata keberagamaan memiliki akar kata "beragama". Kata beragama memiliki tiga makna yaitu menganut agama, taat kepada agama dan mementingkan agama. Secara umum religiusitas dipandang sebagai sikap seseorang individu dalam menyikapi sebuah agama, akan tetapi lebih dalam dari itu merupakan sikap dan perilaku seseorang secara menyeluruh terhadap agama atau aliran yang diyakininya (Shofwa, 2016).

Dari definisi religiusitas sebagaimana diuraikan oleh para ahli sebelumnya, Bambang Suryadi dan Bahrul Hidayat mengambil beberapa kata kunci utama yang dapat diambil yaitu keyakinan, ketaatan, ajaran, praktik ritual, hubungan vertikal, hubungan horizontal, pencarian makna kehidupan dan kebahagiaan, dari kata kunci itulah mereka menformulasikan definisi dari religiusitas itu sendiri yaitu "Religiusitas merupakan tingkat keyakinan (*belief*) dan sikap (*attitudes*) seseorang terhadap ajaran agama yang dianutnya dan praktik ritual (*ritual practices*) baik dalam konteks hubungan dengan Allah baik secara vertikal maupun horizontal, sebagai upaya untuk mencari makna kehidupan dan kebahagiaan" (Suryadi & Hidayat, 2021).

b. Indikator Religiusitas

Menurut Glock & Stark (1965) dalam jurnal karya (Fahrudin, 2019), secara terperinci religiusitas memiliki lima dimensi penting dalam penilaiannya yaitu :

1) Dimensi Keyakinan

Berisi pengharapan-pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengikuti kebenaran-kebenaran doktrin tersebut. Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental menyangkut keyakinan pada Allah SWT, Malaikat, Rasul. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan bervariasi, tidak hanya diantara agama-agama tetapi juga diantara tradisi-tradisi agama yang sama.

2) Dimensi Praktik Agama

Mencakup pemujaan atau ibadah, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Dimensi ini mencakup perilaku, ibadah, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen atau tingkat kepatuhan muslim terhadap agama yang dianutnya, menyangkut pelaksanaan sholat, puasa, zakat, haji. Praktik keagamaan ini terdiri dari dua kelas penting yaitu ritual dan ketaatan.

3) Dimensi Pengalaman

Berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau diidentifikasi oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi walaupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan yaitu tuhan.

4) Dimensi Pengetahuan

Sejauh mana individu mengetahui, memahami ajaran-ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci dan sumber lainnya. Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran-ajaran pokok agamanya. Sebagaimana yang terdapat dalam kitab suci dengan harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar keyakinan, dan tradisi-tradisi agama.

5) Dimensi Pengamalan

Sejauh mana perilaku individu dimotivasi oleh ajaran agamanya dalam kehidupan sosial. Dimensi ini mengarah pada akibat-akibat keyakinan agama, praktik, pengalaman, pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Menunjuk pada tingkatan perilaku muslim yang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya. Seperti suka menolong dan adab bekerjasama.

8. Minat Santri

a. Definisi Minat Santri

Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Minat ialah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada suatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat (Shafrani & Sulasih, 2017), (Sholikhin, 2023).

Istilah santri sebenarnya memiliki dua pengertian. Pertama, adalah santri yang berpengertian orang muslim shaleh yang memeluk agama Islam dengan sungguh-sungguh dan dengan teliti menjalankan perintah-perintah agama Islam sebagaimana yang diketahuinya, sambil membersihkan *aqidah* (keyakinan)-nya dari *syirik* (mengsekutukan Tuhan) yang terdapat di daerahnya. Dalam pengertian ini, santri

dibedakan secara kontras dengan mereka yang disebut kelompok, yakni mereka yang lebih dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya Jawa pra-Islam, khususnya yang berasal dari mistisme Hindu dan Budha. Kedua, santri adalah siswa yang belajar di pesantren, atau mereka yang gengah menuntut ilmu di pesantren (Kusmara, 2022).

Minat santri adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang atau santri menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat santri adalah motivasi santri untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan (Mujib & Amin, 2023).

b. Indikator Minat

Menurut (Ferdinand, 2006) dalam jurnal karya (Qoes Atik & Nurpiani, 2022), terdapat empat indikator dalam minat, yaitu sebagai berikut :

1) Minat Transaksional

Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

2) Minat Referensial

Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

3) Minat Preferensial

Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4) Minat Eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

9. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk dana atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Menurut ensiklopedia Islam, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran dan pengoprasiaannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam (Akbar, 2023).

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit usaha Syariah mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam pasal 1 ayat (7) UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan syariah disebutkan bahwa Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Dalam pasal 1 ayat (12), menyebutkan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Jannah *et al.*, 2024).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank hasil merger antara tiga bank syariah di Indonesia, yaitu PT. Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT BNI Syariah. Mulai tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumaidil Akhir 1442 H ditandai dengan diresmikannya Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ketiga

bank ini sebagai bagian upaya dan komitmen pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional yang juga secara jangka panjang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia (Hidayat & Humeriatunnisa, 2023).

b. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Adapun fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting an Auditing Organization for Islamic Institution*) sebagai berikut :

- 1) Manajer infestasi, Bank syariah dapat mengolah investasi dana nasabah.
- 2) Investor Bank Syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- 3) Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, Bank Syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
- 4) Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, Bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya. (Jannah *et al.*, 2024)

c. Produk Bank Syariah

Produk bank syariah adalah layanan perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu bebas riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan masyir (judi). Berikut adalah beberapa produk bank syariah menurut (Kasmir, 2014) dalam karya (Salsabila, 2022) yaitu sebagai berikut :

- 1) Al-Wadi'ah (Simpanan)

Al-wadi'ah dikenal dengan nama titipan atau simpanan. Prinsip al-wadi'ah merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak

lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki.

2) Pembiayaan dengan bagi hasil

Dalam bank syariah untuk penyaluran dana biasa dikenal dengan istilah pembiayaan, dan dalam bank syariah menerapkan sistem bagi hasil. Prinsip bagi hasil dalam bank syariah yang diterapkan dalam pembiayaan dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu:

a) Al-Musyarakah

Al-Musyarakah dapat dijelaskan sebagai akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu. Masingmasing pihak memberikan dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

b) Al-Mudharabah

Al-Mudharabah dapat dijelaskan sebagai akad kerja sama antara dua pihak, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola modal. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak dan kerugian akan ditanggung oleh pemilik modal, tetapi apabila kerugian diakibatkan kelalaian pengelola, maka kerugian ditanggung oleh pengelola modal.

c) Al-Muzara'ah

Al-Muzara'ah dapat diartikan sebagai kerja sama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dengan penggarap. Pemilik lahan menyediakan lahan kepada penggarap untuk ditanami produk pertanian dengan imbalan bagian tertentu dari hasil panen.

d) Al-Musaqah

Al-Musaqah dapat diartikan sebagai bagaian dari al-muzara'ah yaitu penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan

pemeliharaan dengan menggunakan dana dan peralatan mereka sendiri. Imbalan diperoleh dari persentase hasil panen pertanian.

3) Bai'al Murabahah

Bai'al Murabahah dapat dijelaskan sebagai kegiatan jual beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini penjual harus terlebih dulu memberitahukan harga pokok yang dibeli ditambah keuntungan yang diinginkannya.

4) Bai'as-Salam

Bai'as-Salam dapat dijelaskan sebagai pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka. Prinsip yang harus dianut adalah harus diketahui terlebih dahulu jenis, kualitas, dan jumlah barang dan hukum awal pembayaran harus dalam bentuk uang.

5) Bai'Al-Istishna'

Bai'Al-Istishna' dapat dijelaskan sebagai kontrak penjualan antara pembeli dengan produsen (pembuat barang) dimana kedua belah pihak harus saling menyetujui atau sepakat lebih dulu tentang harga dan sistem pembayaran. Kesepakatan harga dapat dilakukan tawar-menawar dan sistem pembayaran dapat dilakukan di muka atau secara angsuran per bulan atau di belakang.

6) Al-Ijarah (Leasing)

Al-Ijarah dapat dijelaskan sebagai akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.

7) Al-Wakalah (Amanat)

Al-Wakalah dapat dijelaskan sebagai penyerahan atau pendelegasian atau pemberian mandat dari satu pihak ke pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

8) Al-Kafalah (Garansi)

Al-Kafalah dapat diartikan sebagai jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dapat juga diartikan sebagai pengalihan tanggung jawab dari satu pihak kepada pihak lain. Dalam dunia perbankan dapat dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.

9) Al-Hawalah

Al-Hawalah dapat diartikan sebagai pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menganggungnya. Atau dengan kata lain pemindahan beban utang dari satu pihak kepada lain pihak. Dalam dunia keuangan atau perbankan dikenal dengan kegiatan anjak piutang atau factoring.

10) Ar-Rahn

Ar-Rahn dapat diartikan sebagai kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai (Kasmir, 2014) dalam (Salsabiila, 2022).

10. Pondok Pesantren

a. Pengertian Pondok Pesantren

Pondok berasal dari bahasa arab yaitu funduq yang artinya ruang tidur, asrama atau wisma sederhana, karena pondok memang sebagai tempat penampungan sederhana bagi para santri atau pelajar yang jauh dari tempat asalnya. Menurut Manfred dalam Ziamek (1986) kata pesantren berasal dari kata santri yang diimbuhi awalan pe dan akhiran an yang berarti menunjukan tempat, maka artinya adalah tempat para santri (Maruf, 2019).

Pada umumnya pondok memang merupakan tempat penampungan sederhana bagi para pelajar yang jauh dari tempat asalnya. Sedangkan kata pesantren berasal dari kata dasar “santri” yang

dibubuhi awalan “pe” dan akhiran “an” yang berarti tempat tinggal para santri. Menurut beberapa ahli, sebagaimana yang dikutip oleh Zamakhsyari antara lain: Jhons, menyatakan bahwa kata santri berasal dari bahasa Tamil yang berarti guru mengaji, sedangkan CC. Berg berpendapat bahwa istilah ini berasal dari istilah shastri yang dalam bahasa India berarti orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu, atau seorang sarjana ahli kitab suci agama Hindu. Kata shastri berasal dari kata shastra yang berarti buku-buku suci, buku-buku agama, atau buku-buku tentang ilmu pengetahuan (Fitri & Ondeng, 2022)

Berdasarkan uraian tersebut jelas bahwa dari segi etimologi pondok pesantren merupakan satu lembaga kuno yang mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan agama. Ada sisi kesamaan (secara bahasa) antara pesantren yang ada dalam sejarah Hindu dengan pesantren yang lahir belakangan. Antara keduanya memiliki kesamaan prinsip pengajaran ilmu agama yang dilakukan dalam bentuk asrama (Fitri & Ondeng 2022).

b. Jenis pondok Pesantren

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan islam tradisional yang berkembang di Indonesia. Pesantren memiliki jenis berdasarkan tujuan, pendekatan pendidikan dan kurikulum di dalamnya. Berikut adalah jenis pondok pesantren menurut (Maulidiyah, 2023) yaitu diantaranya :

1) Pesantren Tradisional

Pesantren tradisional sering disebut dengan istilah pesantren salaf. Secara substansial, pesantren model ini lebih menitikberatkan pada kajian-kajian terhadap kitab-kitab klasik yang hanya terbatas pada ilmu fiqh, akidah, tata bahasa Arab, akhlak, tasawuf, dan sebagainya. Karakteristik model pesantren ini memang bisa dilihat dari sistem pendidikannya, seperti terbatas pada kajian kitab kuning, bahtsul masail, identik dengan memakai kopiah, sarung, dan segala

hal tradisional lainnya. Tak ayal, kultur dan paradigma santri dari segi pola berpikirnya terkesan klasik, primitif, dan eksklusif.

2) Pesantren Modern

Pesantren modern dikenal juga dengan istilah pesantren khalaf. Ciri khas dari pesantren modern ialah tidak terfokus pada kajian kitab kuning, tetapi juga mengikuti perkembangan zaman dan kemajuan teknologi. Pesantren model ini dalam wujud sistem pendidikannya sudah berbentuk kurikulum yang diorganisasi dengan ragam perampingan terhadap nilai-nilai intrinsik kitab kuning tersebut sehingga bersifat ilmiah yang disertai dengan ilmu-ilmu umum.

3) Pesantren Semi Modern

Pesantren semi modern merupakan perpaduan antara pesantren tradisional dan modern. Pesantren model ini bercirikan nilai-nilai tradisional yang masih kental dipegang teguh, kiai masih menempati posisi sentral, dan norma kode etik pesantren masih tetap menjadi standar pola pengembangan pesantren. Tetapi, Selain pengajaran kitab kuning, model pesantren ini juga masih terus menerus mengembangkan nalar kritis dan keterampilan santri sehingga keberadaannya pun mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar dan berkiprah dalam pengembangan sosial kemasyarakatan pesantren juga mengadopsi sistem pendidikan modern yang relevan dengan perkembangan zaman dan tantangan masa depan.

B. Landasan Teologis

Dalam konteks ekonomi Islam, pengelolaan keuangan yang baik dan kebiasaan menabung memiliki kedudukan penting sebagai wujud dari prinsip-prinsip syariah. Islam mendorong umatnya untuk merencanakan masa depan dengan bijak, masa depan bagi manusia merupakan sesuatu yang belum jelas, oleh karena itu manusia harus memenuhi kebutuhan jangka pendek (dunia) dan

jangka panjang (akhirat). Dalam ekonomi penyiapan untuk masa depan bagi manusia dapat dilakukan dengan melalui tabungan atau menabung. Hal ini sesuai dengan nilai-nilai dalam Al-Qur'an dan hadis yang pemeliharaan pentingnya pengelolaan secara harta bertanggung jawab dan sesuai dengan syariat. Dalam Al Qur'an terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik (Shiliha, 2022).

Ayat-ayat Al Qur'an yang secara tidak langsung memerintahkan untuk mempersiapkan masa depan antara lain:

Surat An-Nisa' ayat 9

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

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 bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar” (Q.S. An-Nisaa’: 9)

Surat Al-Baqarah ayat 266

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ ۚ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya : “Apakah ada salah seorang diantara mu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir dibawahnya sungai-sungai, dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya” (Q.S Al-Baqarah : 266).

Kedua ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung (Shiliha, 2022).

Dalam Islam promosi dan kualitas pelayanan dikatakan sebagai penyampaian pesan atau ajakan kebaikan dalam memberikan pelayanan

terbaik. Hal ini berkaitan dengan hadist yang di riwayatkan Abu Dawud dan Qur'an surat An-Nahl ayat 125

وَعَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ

Artinya : *Dari Ibnu Mas'ud RA. Beliau berkata Rasulullah SAW bersabda : "Barang siapa yang menunjukkan kebaikan, maka ia mendapatkan pahala sepadan dengan orang yang melakukannya." (HR. Abu Dawud).*

Surat An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, serta bantahlah mereka dengan cara yang baik." (QS. An-Nahl 16 : 125)*

Hadis dan ayat AL-Qur'an ini, mengajarkan bahwa promosi yang dilakukan oleh bank syariah dapat dianggap sebagai amal kebaikan jika dilakukan dengan tujuan mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk menghindari riba dan melakukan transaksi sesuai syariat Islam. Dalam konteks pelayanan, terutama pada lembaga seperti bank syariah, ayat ini mengajarkan pentingnya hikmah, kesantunan, dan sikap profesional dalam melayani (Zahraini & Andrian, 2023).

Dalam perspektif Islam, pentingnya pengetahuan (ilmu) dan pendidikan (edukasi) telah dijelaskan secara mendalam dalam Al-Qur'an dan hadis. Berikut adalah salah satu firman Allah yang menyebutkan pentingnya pendidikan.

Surat At-Taubah ayat 122

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

Artinya : *Tidak sepatutnya bagi mukmin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya. (QS At-Taubah 9 : 122)*

Surat Adz-Dzariyat ayat 56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku." (QS. Adz-Dzariyat: 56).

Berdasarkan kedua ayat tersebut, dijelaskan bahwa Islam mendidik individu sebagai bagian dari beribadah kepada Allah SWT dan untuk menjadi manusia yang beriman, berakhlak mulia dan beradab, yang pada akhirnya akan menciptakan masyarakat yang bermartabat (Shobirun, 2024).

Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah berperan penting dalam mendorong perilaku menabung dengan nilai-nilai yang Islami. Konsep ini tidak hanya mendorong keuntungan duniawi, tetapi juga berorientasi akhirat dengan menghindari unsur riba, gharar, dan maysir. Menabung di bank syariah juga menjadi sarana bagi umat Islam, khususnya santri, untuk mendukung lembaga keuangan yang berlandaskan nilai-nilai keadilan dan transparansi.

Pelarangan riba secara tegas dijelaskan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Ali 'Imran ayat 130 yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keuntungan" (Q.S Ali 'Imran : 130).

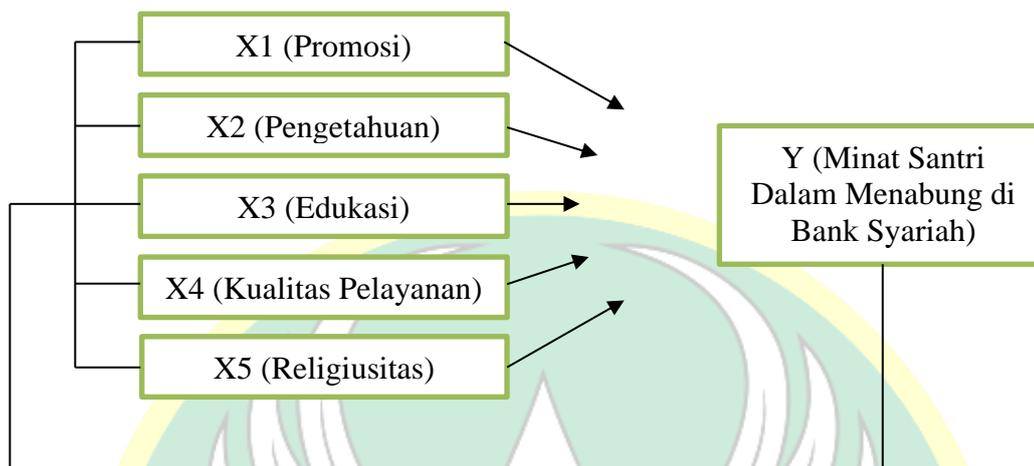
Pada ayat 130, Allah SWT menyampaikan larangan memakan riba bagi orang-orang yang beriman. Mematuhi larangan Allah SWT akan menyebabkan seseorang beruntung, pada ayat berikutnya, Allah mengatakan larangan-Nya tersebut dengan ancaman-Nya apabila dilanggar (Boga, 2023).

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dibuat untuk dasar dalam merumuskan hipotesis. Menurut Sugiyono (2017:60) dalam jurnal (Situmorang *et al.*, 2021) menyatakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dari landasan teori yang sudah dijelaskan di atas, penelitian ini melakukan analisis tentang pengaruh promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri

dalam menabung di bank syariah. Sehingga kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.2 Kerangka konseptual



Keterangan

X1, X2, X3, X4, X5 : Variabel bebas (variabel *independent*)

Y : Variabel terikat (variabel *dependent*)

Keterangan

1. Variabel bebas (variabel *independent*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (variabel *dependent*).
2. Variabel terikat (variabel *dependent*) adalah variabel dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian, menurut (Sugiyono, 2019), merupakan langkah ketiga dalam penelitian yang merupakan pernyataan dugaan sementara tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Hipotesis adalah jawaban yang akan diuji secara empiris dan didasarkan pada teori-teori relevan, serta digunakan sebagai petunjuk dalam pengambilan keputusan. Dalam kerangka penelitian ini, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis Penelitian Promosi (H₁)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, karya (Musyafa & Iqbal, 2022), menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat seseorang

untuk membuka tabungan di bank syariah. Pasalnya, calon nasabah bank syariah membutuhkan stimulus promosi untuk mau menabung di bank syariah. Semakin gencar promosi yang dilakukan bank syariah maka semakin besar pula minat menabung masyarakat di bank syariah. Sedangkan semakin kurangnya promosi yang dilakukan oleh bank syariah maka akan semakin menurunkan minat menabungnya. Maka dapat disimpulkan bahwa:

H₁ = Promosi berpengaruh terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah

2. Hipotesis Penelitian Pengetahuan (H₂)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, karya (Hani'in *et al.*, 2021) menyatakan bahwa pengetahuan merupakan kebutuhan seseorang dalam melakukan menabung di bank, dengan adanya pengetahuan yang baik maka membentuk sikap seseorang untuk mencari hal mengenai menabung di bank dan memberikan dasar utama dalam kegiatan menabung di bank serta dapat digunakan untuk mengetahui resiko mengenai minat menabung di saat yang akan datang. Maka, dapat disimpulkan bahwa:

H₂ = Pengetahuan berpengaruh terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah.

3. Hipotesis Penelitian Edukasi (H₃)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu karya (Nurudin, 2021) menyatakan bahwa variabel tingkat pendidikan dan edukasi memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan dalam mempengaruhi minat santri dalam menabung. Maka, dapat disimpulkan bahwa:

H₃ = Edukasi berpengaruh terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah.

4. Hipotesis Penelitian Kualitas Pelayanan (H₄)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, karya (Alwahidin & Afni, 2022), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di bank syariah. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan dan minat menabung sangat erat hubungannya, dengan tingginya

kualitas pelayanan ini, akan menciptakan kepuasan nasabah dalam menggunakan tabungan bank syariah maka secara langsung dapat meningkatkan minat nasabah menabung di bank syariah. Maka dapat disimpulkan bahwa:

H₄ = Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah

5. Hipotesis Penelitian Religiusitas (H₅)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, karya (Munajim *et al.*, 2022) menyatakan bahwa faktor religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung santri di bank syariah. Pahalanya semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan berhati-hati pula dalam memilih segala sesuatu yang akan dikerjakan. Tingkat religiusitas yang tinggi akan mendorong santri untuk memilih menabung di perbankan syariah dalam membantu kegiatannya. Maka dapat di simpulkan bahwa:

H₅ = Religiusitas berpengaruh terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah

6. Hipotesis Penelitian Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas pelayanan dan Religiusitas (H₆)

H₆ = Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas berpengaruh terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian survei. Menurut Mc Millan dan Schumacher (2001) menyatakan bahwa, dalam penelitian survei, peneliti menyeleksi suatu sampel dari responden dan menggunakan kuesioner atau melakukan *interview* untuk mengumpulkan informasi terhadap variabel yang menjadi perhatian peneliti. Data yang dikumpulkan kemudian digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dari populasi tertentu (Maidiana, 2021).

Dalam penelitian survei ini, menggunakan kuesioner untuk mengetahui jawaban responden mengenai hubungan antara variabel *independent*/bebas (X) terhadap variabel *dependent*/terikat (Y). Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah promosi, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas dan variabel *dependent* dari penelitian ini adalah minat santri dalam menabung di bank syariah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di pondok pesantren Attholibiyah yang terletak di Jalan Mobok Karsih RT. 02 RW. 04 Kelurahan Muncanglarang Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Mei 2024 sampai dengan bulan Januari 2025

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh santri pondok pesantren Attholibiyah yang sudah berusia lebih dari 17 tahun.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah santri pondok pesantren Attholibiyah. Untuk menentukan teknik pengambilan sampling pada penelitian ini, peneliti menggunakan *non probability* sampling. *Non probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015:84). Adapun cara mengetahui jumlah sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Slovin* (Machali, 2021:77), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

Keterangan:

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Tingkat Kesalahan (5%)

Berdasarkan rumus diatas, besarnya sampel dalam penelitian ini adalah:

Diketahui: Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh santri pondok pesantren Attholibiyah yang berusia minimal 17 Tahun yaitu sebanyak 444 santri baik putra maupun putri. Jumlah populasi tersebut diperoleh dari hasil wawancara observasi pendahuluan yang dilakukan peneliti dengan salah satu pengurus pondok pesantren yaitu ustadz Muhammad Azkiya yang bertanggung jawab atas informasi dan informatika di pondok pesantren Attholibiyah. Tingkat kesalahannya sebesar 5% (0,05). Maka jumlah sampelnya yaitu:

$$n = \frac{444}{444(0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{444}{444 (0,0025) + 1}$$

$$n = \frac{444}{1,11 + 1}$$

$$n = \frac{444}{2,11}$$

$$n = 210,42 \text{ (dibulatkan menjadi 210)}$$

Maka dalam penelitian ini peneliti melakukan sampel pada santri yang berusia minimal 17 Tahun berjumlah 210 santri atau responden, yang kemudian akan di gunakan untuk dapat mewakili populasi sejumlah 444 santri.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu santri pondok pesantren Attholibiyah yang berusia minimal 17 tahun.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung santri di bank syariah.

E. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel

Variabel adalah atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain Hatch dan Farhady, (1981) dalam Sugiyono (2019). Dalam penelitian ini terdapat 2 jenis variabel antara lain:

a. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel independen, yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menjabarkan lima variabel bebas yaitu: promosi (X1), Pengetahuan (X2), Edukasi (X3), Kualitas Pelayanan (X4) dan Religiusitas (X5).

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian

ini yang menjadi variabel dependen adalah minat santri dalam menabung di bank syariah.

2. Indikator Penelitian

Indikator penilaian ini menggunakan angket atau kuesioner dibagikan kepada masyarakat yang berada di Purwokerto Utara.

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

No	Variabel	Konsep	Indikator
1.	Promosi (X1)	Menurut (Agustin, 2018) dan (Ningsih <i>et al</i> , 2021) dalam jurnal karya (Musyaffa & Iqbal, 2022) promosi diartikan sebagai sarana langsung untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen tentang suatu produk dengan harapan konsumen akan membeli produk tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> a. Periklanan (<i>Advertising</i>) Pembelian b. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) c. Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>) d. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>) e. Penjualan Langsung (<i>Direct Marketing</i>)
2.	Pengetahuan (X2)	Pengetahuan merupakan semua informasi serta pengetahuan lainnya yang dimiliki konsumen terkait dengan suatu produk dan jasa yang ditawarkan (Rafidah <i>et al.</i> , 2023).	<p>Menurut Philip Khotler (2000:401) dalam jurnal karya (Rosyid & Saidiah, 2016) terdapat empat indikator pengetahuan yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk b. Pengetahuan tentang manfaat produk c. Pengetahuan tentang kepuasan d. Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah
3.	Edukasi (X3)	Menurut (Hadi, 2019) dalam jurnal karya (Saepudin & Wage, 2023) edukasi merupakan pembelajaran secara formal maupun non formal kepada seseorang atau kelompok agar dapat mengembangkan potensi dirinya dalam hal pengetahuan dan keterampilan.	<p>Menurut (Fega Lianda Putri, 2021), ada empat indikator edukasi yaitu</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pelatihan b. Pendidikan c. Kualitas d. Pengajaran

4.	Kualitas Pelayanan (X4)	Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh pelanggan agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Sumarsid & Paryanti, 2022).	<ul style="list-style-type: none"> a. Bukti Fisik (<i>tangibles</i>) b. Keandalan (<i>reliability</i>) c. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) d. Jaminan (<i>assurance</i>) e. Empati (<i>empathy</i>)
5	Religiusitas (X5)	Menurut (Suryadi & Hidayat, 2021) religiusitas merupakan tingkat keyakinan (<i>belief</i>), dan sikap (<i>attitudes</i>) seseorang terhadap ajaran agama yang dianutnya dan praktik ritual (<i>ritual practices</i>) baik dalam konteks hubungan dengan Allah SWT baik secara vertikal maupun horizontal, sebagai upaya untuk mencari makna kehidupan dan kebahagiaan.	<ul style="list-style-type: none"> a. keyakinan b. Praktik agama c. Pengalaman d. Pengetahuan e. Pengamalan
6	Minat	Minat santri adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang atau santri untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan (Mujib & Amin, 2023).	Menurut (Ferdinand, 2006) dalam jurnal karya (Qoes Atik & Nurpiani, 2022), terdapat empat indikator dalam minat, yaitu sebagai berikut : <ul style="list-style-type: none"> a. Transaksional b. Referensial c. Preferensial d. Eksploratif

F. Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh informasinya secara langsung dari sumber objek penelitian melalui pengukuran, perhitungan sendiri dalam bentuk kuesioner, observasi dan wawancara (Fauzy, 2019). Dalam penelitian ini data primer akan diperoleh dengan menyebarkan kuesioner (angket) yang diajukan kepada santri pondok pesantren Attholibiyah, dengan dibuat secara *offline*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang berasal dari studi kepustakaan atau dari lembaga negara/pemerintahan atau swasta yang mempunyai otoritas mengumpulkan dan mengolah data (Fauzy, 2019). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, ataupun artikel internet.

G. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan sesuatu yang dianggap berarti dan diketahui, data dapat memberikan gambaran umum terkait suatu keadaan atau permasalahan yang dikaitkan dengan tempat dan waktu dan sesuai dengan keadaan sebenarnya. Teknik pengumpulan data merupakan cara pengumpulan atau pengambilan data dalam penelitian yang berada di lapangan (Garaika, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuisisioner/Angket

Teknik kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang ditujukan untuk mengajukan pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden (Sugiyono, 2019). Untuk pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Pada skala *likert* variabel yang hendak diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator variabel dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen yang dapat berbentuk pertanyaan ataupun pernyataan. Terdapat lima pilihan jawaban akan tersedia di kuisisioner yang akan disebarakan kepada responden, berikut lima pilihan jawaban:

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

No	Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

2. Observasi

Observasi adalah metode pengamatan ilmiah yang menggunakan panca indera, seperti pendengaran, penglihatan, dan penciuman, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Hasil observasi dapat mencakup aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi, atau suasana tertentu, serta perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran langsung dari suatu peristiwa atau kejadian (Fauzy, 2019). Observasi terkait dengan penelitian

ini yaitu mengenai pengaruh promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah (studi kasus santri pondok pesantren Attholibiyah Bumijawa Tegal) Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi kepada santri pondok pesantren Attholibiyah.

3. *Literatur Review* (Studi Kepustakaan)

Literatur review atau studi kepustakaan merupakan pengumpulan data dengan cara menelaah berbagai referensi serta hasil penelitian sebelumnya dengan pedoman literatur ilmiah yang berkaitan dengan nilai norma yang berkembang sesuai dengan permasalahan sosial yang akan diteliti (Sugiyono, 2019).

Literatur review atau studi kepustakaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu mencari data dari buku-buku, jurnal ilmiah, skripsi, internet dan sumber pada media cetak yang berkaitan dengan tema skripsi ini.

H. Teknik Analisis Data Penelitian

Teknik analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jawaban atas rumusan masalah dan hipotesis yang sudah di buat. Kemudian penelitian ini dianalisa dengan *software* SPSS. SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) merupakan *software* untuk membantu menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai angket/kuesioner yang sedang dipergunakan benar-benar sudah valid. Terdapat dua cara yang dapat dipakai dalam uji validitas pertama yaitu dengan korelasi behavariet dan selanjutnya *correlated item-total correlation* dengan menggunakan program yaitu SPSS (Widiyanto, 2010), dalam (Ramdani *et al.*, 2023).

Cara melakukan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} pada penelitian ini, dengan r_{tabel} untuk *degre of freedom* (df) = n-2, dengan n disebut jumlah sampel.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu:

- 1) Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, artinya item sebuah kuesioner dapat dinyatakan valid.
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, artinya sitem sebuah kuesioner dianggap tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu proses evaluasi yang menggambarkan seberapa jauh suatu pengukuran dapat dilakukan tanpa adanya bias atau kesalahan, bertujuan untuk menilai sejauh mana konsistensi jawaban individu terhadap pernyataan-pernyataan dalam suatu kuesioner (Putri & Mahmudah, 2020).

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner/angket yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian dapat dikatakan reliabel atau tidak. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji *statistic Cronbach Alpha*. Nilai *cronbach alpha* dapat dibandingkan dengan nilai 0,60 untuk menentukan apakah suatu data dapat dikatakan reliabel. Dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas, yaitu jika nilai *crobach alpha* $> 0,60$, maka dinyatakan reliabel sebagai alat pengumpul data dalam penelitian (Dewi & Sudaryanto, 2020).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas menurut (Hakim *et al.*, 2023) yaitu:

- 1) Apabila nilai dari *Cronbch's Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner dapat dikatakan reliabel.
- 2) Sebaliknya, jika nilai dari *Cronbch's Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner dapat dikatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut (Machali, 2021), uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah nilai residual atau perbedaan yang ada dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residual dapat diketahui dari kurva seperti lonceng (*bell shaped curve*) jika berdistribusi normal. Secara deskriptif, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *histogram regression residual* yang sudah di standarkan.

Sedangkan secara statistik, uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis *explore* dan menggunakan nilai signifikansi pada *One Sample Kolmogorow Smirnov* dengan kriteria pengujianya jika nilai *asymptotic significance* > dari 0,05 maka data berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai signifikasinya < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal (Machali, 2021:114)

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah ada kolerasi (hubungan) signifikan diantara variabel bebas. Temuan tingkat kolerasi yang cukup tinggi menunjukkan adanya hubungan yang cukup tinggi dalam pengukuran variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Machali, 2021).

Metode pengujian multikolienaritas dalam SPSS menggunakan uji regresi dengan patokan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance* nya. Apabila nilai *VIF* < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,10 maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Jika koefisien kolerasi linear antar variabel bebas < 0,5, maka tidak terdapat masalah multikolienaritas (Machali, 2021;140)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kasus atau penyimpangan asumsi klasik. Heteroskedastisitas

adalah untuk menganalisis adanya perbedaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi yang cara pengujiannya dengan Uji *Park Gleyser*. Pengujiannya dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen terhadap nilai *absolute residual*. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan *absolut residual* $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Machali, 2021:128).

3. Uji Regresi

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan jika peneliti bermaksud untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi kesimpulannya adalah analisis regresi berganda dilakukan jika jumlah variabel independen minimal dua (Sugiyono, 2019).

Peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda dikarenakan variabel X dalam penelitiab ini terdapat lima variabel yang mempengaruhi, antara lain : promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas yang mana terdapat lebih dari satu variabel X yang dapat mempengaruhi variabel Y. Adapun persamaan regresi untuk penelitian ini menurut (Machali, 2021) yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y	= Minat
α	= Konstanta
X_1	= Promosi
X_2	= Pengetahuan
X_3	= Edukasi
X_4	= Kualitas Pelayanan
X_5	= Religiusitas

$$\beta_{12345} = \text{Koefisien regresi}$$

$$e = \text{Error}$$

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2011), uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen dengan *level of significance* 5% (Basyit, 2020). Dasar pengambilan keputusan uji T, yaitu;

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel *independent* (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* (Y).
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel *independent* (X) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* (Y).

Pengujian Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Rumusan Hipotesis

Ho1 : $\beta_1 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh positif antara promosi terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ha1 : $\beta_1 > 0$: Terdapat pengaruh positif antara promosi terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ho2 : $\beta_2 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh positif antara pengetahuan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ha2 : $\beta_2 > 0$: Terdapat pengaruh positif antara pengetahuan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ho3 : $\beta_3 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh positif antara edukasi terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ha3 : $\beta_3 > 0$: Terdapat pengaruh positif antara edukasi terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ho4 : $\beta_4 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ha4 : $\beta_4 > 0$: Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ha5 : $\beta_5 > 0$: Tidak terdapat pengaruh positif antara religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ha5 : $\beta_5 > 0$: Terdapat pengaruh positif antara religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ha6 : $\beta_6 > 0$: Tidak terdapat pengaruh positif antara promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ha6 : $\beta_6 > 0$: Terdapat pengaruh positif antara promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

2) Kriteria Pengujian

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 dapat diterima dan H_a ditolak.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 tidak ditolak dan H_a diterima.

3) Kriteria Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 0,05 dan tingkat kepercayaan atau reliabilitas ditetapkan sebesar 0,95 (Sugiyono, 2019). Dikatakan signifikan jika nilai $\alpha < 0,05$ (Suliyanto, 2011).

4) Dasar Pengambilan Keputusan

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai Sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai Sig $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020). Hipotesis pada penelitian ini antara lain:

1) Rumusan Hipotesis

Ho : $\beta \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh positif antara promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

Ha : $\beta > 0$: Terdapat pengaruh positif antara promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

2) Kriteria Pengujian

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 dapat diterima dan H_a ditolak.

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 tidak ditolak dan H_a diterima.

3) Kriteria Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 0,05 dan tingkat kepercayaan atau reliabilitas ditetapkan sebesar 0,95 (Sugiyono, 2019). Dikatakan signifikan jika nilai $\alpha \leq 0,05$ (Suliyanto, 2011).

4) Dasar Pengambilan Keputusan

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai Sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai Sig $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c. Analisis Determinasi ($R^2R Square$)

Menurut (Ferils, 2022), koefisien determinasi ($R^2R Square$) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel *independent* (bebas) dapat menjelaskan variasi variabel *dependent* (terikat), baik secara parsial atau simultan. Dalam penelitian ini koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel-variabel *independent* (bebas/X) yaitu promosi, kualitas pelayanan, pengetahuan, edukasi dan religiusitas dalam mempengaruhi variabel *dependent* (terikat/Y) yaitu minat santri dalam menabung di bank syariah.

Analisis determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen

atau terikat. Koefisien determinasi dapat dihasilkan dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau *R Squared* (R^2) (Ichsan & Karim, 2021).



BAB IV

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Attholibiyah

1. Sejarah singkat

Pondok pesantren Attholibiyah berada di jalan Mobok Karsih Rt 02/04 Desa Muncanglarang, Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal Provinsi Jawa Tengah. Pondok pesantren Attholibiyah merupakan lembaga pendidikan Islam yang didirikan oleh Habib Muhammad bin Thalib Al-Athas pada tahun 2006, sebagai kelanjutan dari dakwah ayah beliau yaitu Al-Habib Tholib bin Mukhsin Al-Athas.

Al-Habib Tholib bin Mukhsin Al-Athas merupakan sesosok ulama yang di kenal aktif berdakwah di Bumijawa, sebuah daerah di kaki Gunung Slamet, untuk menyebarkan ajaran Islam. Selain berdakwah, beliau juga dikenal sebagai petani yang tekun dan berperan dalam pembangunan infrastruktur pertanian dan penyediaan air bersih bagi masyarakat setempat.

Setelah wafatnya, anak-anak beliau, terutama Habib Muhammad bin Thalib Al-Athas, mendirikan Pondok Pesantren Attholibiyah sebagai penghormatan dan untuk melanjutkan perjuangan dakwah ayah mereka. Pesantren ini berdiri di atas lahan seluas sekitar satu hektar dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas, termasuk asrama santri, aula, rumah tamu, kantor, dan gedung-gedung sekolah, baik sekolah MI, MTs, SMK bahkan perguruan tinggi.

Setelah Habib Muhammad bin Tholib Al-Athas wafat pada tahun 2020 silam, Pondok Pesantren Attholibiyah saat ini berada dibawah naungan dan bimbingan Hj. Umi Ma'ani yang dibantu pula oleh anak-anaknya atau kakak dan adik dari Habib Muhammad Al-Athas. Pengasuh merupakan keluarga ndalem atau keturunan dari pendiri pondok pesantren yang secara turun temurun memimpin pondok pesantren sebagai pengasuh. Sedangkan dewan asatidz terdiri dari asatidz dari luar pondok dan adapula santri yang sudah ditunjuk menjadi asatidz di pondok pesantren. Kemudian,

untuk memudahkan koordinasi antar pengasuh dan santri dipilih lurah pondok. Masing-masing lurah pondok putra dan lurah pondok putri dipilih berdasarkan musyawarah dan pemilu di pondok pesantren.

Tujuan didirikannya pesantren ini adalah untuk menyelenggarakan pendidikan agama Islam yang komprehensif dan membentuk generasi muda yang berakhlak mulia serta berpengetahuan luas dalam bidang agama. Sejak Didirikan, Attholibiyah telah berkembang pesat dan kini memiliki sekitar 980 santri, baik putra maupun putri. Pesantren ini mengedepankan pendidikan agama yang integratif, dengan mengajarkan berbagai disiplin ilmu, termasuk fiqih, tafsir, dan akhlak.

Pondok Pesantren Attholibiyah merupakan pondok salafiyah namun tidak hanya fokus pada pendidikan formal, tetapi juga aktif dalam kegiatan sosial dan keagamaan. Para santri dilibatkan dalam berbagai kegiatan seperti pengajian, bakti sosial, dan program-program lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman agama serta kepedulian sosial. Dengan landasan yang kuat dalam ajaran Islam dan komitmen terhadap pendidikan yang berkualitas, Pondok Pesantren Attholibiyah terus berupaya mencetak generasi muda yang siap menghadapi tantangan zaman sambil tetap berpegang pada nilai-nilai keislaman.

2. Visi dan Misi

Visi pondok pesantren Attholibiyah yaitu “Terbentuknya kader-kader ulama yang cerdas, terampil dan berakhlakul kalimah untuk mencapai kebahagiaan dunia serta akhirat”. Adapun misi pondok pesantren Attholibiyah yaitu :

- a. Mendidik kader-kader ulama dalam ilmu pengetahuan dan teknologi agar menjadi generasi yang cerdas serta tidak gugup akan kemajuan teknologi.
- b. Mendidik kader-kader ulama dalam bidang keterampilan, baik *softskill* maupun *hardskill*.

- c. Mendidik kader-kader ulama secara seimbang, baik pengetahuan umum maupun pengetahuan agama untuk membentuk manusia paripurna (insan kamil).

B. Karakteristik Responden Penelitian

Untuk memahami karakteristik responden dalam penelitian ini, dimaksudkan pada bagian kuesioner yang disebar. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner/angket yang dibagikan kepada santri pondok pesantren Attholibiyah Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal sebanyak 210 responden. Gambaran mengenai karakteristik responden diperoleh melalui data yang terdapat pada kuesioner. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini, yaitu:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Berikut ini merupakan karakteristik responden santri pondok pesantren Attholibiyah berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	100	42,0%
2.	Perempuan	110	58,0%
	Total	210	100%

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Dari table 4.1 diatas hasil uji karakteristik responbden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa Jumlah responden perempuan lebih besar dibandingkan dengan laki-laki, dengan 110 responden perempuan dengan persentase 58% dan 100 responden laki-laki dengan persentase sebesar 42%.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Berikut ini merupakan karakteristik responden santri pondok pesantren Attholibiyah Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal berdasarkan usia :

Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17 Tahun	24	11,43 %
2.	18 Tahun	60	28,57 %
3.	19 Tahun	26	12,38 %
4.	20 Tahun	21	12,86 %
5.	21 Tahun	30	14,29 %
6.	22 Tahun	22	10,48 %
7.	23 Tahun	12	5,71 %
8.	24 Tahun	9	4,28 %
Total		210	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, data yang diperoleh melalui kuesioner menunjukkan bahwa responden dengan umur 17 tahun sebanyak 24 orang, umur 18 tahun sebanyak 60 orang, umur 19 tahun sebanyak 26 orang, umur 20 tahun sebanyak 21 orang, umur 21 tahun sebanyak 30 orang, umur 22 tahun sebanyak 22 orang, umur 23 tahun sebanyak 12 orang dan umur 24 tahun sebanyak 9 orang. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah umur 18 tahun karena umur tersebut merupakan kelompok usia rata-rata santri di Pondok Pesantren Attholibiyah.

3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Berikut ini merupakan karakteristik responden santri pondok pesantren Attholibiyah berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar	186	88,57%
2.	Petani	8	3,81%
3.	Wirausaha	16	7,62%
Total		210	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Dari tabel 4.3 diatas berdasarkan pekerjaan santri pada pondok pesantren Attholibiyah, diketahui responden pekerjaan pelajar lebih besar dibandingkan dengan responden pekerjaan lainnya. dengan 186 responden pelajar dengan persentase 88,57%, 8 responden petani dengan presentase sebesar 3,81%, dan 16 responden dengan pekerjaan wirausaha sebesar

7,62%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini dengan karakteristik pekerjaan adalah sebagai pelajar.

C. Uji Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas adalah alat pengukur data suatu penelitian sampai dinyatakan benar atau valid. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid dan apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini dimaksudkan untuk menentukan besarnya r_{tabel} dan r_{hitung} . Untuk mengetahui r_{tabel} dengan rumus: $r_{tabel} = n-2$ $(210 - 2) = 208$

maka dengan hasil 208 diperoleh nilai r_{tabel} 0,135. Dalam penelitian ini, aplikasi IBM SPSS 25 digunakan untuk menguji validitas pada 210 responden. Berikut data hasil uji validitas pada penelitian ini:

Tabel 4. 4 Uji Validitas

Variabel	No item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Promosi (X1)	1	0,755	0,135	Valid
	2	0,713	0,135	Valid
	3	0,716	0,135	Valid
	4	0,756	0,135	Valid
	5	0,760	0,135	Valid
Pengetahuan (X2)	1	0,800	0,135	Valid
	2	0,844	0,135	Valid
	3	0,803	0,135	Valid
	4	0,831	0,135	Valid
	5	0,757	0,135	Valid
Edukasi (X3)	1	0,757	0,135	Valid
	2	0,831	0,135	Valid
	3	0,803	0,135	Valid
	4	0,844	0,135	Valid
	5	0,800	0,135	Valid
Kualitas Pelayanan (X4)	1	0,769	0,135	Valid
	2	0,765	0,135	Valid
	3	0,764	0,135	Valid
	4	0,852	0,135	Valid
	5	0,777	0,135	Valid
Religiusitas (X5)	1	0,740	0,135	Valid
	2	0,736	0,135	Valid
	3	0,722	0,135	Valid
	4	0,741	0,135	Valid
	5	0,613	0,135	Valid
Minat (Y)	1	0,739	0,135	Valid
	2	0,800	0,135	Valid

	3	0,742	0,135	Valid
	4	0,839	0,135	Valid
	5	0,792	0,135	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Terlihat dari hasil uji validitas pada tabel 4.10 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk kuesioner dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, dimana berdasarkan r tabel dengan 210 responden bernilai (0,135), Sehingga dapat dikatakan seluruh item pernyataan pada tiap indikator variabel yaitu pada variabel Promosi (X1), pengetahuan (X2), edukasi (X3), kualitas pelayanan (X4) religiusitas (X5) dan minat (Y) dapat memenuhi kriteria valid. Oleh karenanya, kuesioner dapat dimasukkan ke dalam analisis selanjutnya.

2. Uji reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kebenaran yang nyata atau mengukur konsistensi (kuesioner). Dalam menguji reliabilitas instrumen dalam variabel penelitian ini menggunakan dasar nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Jika nilai koefisien lebih dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau cukup baik begitupun sebaliknya. Hasil reabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	$r_{kritis} = 0,60$	Keterangan
Promosi (X1)	0,793	0,60	Reliabel
Pengetahuan (X2)	0,866	0,60	Reliabel
Edukasi (X3)	0,866	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X4)	0,845	0,60	Reliabel
Religiusitas (X5)	0,754	0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,841	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.11 diatas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* pada variabel promosi (X1) menghasilkan nilai 0,793, variabel pengetahuan (X2) menghasilkan nilai 0,866, variabel edukasi (X3) menghasilkan nilai 0,866, variabel kualitas pelayanan (X4) menghasilkan nilai 0,845, variabel religiusitas (X5) menghasilkan nilai 0,754 dan variabel minat (Y) menghasilkan nilai 0,841. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada

seluruh item dalam penelitian ini dikatakan reliabel dengan dasar nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Yang nantinya dapat digunakan penelitian selanjutnya.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Penelitian menggunakan *uji one sample kolmogrov-smirnov* dengan pendekatan Monte Carlo. Metode Monte Carlo adalah metode pengujian normalitas data dengan menggunakan pengembangan sistematis yang memanfaatkan bilangan acak. Tujuan dilakukan Monte Carlo yaitu untuk melihat distribusi data yang telah diuji dari sampel yang bernilai acak atau nilainya dianggap terlalu ekstrem. Dengan menggunakan taraf sig. 0,05. Dalam mengambil keputusan pada uji ini menggunakan dasar pedoman sebagai berikut:

- Jika Sig. (signifikansi) < 0,05% maka tidak terdistribusi dengan normal pada distribusi data.
- Jika Sig (signifikansi) > 0,05% maka terdistribusinya dengan normal pada distribusi data.

Tabel 4. 6 Uji Normalitas

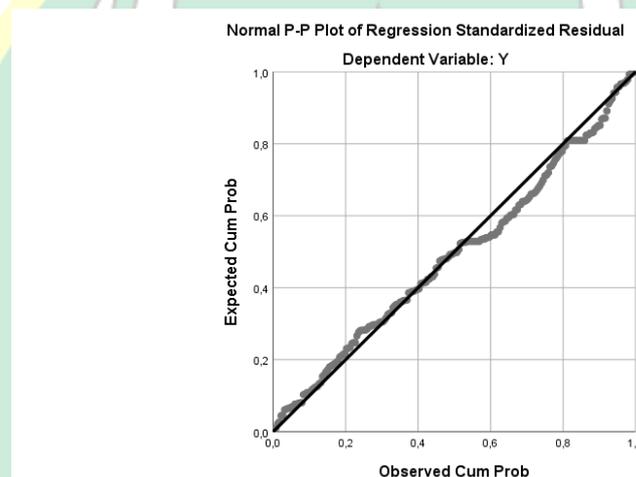
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N	210		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,24393157	
Most Extreme Differences	Absolute	,085	
	Positive	,085	
	Negative	-,044	
Test Statistic		,085	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,092 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,085
		Upper Bound	,100
a. Test distribution is Normal.			

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Hasil uji normalitas pada tabel 4.12 diatas, dapat diketahui nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar $0,092 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan peneliti dapat melanjutkan ke tahap berikutnya. Selain uji One Sample Kolmogorov Smirnov, peneliti jua menggunakan Kurva Normal P-Plot yang diolah dengan SPSS:

Gambar 4.1 Kurva Normal P-Plot



Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan gambar 4.3 di atas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data pada variabel penelitian berdistribusi normal (Mariana Naibaho, 2021).

2. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat adanya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance nya. Apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,10$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Rinaldi *et al.*, 2021). Hasil dari uji multikolinearitas tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 7 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,115	8,686
	X2	,126	7,957
	X3	,594	1,683
	X4	,467	2,140
	X5	,102	,9,764
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Dari tabel 4.13 hasil uji multikolinearitas diketahui nilai tolerance dan VIF pada variabel promosi sebesar $0,115 > 0,1$ dan $8,686 < 10$. Pada variabel pengetahuan sebesar $0,126 > 0,1$ dan $7,957 < 10$. Pada variabel edukasi sebesar $0,594 > 0,1$ dan $1,683 < 10$. Pada variabel kualitas pelayanan sebesar $0,467 > 0,1$ dan $2,140 < 10$. Pada variabel religiusitas sebesar $0,102 > 0,1$ dan $9,764 < 10$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel promosi, kualitas pelayanan, pengetahuan, edukasi dan religiusitas dibuktikan dengan nilai Tolerance $< 0,10$ dan VIF < 10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu uji yang digunakan untuk mengamati apakah ada perbedaan varians dari residual satu pada pengamatan yang lain. Apabila varian dari residual satu pada pengamatan lain konstan maka disebut dengan homokedastisitas, sebaliknya apabila variance dari residual pada pengamatan lain berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan uji glejser (Setiawati, 2021).

Dalam uji glejser ini, gejala dari adanya heteroskedastisitas diamati dari setiap koefisien regresi dari tiap variabel independen terhadap nilai residual. Pengambilan keputusan berdasarkan (M. S. Hidayat, 2023) pada :

- Jika nilai signifikansinya $> (0,05)$ maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansinya $< (0,05)$ maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas

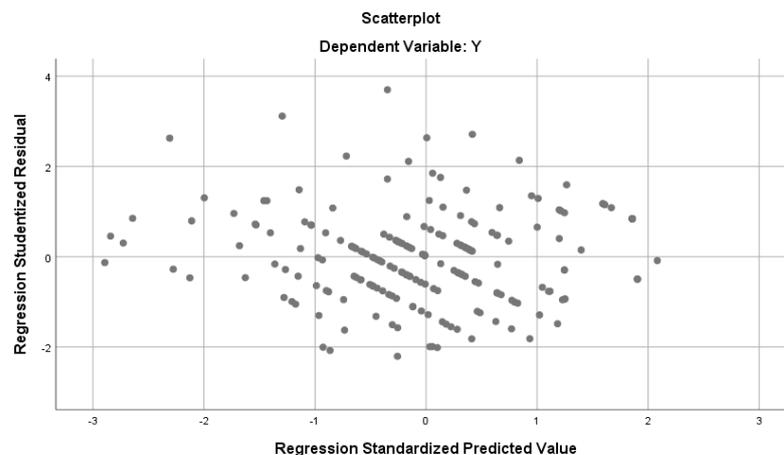
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,371	,635		,584	,560
	X1	,130	,087	,302	1,486	,139
	X2	-,148	,077	-,369	-	,058
	X3	,029	,029	,090	1,905	,317
	X4	,037	,032	,114	1,154	,250
	X5	-,005	,090	-,011	-,052	,958

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Dari tabel hasil uji heteroskedastisitas diketahui nilai sig. pada variabel Promosi sebesar $0,139 > 0,05$, pada variabel pengetahuan sebesar $0,058 > 0,05$, pada variabel edukasi sebesar $0,317 > 0,05$, pada variabel kualitas pelayanan sebesar $0,250 > 0,05$, pada variabel Religiusitas $0,958 > 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain uji glejser, peneliti juga menggunakan *scatterplot* yang diolah dengan SPSS berikut hasil yang diperoleh:

Gambar 4.2 Hasil Scatterplot



Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2024

Berdasarkan scatterplot terjadinya heteroskedastisitas apabila scatterplot terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola teratur, bergelombang, menyempit atau melebar. Tidak terjadi heteroskedastisitas pada scatterplot jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y (Mariana Naibaho, 2021). Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.

E. Uji Regresi

1. Analisis regresi linear berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk menganalisis data yang bersifat *multivariate* atau lebih dari satu variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat lima variabel independen yaitu Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas pelayanan dan Religiusitas. Berikut merupakan hasil dari analisis regresi berganda:

Tabel 4. 9 Analisis regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,511	,964		4,679	,000
X1	-,948	,129	-,850	-7,342	,000
X2	,620	,111	,590	5,593	,000
X3	,270	,043	,318	6,258	,000
X4	,202	,047	,242	4,335	,000
X5	,625	,158	,578	3,949	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2024

Dari tabel 4.15 diatas maka didapatkan persamaan sebagai berikut

$$Y = 4,511 + -0,948X1 + 0,620X2 + 0,270X3 + 0,202X4 + 0,625X5 + e.$$
 Persamaan tersebut memiliki arti bahwa nilai variabel Y (Minat)

dipengaruhi oleh nilai variabel X1, X2, X3, X4 dan X5, rincian makna tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 4,511 menyatakan bahwa jika variabel X1 (promosi), variabel X2 (kualitas pelayanan), variabel X3 (pengetahuan), variabel X4 (edukasi) dan variabel X5 (religiusitas), dianggap sama dengan 0, maka variabel Y (minat) tidak berubah yaitu sebesar 4,511 atau sama seperti nilai sebelumnya.
- b. Nilai koefisien regresi variabel X1, (promosi) sebesar -0,948, X2, X3, X4 dan X5, dianggap besarnya ≤ 0 dan tidak terdapat pengaruh positif, menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) poin nilai variabel X1 (promosi) menurunkan nilai variabel Y (minat) sebesar -0,948 poin.
- c. Nilai koefisien regresi variabel X2, (pengetahuan) sebesar 0,620, X1, X3, X4 dan X5 dianggap besarnya sama dengan 0, menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) poin nilai variabel X2 (pengetahuan) meningkatkan nilai variabel Y (minat) sebesar 0,620 poin.
- d. Nilai koefisien regresi variabel X3, (Edukasi) sebesar 0,270, X1, X2, X4 dan X5 dianggap besarnya sama dengan 0, menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) poin nilai variabel X3 (Edukasi) meningkatkan nilai variabel Y (minat) sebesar 0,270 poin.
- e. Nilai koefisien regresi variabel X4, (kualitas pelayanan) sebesar 0,202, X1, X2, X3 dan X5 dianggap besarnya sama dengan 0, menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) poin nilai variabel X2 (kualitas pelayanan) meningkatkan nilai variabel Y (minat) sebesar 0,202 poin.
- f. Nilai koefisien regresi variabel X5, (religiusitas) sebesar 0,625, X1, X2, X3 dan X4 dianggap besarnya sama dengan 0, menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) poin nilai variabel X5 (religiusitas) meningkatkan nilai variabel Y (minat) sebesar 0,625 poin.

Pada hasil pengujian memperlihatkan bahwa variabel Edukasi memiliki hasil output regresi yang paling tinggi diantara variabel promosi, pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas, hal ini menunjukkan bahwa variabel edukasi memiliki pengaruh yang paling

dominan karena Tingkat pemahaman yang cukup baik terhadap perbankan syariah akan berdampak pada peningkatan pemanfaatan simpanan, pembiayaan, serta transaksi pembayarannya. Karena itu, edukasi literasi menjadi sebuah pemahaman dan keyakinan komprehensif pada diri seseorang terhadap keputusan keuangannya (Saepudin & Wage, 2023).

F. Uji Hipotesis

1. Uji parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk mengukur uji t yaitu dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} untuk mencari t_{tabel} yaitu dengan cara:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (a/2 ; n-k-1) \\ &= (0.05/2 ; 210-5-1) \\ &= 204 \end{aligned}$$

Keterangan

- a = Nilai probabilitas (0.05)
- n = Jumlah sampel
- k = Jumlah variabel *independent* (bebas)

Dengan tingkat signifikansi 0.05, maka dapat ditentukan t_{tabel} sebesar 1,972 (Haribowo *et al.*, 2022). Berikut hasil perhitungan uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,511	,964		4,679	,000
	X1	-,948	,129	-,850	-7,342	,000
	X2	,620	,111	,590	5,593	,000
	X3	,270	,043	,318	6,258	,000
	X4	,202	,047	,242	4,335	,000

X5	,625	,158	,578	3,949	,000
a. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, diperoleh t_{hitung} X1 sebesar -7,323, X2 sebesar 5,593, X3 sebesar 6,258, X4 sebesar 4,335 dan X5 sebesar 3,949. Untuk t_{tabel} diperoleh 1,972. Berikut ini merupakan analisis dari uji t antara promosi, kualitas pelayanan, pengetahuan, edukasi, dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah:

- a. Pada variabel promosi diketahui nilai t_{hitung} sebesar $-7,323 < t_{tabel}$ 1,972 serta sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki koefisien negatif dan signifikan, sehingga secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh secara positif terhadap minat santri menabung di bank syariah (Y).
- b. Pada variabel pengetahuan diketahui nilai t_{hitung} sebesar $5,593 > t_{tabel}$ 1,972 serta sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan memiliki koefisien positif dan signifikan, sehingga secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh secara positif terhadap minat santri menabung di bank syariah (Y).
- c. Pada variabel edukasi diketahui nilai t_{hitung} sebesar $6,258 > t_{tabel}$ 1,972 serta sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa edukasi memiliki koefisien positif dan signifikan, sehingga secara parsial variabel edukasi berpengaruh secara positif terhadap minat santri menabung di bank syariah (Y).
- d. Pada variabel kualitas pelayanan diketahui nilai t_{hitung} sebesar $4,335 > t_{tabel}$ 1,972 serta sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki koefisien positif dan signifikan, sehingga secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap minat santri menabung di bank syariah (Y).
- e. Pada variabel religiusitas diketahui nilai t_{hitung} sebesar $3,949 > t_{tabel}$ 1,972 serta sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat

disimpulkan bahwa religiusitas memiliki koefisien positif dan signifikan, sehingga secara parsial variabel religiusitas berpengaruh secara positif terhadap minat santri menabung di bank syariah (Y).

2. Uji simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji simultan diuji dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05. Untuk mengukur uji f yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} , dengan:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= a ; (k ; n-k-1) \\ &= 0,05 (5 ; 210-5-1) \\ &= 0,05 (5 ; 204) \\ &= 2,26 \end{aligned}$$

Keterangan

- a = Nilai probabilitas (0.05)
n = Jumlah sampel
k = Jumlah variabel *independent* (bebas)

maka, nilai f_{tabel} nya adalah sebesar (2,26) (lampiran table f). Hasil perhitungan uji f adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	900,065	5	180,013	82,187	,000 ^b
	Residual	446,816	204	2,190		
	Total	1346,881	209			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5						

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2024

Berdasarkan table 4.17 di atas, diperoleh f hitung sebesar 82,187. Untuk f tabel diperoleh 2,26. Hal ini menunjukkan bahwa f hitung > f tabel (82,187 > 2,26). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan

Ha diterima yang berarti variabel independen yaitu promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat.

3. Uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji determinasi berupa *Adjusted R Square* karena koefisien determinasi yang telah dikoreksi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi pembahasan variabel maupun penambahan ukuran sampel (Ichsan & Karim, 2021). Berikut hasil perhitungan uji *Adjusted R Square* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,817 ^a	,668	,660	1,47996
a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5				

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.18 diatas, didapatkan bahwa nilai koefisien R adalah 0,817 (81,7%) yang berarti variabel-variabel bebas memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat. Selanjutnya, diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,668 (66,8%) artinya variabel promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas dapat mempengaruhi minat santri dalam menabung di bank syariah sebesar 66,8%, sedangkan sisanya 31,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

G. Pembahasan dan Hasil Penelitian

1. Pengaruh promosi terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah

Berdasarkan pada hasil perhitungan regresi linier 4.16 yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial)

menunjukkan bahwa hasil dari t_{hitung} variabel promosi (X1) terhadap minat (Y) sebesar -7,342 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari t_{tabel} ($-7,342 < 1,972$) dan menghasilkan tingkat signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa promosi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah. Dengan demikian hipotesis pertama (**H₁**) promosi terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah **ditolak** sedangkan hipotesis 0 diterima.

Pada hasil pengujian memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan, pengetahuan edukasi dan religiusitas memiliki hasil output regresi yang paling tinggi diantara variabel promosi. Berdasarkan hasil uji regresi dan uji t, variabel promosi memiliki koefisien negatif yang signifikan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa santri lebih mengutamakan pengetahuan, edukasi keuangan syariah dan nilai-nilai agama dari pada iklan atau promosi. Selain itu, promosi yang dilakukan bank syariah tidak tepat sasaran dimana jika promosi lebih fokus pada media digital, sementara santri mungkin lebih jarang mengakses media tersebut, maka promosi menjadi kurang efektif.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), yang dikemukakan oleh Elmo Lewis merupakan suatu pesan yang harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, menjadi minat dan mengambil tindakan (Pramita & Manafe, 2022). Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan tidak efektif dalam menarik perhatian, menumbuhkan minat, membangun keinginan, atau mendorong tindakan dari konsumen. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu melakukan evaluasi dan memperbaiki strategi promosi agar dapat memberikan dampak positif sesuai dengan tahapan AIDA.

Dalam Islam, promosi dikatakan sebagai penyampaian pesan atau ajakan kebaikan dalam memberikan pelayanan terbaik, hal tersebut berkaitan dengan hadist yang diriwayatkan oleh Abu Dawud yaitu:

وَعَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ، فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ.

Artinya : Dari Ibnu Mas'ud RA. Beliau berkata Rasulullah SAW bersabda: "Barang siapa yang menunjukkan kebaikan, maka ia mendapatkan pahala sepadan dengan orang yang melakukannya." (HR. Abu Dawud).

Hadits ini, mengajarkan bahwa promosi yang dilakukan oleh bank syariah dapat dianggap sebagai amal kebaikan jika dilakukan dengan tujuan mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk menghindari riba dan melakukan transaksi sesuai syariat Islam dan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen itu sendiri (Zahraini & Andrian, 2023). Dalam konteks penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, jika promosi dilakukan tanpa pemahaman yang mendalam dan tanpa pendekatan yang tepat, maka promosi pesan tersebut tidak akan efektif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Darmayanti & Rosyidah, 2022) dimana promosi tidak berpengaruh secara positif dan disebabkan kurangnya promosi atau penyebaran pengetahuan mengenai bank syariah kepada masyarakat baik dalam media cetak maupun online seperti, jarang di temukan informasi iklan - iklan pada televisi dan radio, pamflet - pamflet disekitar jalan, begitu juga dalam media cetak seperti, brosur-brosur dan koran yang jarang menyebarkan mengenai informasi bank syariah, sehingga menimbulkan kurangnya minat menabung masyarakat di bank syariah.

2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah

Berdasarkan pada hasil perhitungan regresi linier 4.16 yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari t_{hitung} variabel pengetahuan (X₂) terhadap minat (Y) sebesar 5,593 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} ($5,593 > 1,972$) dan menghasilkan tingkat signifikansi yaitu 0,000 lebih

kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah. Dengan demikian hipotesis pertama (**H₂**) pengetahuan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah **diterima** sedangkan hipotesis 0 ditolak.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa salah satu faktor dari *Theory of Planned Behavior* adalah kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived control behavior*). Faktor ini sesuai dan relevan karena kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada keyakinan seseorang tentang kemampuan mereka untuk melakukan suatu perilaku. Santri yang memiliki pengetahuan lebih baik tentang sistem bank syariah akan merasa lebih mampu dan percaya diri untuk menabung di bank syariah. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengetahuan, semakin besar persepsi kontrol santri terhadap perilaku menabung di bank syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat santri menabung. Hal ini berarti bahwa minimnya pengetahuan tentang bank syariah dapat menjadi hambatan dalam meningkatkan minat santri untuk menggunakan layanan keuangan syariah, selain itu dengan memahami ajaran Islam tentang pengelolaan harta, individu didorong untuk menabung sebagai bentuk ibadah, tanggung jawab sosial dan spiritual (Shobirun, 2024). Hal tersebut sejalan dengan landasan teologis yaitu surat Al-Dzariat ayat 56.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : "Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku." (QS. Adz-Dzariyat: 56)

Berdasarkan dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa, pengetahuan yang baik akan menciptakan kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan, sehingga mendorong santri untuk lebih aktif dalam menabung demi masa depan, sehingga santri semakin sadar akan pentingnya pengelolaan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian (Siregar *et al.*, 2021) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menabung di bank syariah. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bakhri *et al.*, 2021) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

3. Pengaruh edukasi terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah

Berdasarkan pada hasil perhitungan regresi linier 4.16 yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari t_{hitung} variabel edukasi (X3) terhadap minat (Y) sebesar 6,258 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} ($6,258 > 1,972$) dan menghasilkan tingkat signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa edukasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah. Dengan demikian hipotesis pertama (**H₃**) edukasi terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah **diterima** sedangkan hipotesis 0 ditolak.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa salah satu faktor dari *Theory of Planned Behavior* adalah sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*). Faktor ini sesuai dan relevan karena edukasi berperan besar dalam membentuk sikap (*attitude*) positif santri terhadap perilaku menabung di bank syariah. Edukasi memberikan pemahaman yang lebih baik kepada santri terhadap prinsip dasar perbankan syariah, manfaat menabung di bank syariah, nilai-nilai keuangan syariah dan perbedaan perbankan syariah dan konvensional. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik edukasi yang diberikan, semakin besar kemungkinan santri akan memiliki sikap terhadap perilaku menabung di bank syariah.

Dalam penelitian ini, variabel edukasi memiliki output tertinggi dibandingkan dengan variabel lainnya, yang menunjukkan bahwa edukasi

memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi santri dalam sistem keuangan Islam. Hal tersebut sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Attaubah ayat 122.

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً ۚ فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ
وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

Artinya : "Dan tidak sepatutnya orang-orang mukmin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari setiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam ilmu agama mereka dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya ketika mereka telah kembali kepadanya, agar mereka dapat menjaga dirinya." (QS. At-Taubah: 122)

Ayat tersebut menekankan pentingnya ilmu sebagai sarana untuk memberikan pemahaman dan kesadaran kepada umat agar menjalankan kehidupan sesuai dengan syariat Islam, termasuk dalam aspek ekonomi dan perbankan syariah (Shobirun, 2024). Oleh karena itu, bank syariah perlu memperkuat program edukasi keuangan syariah untuk terus meningkatkan kesadaran dan minat santri dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Program edukasi yang konsisten dan efektif akan memberikan manfaat jangka panjang bagi bank syariah dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan loyalitas nasabah dari kalangan pesantren.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian (Hani'in *et al.*, 2021) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa edukasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alwahidin & Afni, 2022) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa edukasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat santri dalam menabung di Bank syariah

Berdasarkan pada hasil perhitungan regresi linier 4.16 yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_4) terhadap minat (Y) sebesar 4,335 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari

$t_{\text{tabel}} (4,335 > 1,972)$ dan menghasilkan tingkat signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah. Dengan demikian hipotesis pertama (**H₁**) kualitas pelayanan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah **diterima** sedangkan hipotesis 0 ditolak.

Berdasarkan hasil tersebut, salah satu tahapan dari AIDA model (*Attention, Interest, Desire, Action*), yang dikemukakan oleh Elmo Lewis yaitu jika ketertarikan terhadap suatu produk itu kuat maka akan berlanjut ke tahap minat untuk kebutuhan-kebutuhannya. Jika minat begitu kuat baik karena dorongan dari dalam atau pengaruh eksternal, maka konsumen tersebut akan mengambil keputusan membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan (Kurniawati *et al.*, 2022). Hasil dari penelitian ini sesuai dengan tahapan tersebut, dimana kualitas pelayanan dapat menarik perhatian, menumbuhkan minat, keinginan dan akhirnya mendorong santri untuk menabung di bank syariah.

Kualitas pelayanan dalam dunia perbankan merupakan suatu poin penting, karena perbankan itu sendiri bergerak untuk memberikan layanan kepada nasabah pelayanan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, dan pengalaman positif santri dalam bertransaksi dengan bank syariah (Zalelawati *et al.*, 2023). Pelayanan yang optimal juga berperan penting dalam menciptakan loyalitas nasabah dan meningkatkan minat menabung, terutama di lingkungan pesantren yang menjunjung tinggi nilai keislaman, hal ini sesuai dengan landasan teologis pada QS. An-Nahl ayat 125 tentang pentingnya hikmah, kesantunan, dan sikap profesional dalam melayani (Zahraini & Andrian, 2023).

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, serta bantahlah mereka dengan cara yang baik.”(QS. An-Nahl 16 : 125).

Hasil penelitian ini, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alwahidin & Nur Afni, 2022) yang berjudul dimana faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif, karena apabila pelayanan suatu bank itu baik, maka dipastikan nasabah akan merasa puas terhadap bank tersebut.

5. Pengaruh religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah

Berdasarkan pada hasil perhitungan regresi linier 4.16 yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari t_{hitung} variabel religiusitas (X5) terhadap minat (Y) sebesar 3,949 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} ($3,949 > 1,972$) dan menghasilkan tingkat signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah. Dengan demikian hipotesis pertama (**H₅**) religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah **diterima** sedangkan hipotesis 0 ditolak.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa TPB (*Theory of Planned Behavior*) memiliki hubungan yang erat dengan religiusitas dalam memengaruhi minat santri untuk menabung di bank syariah. Religiusitas berperan penting dalam membentuk sikap positif, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan, yang pada akhirnya membentuk intensi santri untuk menabung di bank syariah.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa di lingkungan pondok pesantren Attholibiyah, nilai-nilai agama Islam yang dimiliki santri sangat kental dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal tersebut sejalan dengan landasan teologis pada Al-Qur'an surat Ali Imron ayat 130.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keuntungan” (Q.S Ali ‘Imran : 130).

Ayat tersebut menekankan bahwa keimanan akan mendorong seseorang untuk menghindari riba yang akan membawa keberuntungan dan kesuksesan, ayat tersebut juga menekankan bahwa sikap religius akan membentuk kepatuhan terhadap ajaran yang sesuai dengan prinsip syariah (Boga, 2023). Sehingga dalam konteks tersebut bank syariah dapat memanfaatkan temuan ini dengan meningkatkan program edukasi berbasis nilai-nilai agama dan memperkuat kerja sama dengan pesantren untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan santri.

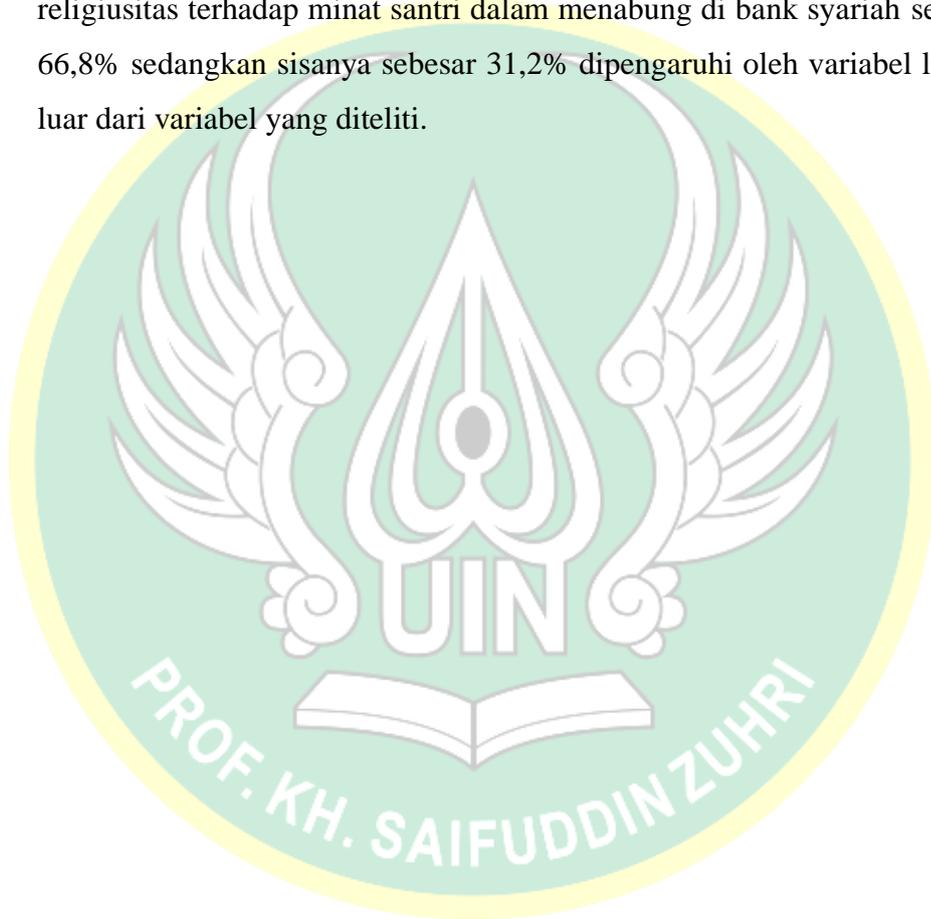
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian (Munajim *et al.*, 2022) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alwahidin & Afni, 2022) dan (Siregar *et al.*, 2021) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Musyafa & Iqbal, 2022) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

6. Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas pelayanan dan Religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah.

Dari hasil pengujian hipotesis nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 82,187 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,26 dengan nilai signifikansi nya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} ($82,187 > 2,26$), maka hipotesis yang menyatakan “Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas Pelayanan, Religiusitas

berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat santri dalam menabung di Bank Syariah” dinyatakan **diterima**.

Berdasarkan koefisien R sebesar 0,817 (81,7%) yang berarti variabel-variabel bebas memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat. Selanjutnya, diketahui bahwa nilai *R Square* pada penelitian ini diperoleh nilai Adjusted 2 sebesar 0,668 (66,8%) yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah sebesar 66,8% sedangkan sisanya sebesar 31,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel yang diteliti.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dibahas pada bab IV, bahwa pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah disebarakan kepada 210 responden yaitu santri pondok pesantren Attholibiyah yang berada di Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal, kemudian pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0 dengan pengujian validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, Analisis regresi berganda dan uji hipotesis secara parsial dan simultan dengan hasil sebagai berikut:

1. Pengujian yang dilakukan menghasilkan secara parsial variabel promosi (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-7,342 < 1,972$. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel promosi (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah (Y).
2. Pengujian yang dilakukan menghasilkan secara parsial variabel pengetahuan (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,593 > 1,972$. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pengetahuan (X2) secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah (Y).
3. Pengujian yang dilakukan menghasilkan secara parsial variabel edukasi (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,258 > 1,972$. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel edukasi (X3) secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah (Y).
4. Pengujian yang dilakukan menghasilkan secara parsial variabel kualitas pelayanan (X4) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,335 > 1,972$. Dari hasil

tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan (X4) secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah (Y).

5. Pengujian yang dilakukan menghasilkan secara parsial variabel religiusitas (X5) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,949 > 1,972$. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel religiusitas (X5) secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah (Y).
6. Pengujian yang dilakukan pada variabel promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai output dari Uji F menunjukkan hasil bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $(82,187 > (Durung))$ dan nilai signifikansi sebesar $(0,00 < 0,05)$. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel promosi, pengetahuan, edukasi, kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh dan signifikan terhadap minat santri dalam menabung di bank syariah.

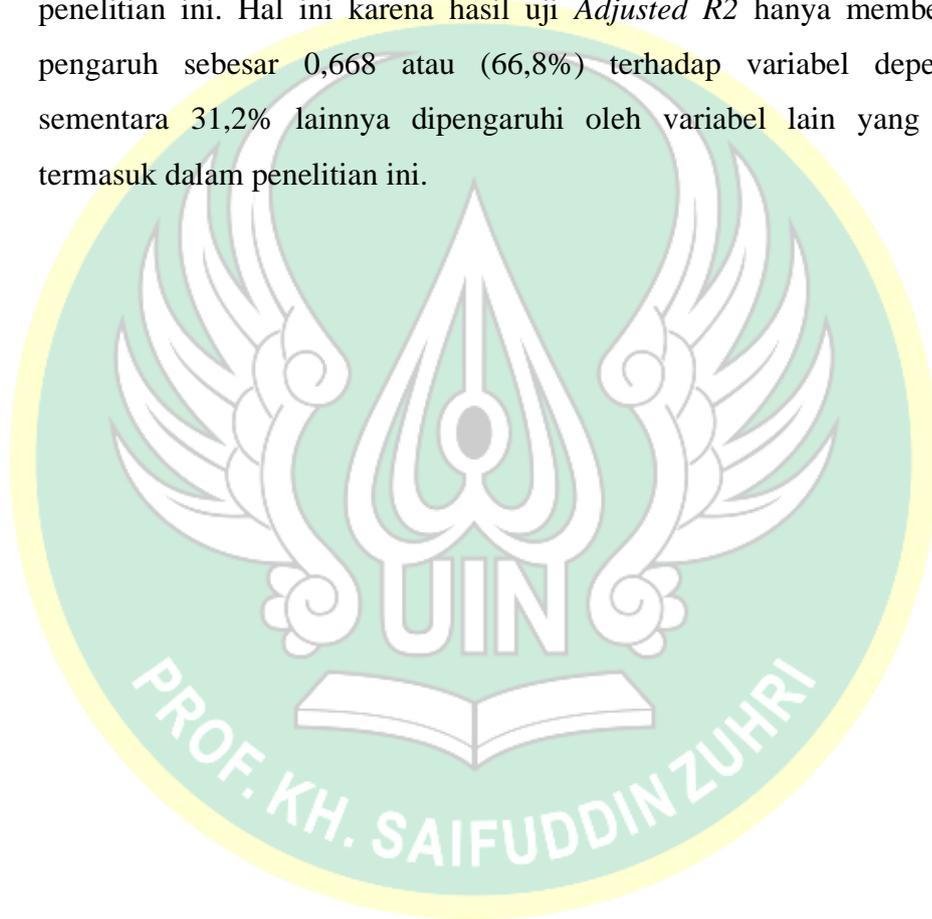
B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah, diharapkan dapat memperbaiki strategi promosi seperti mengubah pendekatan promosi menjadi lebih edukatif dan religius serta menggunakan media yang tepat untuk promosi di lingkungan pesantren. Karena berdasarkan hasil uji t variabel promosi memiliki pengaruh negatif, sedangkan variabel edukasi memiliki nilai output yang lebih tinggi daripada variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Bagi santri, Santri perlu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan syariah dengan aktif mengikuti program edukasi dan memanfaatkan produk bank syariah secara bijak. Dari hasil penelitian ini pendidikan merupakan faktor yang paling berpengaruh, sehingga santri

perlu lebih aktif dalam belajar dan memahami konsep menabung sesuai syariat Islam.

3. Penelitian lanjutan diharapkan dapat memperdalam analisis promosi yang efektif bagi kalangan santri serta memperluas kajian tentang edukasi keuangan syariah sebagai faktor utama dalam meningkatkan minat menabung di bank syariah dan dapat memperluas cakupan atau menambahkan variabel selain variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini karena hasil uji *Adjusted R2* hanya memberikan pengaruh sebesar 0,668 atau (66,8%) terhadap variabel dependen, sementara 31,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Alwahidin, Nur Afni. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia". *Journal Of Economic and Accounting*. Vol. 3. No. 1.
- Alwi, Hasan. (2012). "Kamus Besar Bahasa Indonesia". (Bandung: Balai Pustaka)
- Atiek, Muhammad goes, Eva Njurpiani. (2022). "Pengaruh Kemudahan, Penggunaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah (Survei Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)". *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 2. No. 1.
- Bakhri, Syaeful, Fitrohtul Laeli, Moh Mabruhi Fozi. (2021). "Pengaruh Pengetahuan dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Ridwan". *Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam*. Vol. 6. No. 2.
- Basyit, Abdul, Bambang Sutikno, Joes Dwiharto. (2020). "Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan". *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*. Vol. 5. No. 1.
- BPS Provinsi Jawa Tengah. (2024). "Banyaknya Pondok Pesantren, Kyai Ustadz dan Santri Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, 2021-2023". <https://jateng.bps.go.id/id/>. Diakses pada Kamis, 5 September 2024. Pukul 19.03 WIB
- Candrakuncaraningsih, Venomena. (2022). "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Kudus". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 8. No. 2.
- Damayanti, Salsabila Putri, Norma Rosyidah. (2022). "Pengaruh Media Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah". *International Jurnal ICO EDUSHA*. Vol. 3. No. 1.
- Dewi, Shinta Kurnia, Agus Sudaryanto. (2020). "Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner Pengetahuan Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah". *Semnaskep*. Vol. 7 No. 5.
- Fahrudin, Muhammad. (2019). "Hubungan Religiusitas Dengan Pengambilan Keputusan Orang Tua Untuk Memilih Sekolah Dengan Sistem Kuttab Di Pendidikan Iman Dan Qur'an Baittul Izzah". *Jurnal Psikoborneo*. Vol 7. No. 2.

- Fega Lianda Putri. (2021). *Analisis Faktor Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja*
- Ferils, Muhammad. (2022). “Kompetensi dan Stres Kerja Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 9. No. 4.
- Fitri, Riskal, Syarifudin Ondeng. (2022). “Pesantren Di Indonesia: Lembaga Pembentukan Karakter”. *Jurnal Al Urwatul Wutsqa: Kajian Pendidikan Islam*. Vol. 2. No. 1.
- Garaika, Dermanah. (2019). “Metodologi Penelitian”. (Lampung Selatan: CV Hira Tech).
- Hakim, Lukmanul. (2021). “Manajemen Perbankan Syariah”. (Pamekasan: Duta Media Publishing).
- Hani'in, Umi, Fitri Ernawati, Iin Emy P., A. Haris Romadhoni. (2021). “Pengaruh Pendidikan, Sosial dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Jatikuwung Gondangrejo Karanganyar)”. *Junal Ekonomika*. Vol. 5. No. 2
- Hidayat, Ma'rif dan Asky Humeriatunnisa. (2023). “Optimalisasi Peran Digital Banking Bank Syariah Indonesia Terhadap Perkembangan Industri Halal”. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah MABSYA*. Vol. 5 No. 2.
- Hilyatin, Dewi Laela, Akhris Fuadatis Sholikha. (2022). “Manajemen Keuangan Pesantren”. (Banyumas: Wawasan Ilmu).
- Jogiyanto, H.M. (2007). “Sistem Informasi Keperilakuan”. (Semarang: ANDI Yogyakarta).
- Ichsan, R. N dan A. karim. (2021). “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Jasa Raharja Medan”. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*. Vol. 6. No. 1.
- Ismail, Salam, Heri Irawan, Chairul Sani. (2022). “Pentingnya Edukasi Perbankan Syariah di Era Modern”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Hukum (JPMEH)*. Vol. 1. No. 1.
- Kurniawati, Nia Kania, Nurprapti Wahyu Widyastuti, Muhamad Ihsan Alifi, Maulia Pratiwi, Haiun Nisa, Ibnu Chalis Maulana. (2022). “Penerapan *Attention, Interest, Desire, Action (AIDA)* Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan”. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol. 8. No. 9.

- Machali, Imam. (2021). "Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam penelitian Kuantitatif". (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga).
- Manuntung, Alfeus. (2018). "Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi". (Malang: Wineka Media).
- Mardiana, Eva, Husni Thamrin dan Putri Nuraini. (2021). "Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru". *Jurnal Terbaru': Islamic Banking and Finance*. Vol. 4. No. 2.
- Mari Ci, Anggela, Raymond. (2023). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam". *Jurnal Ilmu Hukum Prima*. Vol. 6. No. 1.
- Masruron, Muhammad, Nurul Aulia Adinda Safitri. (2021). "Analisis Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia di Masa Pandemi Covid-19". *Jurnal Al Birru*. Vol. 1. No. 1.
- Maulidiyah, Neli. (2023). "Pendidikan Karakter Melalui Peran Pesantren Pada Era Globalisasi di Pondok Pesantren Attholibiyah Bumijawa Tegal". *Jurnal Pendidikan Islam*. Vol. 15. No. 1.
- Mujib, Abdul, Rakhul Amin. (2023). "Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Transaksi QRIS Pada BSI di Surabaya". *Jurnal Masharif Al-Syariah*. Vol. 8. No. 1.
- Mumtaza, Firga Alia, Heppy Millanyani. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada URBANZ Travel". *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. Vol. 7. No. 2.
- Munajim, Ahmad, Toto Sukarnoto, Gama Pratama, Fidy Arie Pratama. (2022). "Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap MINat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus si Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin)". *Ecobankers: Journal Of Economi Banking*. Vol. 3. No. 1.
- Musyafa, Hilmi, Muhammad Iqbal. (2022). "Pengaruh Religiusitas, Kualitas, Layanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah". *PERBANAS Journal Of Islamic Economics & Business*. Vol. 2. No. 2.
- Novitri, Yaniza, Khadijah Ath Thahirah, Dedi Fernanda. (2023). "Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*. Vol. 25. No. 2.

- Nurudin. (2021). "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 2. No. 1.
- Oneal, Tharieq, Nunung Nur Hasanah, Nurdin. (2018). "Pengaruh Pengetahuan Konsumen (Pengetahuan Produk, Pembelian dan Pemakaian) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sukuk Negara Ritel SR-007". *Jurnal Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah*. Vol. 4 No. 1.
- Permana, Dudi, Rizal Aditya, Hasliza Abdul Halim. (2022). "Model Indonesian Islamic Banking Consumer Behaviour From the View of Religiosity. Knowledge and Advertising". *International Journal of Applied Science and Research*. Vol. 5 No. 2.
- Pramita, Kaori, Leonard Andri Manafe. (2022). "Personal Selling Implementation and AIDA Model; Attention, Interest, Desire, Action". *International Journal Of Entrepreneurship and Business Development*. Vol. 5. No. 3.
- Rafidah, Efni Anita, Siti Mawarni. (2023). "The Influence Of Cosumer Knowledge, Motivation and Service Quality On The Decision To Become A Consumer Of Bank Sharia Indonesia (Study on Customers of Bank Syariah KCP Sungai Bahar Jambi)". *Journal Of Islamic Banking*. Vol. 3. No. 2.
- Saepudin, Encep, Wage. (2023). "Model Edukasi Perbankan Syariah Bagi Warga Milenial Muhammadiyah Di Banyumas". *Jurnal Pemikiran Islam*. Vol. 24. No. 1.
- Salsabila, Syaughiah, Desi Rahmawati, Finantyo Eddy Wibowo. (2023). "Pengaruh Iklan dan Influencer di Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIS Al-Wafa bogor)". *Journal of Student Devdelopment Informatics Management (joSDIM)*. Vol. 3. No. 2.
- Sari, Anjar Arista, Sri Abidah Suryaningsih. (2020). "Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik". *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Vol. 3. No. 2.
- Sekaran, Uma, Roger Bougie. (2017). "Metode Penelitian Untuk Bisnis: Edisi 6 Buku 2". (Jakarta Selatan: Salemba Empat).
- Shafrani, Yoiz Shofwa. (2017). "Pengaruh MOtivasi dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinfestasi di Pasar Modal". *Jurnal Ekonomi Isalam*. Vol. 5. No. 1.

- Shobirun, Panur M. (2024). "Ayat dan Hadits Tentang Tujuan Pendidikan Islam". *Multidisciplinary Journal*. Vol. 2 No. 5.
- Shofwa Yoiz. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto". *El JIZYA Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 4. No. 1.
- Solikin, Iin, Khurul, Aini Imlati. (2023). "Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Ziz Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menyalurkan Dana Ziz (Studi Kasus Baznas Kabupaten Cilacap)". *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan (Jumbiku)*. Vol. 3. No. 2.
- Sugiyono. (2015). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D" (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. (2019). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D" (Bandung: Alfabeta).
- Sukardi. (2022). "Peran Pengetahuan dan Pengalaman Nasabah Bank Syariah Dalam Memajukan Perbankan Syariah". *Jurnal Islam Ulil Albab*. Vol. 3. No. 1.
- Sulasih. (2017). "Kajian Persepsi Harga, Kemasan, Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Khas Bumiayu Jawa Tengah". *Jurnal Manajemen dan Ilmu Akuntansi*. Vol. 5. No. 1.
- Sumarsid, Atik Budi Paryanti. (2022). "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan *Grabfood* (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)" *Jurnal Ilmiah M-Progress*. Vol. 12. No. 1.
- Suryadi, Bambang, Bahrul Hidayat. (2021). "RELIGIUSITAS Konsep, Pengukuran dan Implementasi di Indonesia". (Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia).
- Tuzzuhro, fatimah, Noni Rozaini, Muhamad Yusuf. (2023). "Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi*. Vol. 11. No. 2.
- Widyawati. (2020). "Pendidikan dan Promosi Kesehatan Untuk Mahasiswa Keperawatan". (Medan: BSM).
- Zahraini, Siti, Bob Andrian. (2023). "Metode Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl Ayat 125" *Jurnal Ilmu Al Qur'an dan Tafsir*. Vol. 6. No. 2.

Zalelawati, Sri, Tiara Marlita, Syaifudin. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah". *Jurnal Multidisiplin Indonesia*. Vol. 2. No. 6.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum warahmatullohi wabarokatuh

Perkenalkan nama saya Abdu Syukur, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir (skripsi) tentang **“Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Edukasi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Dalam Menabung di Bank Syariah” (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Attholibiyah Bumijawa Tegal)**

Angket ini bertujuan untuk mengetahui tingkat minat santri di pondok pesantren Attholibiyah dalam menabung di bank syariah. Peneliti sangat mengharapkan Kerjasama dari Santriwan dan Santriwati untuk mengisi atau menjawab setiap pertanyaan yang diajukan didalam angket. Atas perhatian dan kerjasamanya, peneliti mengucapkan banyak terimakasih.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasama saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,

Abdu Syukur
NIM. 2017202230

A. Identitas Responden

Lengkapilah data yang ada dibawah ini:

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian Kuisioner

Pilihlah salah satu alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat saudara/i yang terdiri dari 5 jawaban dengan memberi tanda ceklis (✓), antara lain:

STS : Sangat tidak setuju
TS : Tidak setuju
N : Netral/Ragu-ragu/Kurang setuju
SS : Sangat Setuju
S : Setuju

C. Variabel Penelitian

1. Promosi (X₁)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Iklan bank syariah yang saya lihat menarik perhatian saya untuk mempertimbangkan menabung di sana.					
2.	Penawaran promosi khusus seperti hadiah atau diskon biaya administrasi membuat saya lebih tertarik untuk membuka tabungan di bank syariah.					
3.	Penjelasan langsung dari petugas bank syariah membuat saya lebih memahami produk tabungan yang ditawarkan.					

4.	Kegiatan sosial atau komunitas yang diselenggarakan bank syariah meningkatkan kepercayaan saya terhadap bank tersebut.					
5.	Informasi produk tabungan yang saya terima secara langsung baik melalui pesan singkat, email atau telepon membuat saya lebih tertarik untuk menabung di bank syariah.					

2. Pengetahuan (X₂)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memahami bahwa produk tabungan di Bank Syariah memiliki fitur bebas riba dan menggunakan prinsip bagi hasil.					
2.	Saya memahami manfaat menabung di Bank Syariah seperti keamanan dana dan keberkahan finansial.					
3.	Saya yakin bahwa layanan dan produk Bank Syariah dapat memberikan kepuasan sesuai dengan kebutuhan saya sebagai nasabah.					
4.	Saya memahami bahwa Bank Syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang didasarkan pada Al-Quran, hadis dan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (DSN MUI)					
5.	Saya memahami bahwa Bank Syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu bebas riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan masyir (judi).					

3. Edukasi (X₃)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pelatihan tentang perbankan syariah yang pernah saya ikuti membantu meningkatkan pemahaman saya mengenai pentingnya menabung di Bank Syariah.					
2.	Pendidikan baik formal atau nonformal yang saya terima, tentang prinsip-prinsip Bank Syariah, membuat saya lebih memahami perbedaannya dengan bank konvensional.					
3.	Edukasi tentang Bank Syariah yang di berikan memiliki kualitas yang baik dan mudah di pahami.					
4.	Saya mendapatkan pengajaran yang baik mengenai perbankan syariah dari guru (ustadz) atau pembimbing saya.					
5.	Pengajaran mengenai nilai-nilai keuangan syariah membuat saya lebih tertarik untuk menabung di Bank Syariah.					

4. Kualitas Pelayanan (X₄)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Fasilitas fisik yang disediakan oleh bank syariah (ruang tunggu, kebersihan dan penataan) membuat saya merasa nyaman.					
2.	Bank syariah memberikan layanan sesuai dengan janji yang mereka tawarkan.					
3.	Petugas bank syariah cepat dalam merespon kebutuhan atau pertanyaan saya.					

4.	Kemampuan petugas bank syariah membuat saya merasa aman dalam menyimpan dana di bank syariah.					
5.	Petugas bank syariah memahami kebutuhan dan keinginan saya sebagai nasabah.					

5. Religiusitas (X₅)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya bahwa menjalankan transaksi keuangan sesuai prinsip syariah adalah bagian dari pengamalan agama.					
2.	Saya secara rutin berusaha menjalankan ibadah, termasuk mengelola keuangan sesuai syariat Islam					
3.	Pengalaman saya berinteraksi dengan bank syariah membuat saya semakin memahami pentingnya menjalankan transaksi sesuai prinsip syariah.					
4.	Saya memahami perbedaan antara sistem perbankan syariah dengan konvensional.					
5.	Saya merasa bahwa memilih Bank Syariah adalah bagian dari pengamalan prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari.					

6. Minat (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya bahwa menjalankan transaksi keuangan sesuai prinsip syariah adalah bagian dari pengamalan agama.					

2.	Saya secara rutin berusaha menjalankan ibadah, termasuk mengelola keuangan sesuai syariat Islam					
3.	Pengalaman saya berinteraksi dengan bank syariah membuat saya semakin memahami pentingnya menjalankan transaksi sesuai prinsip syariah.					
4.	Saya memahami perbedaan antara sistem perbankan syariah dengan konvensional.					
5.	Saya merasa bahwa memilih Bank Syariah adalah bagian dari pengamalan prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari.					



Lampiran 2 Data Penelitian

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Laki-laki	24	Petani	111	Laki-laki	18	Pelajar
2	Perempuan	24	Wirausaha	112	Laki-laki	18	Pelajar
3	Perempuan	23	Wirausaha	113	Laki-laki	18	Pelajar
4	Perempuan	23	Wirausaha	114	Laki-laki	18	Pelajar
5	Perempuan	23	Wirausaha	115	Laki-laki	18	Pelajar
6	Perempuan	23	Wirausaha	116	Laki-laki	18	Pelajar
7	Perempuan	23	Wirausaha	117	Laki-laki	18	Pelajar
8	Perempuan	23	Wirausaha	118	Laki-laki	18	Pelajar
9	Laki-laki	24	Petani	119	Laki-laki	18	Pelajar
10	Perempuan	23	Wirausaha	120	Laki-laki	18	Pelajar
11	Perempuan	23	Wirausaha	121	Perempuan	18	Pelajar
12	Perempuan	23	Wirausaha	122	Perempuan	18	Pelajar
13	Perempuan	22	Pelajar	123	Perempuan	18	Pelajar
14	Perempuan	22	Pelajar	124	Perempuan	18	Pelajar
15	Perempuan	22	Pelajar	125	Perempuan	18	Pelajar
16	Perempuan	22	Wirausaha	126	Perempuan	18	Pelajar
17	Perempuan	22	Wirausaha	127	Perempuan	18	Pelajar
18	Perempuan	22	Wirausaha	128	Perempuan	18	Pelajar
19	Laki-laki	24	Petani	129	Perempuan	18	Pelajar
20	Laki-laki	24	Petani	130	Laki-laki	18	Pelajar
21	Laki-laki	24	Petani	131	Laki-laki	18	Pelajar
22	Laki-laki	24	Petani	132	Laki-laki	18	Pelajar
23	Laki-laki	24	Petani	133	Laki-laki	18	Pelajar
24	Laki-laki	24	Petani	134	Laki-laki	18	Pelajar
25	Perempuan	22	Pelajar	135	Laki-laki	18	Pelajar
26	Laki-laki	23	Wirausaha	136	Laki-laki	18	Pelajar
27	Perempuan	22	Pelajar	137	Laki-laki	18	Pelajar
28	Perempuan	22	Pelajar	138	Laki-laki	18	Pelajar
29	Perempuan	22	Pelajar	139	Laki-laki	18	Pelajar
30	Perempuan	22	Pelajar	140	Laki-laki	18	Pelajar
31	Perempuan	22	Pelajar	141	Perempuan	18	Pelajar
32	Laki-laki	23	Wirausaha	142	Perempuan	18	Pelajar
33	Perempuan	22	Pelajar	143	Perempuan	18	Pelajar
34	Laki-laki	22	Pelajar	144	Perempuan	18	Pelajar
35	Laki-laki	23	Wirausaha	145	Perempuan	18	Pelajar
36	Laki-laki	22	Pelajar	146	Perempuan	18	Pelajar
37	Perempuan	22	Pelajar	147	Perempuan	18	Pelajar
38	Perempuan	22	Pelajar	148	Perempuan	18	Pelajar
39	Laki-laki	22	Pelajar	149	Perempuan	18	Pelajar
40	Perempuan	22	Pelajar	150	Laki-laki	18	Pelajar

41	Perempuan	22	Pelajar	151	Laki-laki	18	Pelajar
42	Perempuan	22	Pelajar	152	Laki-laki	18	Pelajar
43	Perempuan	22	Pelajar	153	Laki-laki	18	Pelajar
44	Laki-laki	21	Pelajar	154	Laki-laki	18	Pelajar
45	Laki-laki	21	Pelajar	155	Laki-laki	18	Pelajar
46	Perempuan	21	Pelajar	156	Laki-laki	19	Pelajar
47	Laki-laki	21	Pelajar	157	Laki-laki	19	Pelajar
48	Laki-laki	21	Pelajar	158	Laki-laki	19	Pelajar
49	Laki-laki	21	Pelajar	159	Laki-laki	19	Pelajar
50	Laki-laki	21	Pelajar	160	Perempuan	19	Pelajar
51	Perempuan	21	Pelajar	161	Perempuan	18	Pelajar
52	Perempuan	21	Pelajar	162	Perempuan	18	Pelajar
53	Laki-laki	21	Pelajar	163	Perempuan	19	Pelajar
54	Perempuan	21	Pelajar	164	Perempuan	19	Pelajar
55	Perempuan	21	Pelajar	165	Perempuan	19	Pelajar
56	Perempuan	21	Pelajar	166	Perempuan	19	Pelajar
57	Perempuan	21	Pelajar	167	Perempuan	19	Pelajar
58	Laki-laki	21	Pelajar	168	Perempuan	18	Pelajar
59	Perempuan	21	Pelajar	169	Perempuan	18	Pelajar
60	Perempuan	21	Pelajar	170	Laki-laki	19	Pelajar
61	Laki-laki	21	Pelajar	171	Laki-laki	19	Pelajar
62	Perempuan	21	Pelajar	172	Laki-laki	19	Pelajar
63	Perempuan	21	Pelajar	173	Laki-laki	19	Pelajar
64	Perempuan	21	Pelajar	174	Laki-laki	19	Pelajar
65	Laki-laki	21	Pelajar	175	Laki-laki	18	Pelajar
66	Perempuan	21	Pelajar	176	Laki-laki	18	Pelajar
67	Perempuan	21	Pelajar	177	Laki-laki	18	Pelajar
68	Perempuan	21	Pelajar	178	Laki-laki	18	Pelajar
69	Perempuan	21	Pelajar	179	Laki-laki	18	Pelajar
70	Laki-laki	21	Pelajar	180	Laki-laki	18	Pelajar
71	Laki-laki	21	Pelajar	181	Perempuan	18	Pelajar
72	Perempuan	21	Pelajar	182	Perempuan	19	Pelajar
73	Laki-laki	21	Pelajar	183	Perempuan	19	Pelajar
74	Laki-laki	19	Pelajar	184	Perempuan	19	Pelajar
75	Laki-laki	19	Pelajar	185	Perempuan	19	Pelajar
76	Perempuan	20	Pelajar	186	Perempuan	19	Pelajar
77	Laki-laki	20	Pelajar	187	Perempuan	18	Pelajar
78	Perempuan	20	Pelajar	188	Perempuan	18	Pelajar
79	Laki-laki	20	Pelajar	189	Perempuan	18	Pelajar
80	Perempuan	20	Pelajar	190	Perempuan	18	Pelajar
81	Laki-laki	20	Pelajar	191	Laki-laki	17	Pelajar
82	Laki-laki	20	Pelajar	192	Laki-laki	17	Pelajar
83	Laki-laki	19	Pelajar	193	Laki-laki	17	Pelajar
84	Perempuan	20	Pelajar	194	Laki-laki	17	Pelajar
85	Perempuan	20	Pelajar	195	Laki-laki	17	Pelajar
86	Laki-laki	20	Pelajar	196	Laki-laki	17	Pelajar
87	Perempuan	20	Pelajar	197	Laki-laki	17	Pelajar
88	Laki-laki	20	Pelajar	198	Laki-laki	17	Pelajar

89	Perempuan	20	Pelajar	199	Laki-laki	17	Pelajar
90	Perempuan	20	Pelajar	220	Laki-laki	17	Pelajar
91	Perempuan	20	Pelajar	201	Perempuan	17	Pelajar
92	Laki-laki	20	Pelajar	202	Perempuan	17	Pelajar
93	Perempuan	20	Pelajar	203	Perempuan	17	Pelajar
94	Perempuan	19	Pelajar	204	Perempuan	17	Pelajar
95	Perempuan	19	Pelajar	205	Perempuan	17	Pelajar
96	Laki-laki	20	Pelajar	206	Laki-laki	17	Pelajar
97	Laki-laki	20	Pelajar	207	Laki-laki	17	Pelajar
98	Laki-laki	20	Pelajar	208	Laki-laki	17	Pelajar
99	Laki-laki	20	Pelajar	209	Laki-laki	17	Pelajar
100	Laki-laki	20	Pelajar	210	Laki-laki	17	Pelajar
101	Perempuan	19	Pelajar				
102	Perempuan	17	Pelajar				
103	Perempuan	17	Pelajar				
104	Perempuan	17	Pelajar				
105	Perempuan	17	Pelajar				
106	Perempuan	20	Pelajar				
107	Perempuan	20	Pelajar				
108	Perempuan	20	Pelajar				
109	Perempuan	20	Pelajar				
110	Laki-laki	20	Pelajar				

Lampiran 3 Hasil Tabulasi Variabel Promosi (X1)

Nomor Responden	X1 Promosi					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	4	5	4	5	23
2	5	4	5	5	5	24
3	4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	5	24
5	4	4	5	4	5	22
6	5	4	5	5	4	23
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	4	4	20
9	5	4	4	4	4	21
10	4	5	4	4	4	21
11	5	4	4	5	4	22
12	4	4	4	4	4	20
13	3	4	5	4	3	19
14	5	5	5	5	5	25
15	4	4	5	4	5	22
16	3	5	5	4	3	20
17	4	5	5	4	5	23
18	4	5	4	3	5	21
19	3	5	4	3	4	19
20	4	4	3	4	4	19
21	3	4	4	4	4	19

22	5	5	5	5	4	24
23	3	4	5	4	5	21
24	4	4	5	4	4	21
25	4	5	5	5	4	23
26	5	4	4	4	4	21
27	4	5	5	5	5	24
28	5	4	4	4	4	21
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20
32	4	5	4	5	4	22
33	3	3	4	5	5	20
34	5	5	5	4	5	24
35	4	4	5	5	4	22
36	3	5	4	4	3	19
37	3	4	4	3	3	17
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	5	3	5	21
40	3	4	4	3	4	18
41	5	5	5	5	5	25
42	5	3	5	3	3	19
43	4	4	4	4	4	20
44	4	5	4	3	4	20
45	3	5	4	4	4	20
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	5	4	4	5	4	22
50	4	4	4	5	3	20
51	4	5	3	4	4	20
52	3	4	4	3	4	18
53	4	4	5	4	5	22
54	5	3	5	4	4	21
55	4	2	4	4	4	18
56	4	4	4	4	4	20
57	5	4	4	3	2	18
58	2	4	4	4	4	18
59	3	4	5	5	3	20
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	5	5	5	23
62	4	5	5	5	5	24
63	3	4	4	4	4	19
64	4	4	5	5	4	22
65	4	5	3	4	5	21
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	5	4	5	4	5	23

69	4	5	5	5	5	24
70	4	5	5	4	3	21
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	4	5	5	3	5	22
74	3	5	5	5	5	23
75	2	5	5	3	5	20
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	2	5	5	5	5	22
79	5	5	5	3	5	23
80	3	5	5	4	5	22
81	5	5	5	5	5	25
82	3	5	5	3	5	21
83	5	5	5	4	5	24
84	4	5	4	4	5	22
85	3	5	5	4	5	22
86	3	4	4	3	4	18
87	3	4	4	4	4	19
88	4	4	3	4	4	19
89	3	4	4	4	5	20
90	4	5	4	4	4	21
91	4	3	4	3	4	18
92	3	4	3	3	3	16
93	2	3	4	3	4	16
94	2	4	4	3	5	18
95	4	4	4	4	4	20
96	4	3	4	3	3	17
97	3	5	4	4	4	20
98	4	4	3	4	4	19
99	3	5	5	4	5	22
100	4	5	5	4	5	23
101	4	5	5	3	5	22
102	4	5	3	4	3	19
103	4	5	3	3	5	20
104	4	5	4	4	4	21
105	4	5	5	4	5	23
106	5	4	5	4	5	23
107	4	5	5	4	5	23
108	4	5	5	4	5	23
109	3	5	5	4	4	21
110	5	5	5	5	5	25
111	3	5	5	4	5	22
112	4	5	5	4	5	23
113	3	5	4	4	4	20
114	3	5	3	5	4	20
115	3	5	3	4	3	18

116	5	5	5	5	5	25
117	4	4	4	4	4	20
118	4	5	4	4	4	21
119	4	4	4	4	4	20
120	5	2	2	3	4	16
121	4	1	5	2	2	14
122	5	5	4	3	2	19
123	5	3	5	4	1	18
124	4	4	4	3	4	19
125	4	3	4	2	4	17
126	4	3	4	5	5	21
127	5	4	5	3	5	22
128	4	3	4	4	5	20
129	5	5	4	5	4	23
130	5	3	5	4	4	21
131	5	3	4	5	5	22
132	4	4	5	5	5	23
133	4	3	5	5	5	22
134	4	3	4	3	2	16
135	4	3	4	4	4	19
136	4	4	3	5	5	21
137	3	4	5	5	4	21
138	4	3	4	4	3	18
139	4	4	4	5	5	22
140	5	4	5	4	4	22
141	5	3	4	3	4	19
142	4	4	4	4	5	21
143	5	4	4	4	4	21
144	5	4	3	3	4	19
145	5	4	4	3	4	20
146	4	4	4	3	4	19
147	4	4	4	3	4	19
148	5	4	4	3	4	20
149	5	4	4	4	4	21
150	4	3	3	3	3	16
151	4	4	4	4	4	20
152	4	4	4	3	4	19
153	4	5	4	5	4	22
154	4	5	4	5	4	22
155	4	5	4	5	5	23
156	3	5	4	5	4	21
157	5	5	4	5	4	23
158	3	5	4	4	4	20
159	4	5	4	5	4	22
160	4	5	4	5	4	22
161	3	5	4	5	4	21
162	5	5	4	5	4	23

163	4	5	4	5	4	22
164	4	5	4	5	3	21
165	5	5	4	5	4	23
166	5	4	4	4	4	21
167	4	5	4	5	4	22
168	4	4	4	4	4	20
169	3	4	4	4	4	19
170	4	4	4	4	4	20
171	4	4	4	4	4	20
172	5	4	4	4	4	21
173	2	4	4	3	3	16
174	5	3	4	3	4	19
175	3	3	3	4	4	17
176	4	4	3	4	3	18
177	5	4	4	3	4	20
178	5	4	4	3	4	20
179	4	3	3	4	3	17
180	5	4	4	4	4	21
181	4	3	3	4	3	17
182	4	4	4	3	4	19
183	4	4	4	4	4	20
184	5	3	3	3	3	17
185	5	4	4	4	4	21
186	4	4	4	4	3	19
187	5	4	4	2	4	19
188	5	3	4	4	3	19
189	3	4	4	4	5	20
190	5	4	3	3	3	18
191	3	3	4	3	3	16
192	5	4	4	4	4	21
193	5	4	4	4	3	20
194	5	4	4	4	4	21
195	4	4	3	3	4	18
196	4	4	4	4	4	20
197	5	4	3	4	3	19
198	3	4	4	4	4	19
199	4	4	4	4	4	20
200	4	3	4	4	3	18
201	4	4	4	2	5	19
202	3	3	4	4	4	18
203	4	4	4	5	4	21
204	4	4	4	5	3	20
205	4	4	3	4	4	19
206	4	4	4	4	5	21
207	4	4	4	3	3	18
208	3	4	3	3	4	17
209	4	3	4	3	4	18

210	4	3	3	4	3	17
-----	---	---	---	---	---	----

Lampiran 4 Hasil Tabulasi Variabel Pengetahuan (X2)

Nomor Responden	X2 Pengetahuan					Total X2
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	5	5	4	5	4	23
2	4	5	4	5	5	23
3	4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	5	5	24
5	5	4	4	5	4	22
6	5	5	4	5	5	24
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	4	4	20
9	4	5	4	4	4	21
10	4	4	5	4	4	21
11	4	5	4	4	5	22
12	4	4	4	4	4	20
13	5	3	4	5	4	21
14	5	5	5	5	5	25
15	5	4	4	5	4	22
16	4	3	5	5	4	21
17	5	4	5	5	4	23
18	5	4	5	4	3	21
19	4	3	5	4	3	19
20	4	4	4	3	4	19
21	4	3	4	4	4	19
22	5	5	5	5	5	25
23	5	3	4	5	4	21
24	5	4	4	5	4	22
25	5	4	5	5	5	24
26	4	5	4	4	4	21
27	5	4	5	5	5	24
28	5	5	4	4	4	22
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20
32	3	4	5	4	5	21
33	5	3	3	4	5	20
34	5	5	5	5	4	24
35	4	4	4	5	5	22
36	4	3	5	4	4	20
37	4	3	4	4	3	18
38	4	4	4	4	4	20
39	5	4	4	5	3	21
40	3	3	4	4	3	17
41	5	5	5	5	5	25
42	3	5	3	5	3	19

43	4	4	4	4	4	20
44	5	4	5	4	3	21
45	3	3	5	4	4	19
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	5	4	4	5	22
50	4	4	4	4	5	21
51	4	4	5	3	4	20
52	4	3	4	4	3	18
53	3	4	4	5	4	20
54	4	5	3	5	4	21
55	4	4	2	4	4	18
56	4	4	4	4	4	20
57	5	5	4	4	3	21
58	4	2	4	4	4	18
59	4	3	4	5	5	21
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	5	5	22
62	5	4	5	5	5	24
63	4	3	4	4	4	19
64	5	4	4	5	5	23
65	4	4	5	3	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	5	4	5	4	22
69	5	4	5	5	5	24
70	5	4	5	5	4	23
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	5	4	5	5	3	22
74	5	3	5	5	5	23
75	5	2	5	5	3	20
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	2	5	5	5	22
79	5	5	5	5	3	23
80	5	3	5	5	4	22
81	5	5	5	5	5	25
82	5	3	5	5	3	21
83	3	5	5	5	4	22
84	4	4	5	4	4	21
85	5	3	5	5	4	22
86	4	3	4	4	3	18
87	4	3	4	4	4	19
88	4	4	4	3	4	19
89	5	3	4	4	4	20

90	3	4	5	4	4	20
91	4	4	3	4	3	18
92	3	3	4	3	3	16
93	3	2	3	4	3	15
94	4	2	4	4	3	17
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	3	4	3	18
97	4	3	5	4	4	20
98	4	4	4	3	4	19
99	5	5	4	4	3	21
100	5	5	4	4	4	22
101	5	5	3	3	4	20
102	4	3	4	3	4	18
103	3	5	3	3	4	18
104	4	4	4	5	4	21
105	5	5	4	5	4	23
106	5	5	4	4	5	23
107	5	5	4	4	4	22
108	5	5	4	4	4	22
109	5	4	4	4	3	20
110	5	5	5	5	5	25
111	5	5	4	4	3	21
112	5	5	4	3	4	21
113	4	4	4	4	3	19
114	4	4	5	3	3	19
115	3	3	4	3	3	16
116	5	5	5	5	5	25
117	4	4	4	4	4	20
118	4	4	4	4	4	20
119	4	4	4	4	4	20
120	4	4	3	4	5	20
121	4	2	2	2	4	14
122	1	2	3	1	5	12
123	3	1	4	1	5	14
124	4	4	3	4	4	19
125	2	4	2	2	4	14
126	5	5	5	4	4	23
127	5	5	3	3	5	21
128	3	5	4	4	4	20
129	5	4	5	5	5	24
130	3	4	4	5	5	21
131	5	5	5	2	5	22
132	5	5	5	2	4	21
133	5	5	5	2	4	21
134	2	2	3	3	4	14
135	4	4	4	4	4	20
136	4	5	5	4	4	22

137	5	4	5	4	3	21
138	3	3	4	3	4	17
139	5	5	5	5	4	24
140	4	4	4	4	5	21
141	4	4	3	3	5	19
142	5	5	4	3	4	21
143	4	4	4	4	5	21
144	4	4	3	3	5	19
145	4	4	3	3	5	19
146	4	4	3	3	4	18
147	4	4	3	3	4	18
148	4	4	3	3	5	19
149	4	4	4	3	5	20
150	3	3	3	3	4	16
151	4	4	4	4	4	20
152	4	4	4	3	4	19
153	4	5	4	5	4	22
154	4	5	4	5	4	22
155	4	5	4	5	4	22
156	3	5	4	5	3	20
157	5	5	4	5	5	24
158	3	5	4	4	3	19
159	4	5	4	5	4	22
160	4	5	4	5	4	22
161	3	5	4	5	3	20
162	5	5	4	5	5	24
163	4	5	4	5	4	22
164	4	5	4	5	4	22
165	5	5	4	5	5	24
166	5	4	4	4	5	22
167	4	5	4	5	4	22
168	4	4	4	4	4	20
169	3	4	4	4	3	18
170	4	4	4	4	4	20
171	4	4	4	4	4	20
172	5	4	4	4	5	22
173	2	4	4	3	2	15
174	5	3	4	3	5	20
175	3	3	3	4	3	16
176	4	4	3	4	4	19
177	5	4	4	3	5	21
178	5	4	4	3	5	21
179	4	3	3	4	4	18
180	5	4	4	4	5	22
181	4	3	3	4	4	18
182	4	4	4	3	4	19
183	4	4	4	4	4	20

184	5	3	3	3	5	19
185	5	4	4	4	5	22
186	4	4	4	4	4	20
187	5	4	4	2	5	20
188	5	3	4	4	5	21
189	3	4	4	4	3	18
190	5	4	3	3	5	20
191	3	3	4	3	3	16
192	5	4	4	4	5	22
193	5	4	4	4	5	22
194	5	4	4	4	5	22
195	4	4	3	3	4	18
196	4	4	4	4	4	20
197	5	4	3	4	5	21
198	3	4	4	4	3	18
199	4	4	4	4	4	20
200	4	3	4	4	4	19
201	4	4	4	2	4	18
202	3	3	4	4	3	17
203	4	4	4	5	4	21
204	4	4	4	5	4	21
205	4	4	3	4	4	19
206	4	4	4	4	4	20
207	4	4	4	3	4	19
208	3	4	3	3	3	16
209	4	3	4	3	4	18
210	4	3	3	4	4	18

Lampiran 5 Hasil Tabulasi Variabel Edukasi (X3)

Nomor Responden	X3 Edukasi					Total X3
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
1	5	5	4	4	5	23
2	5	4	5	5	5	24
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	4	21
5	4	4	5	4	4	21
6	5	4	4	5	5	23
7	5	4	4	5	5	23
8	4	4	3	4	4	19
9	5	3	3	4	5	20
10	4	3	4	4	4	19
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20
13	3	5	5	4	3	20
14	5	5	5	5	5	25
15	4	5	4	4	4	21
16	3	4	2	4	3	16

17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	3	4	19
19	3	3	4	3	3	16
20	4	4	4	4	4	20
21	3	4	4	4	3	18
22	5	5	5	5	5	25
23	3	3	3	4	3	16
24	4	5	4	4	4	21
25	4	4	2	5	4	19
26	5	4	4	4	5	22
27	4	4	3	5	4	20
28	5	4	4	4	5	22
29	5	5	5	5	5	25
30	4	3	3	4	4	18
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	5	4	21
33	3	3	3	5	3	17
34	5	5	3	4	5	22
35	4	4	4	5	4	21
36	3	3	3	4	3	16
37	3	4	3	3	3	16
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	3	4	19
40	3	3	2	3	3	14
41	5	5	5	5	5	25
42	5	4	4	3	5	21
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	3	3	4	18
45	3	3	3	4	3	16
46	5	4	4	5	5	23
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	3	4	4	19
49	5	4	4	5	5	23
50	4	4	5	5	4	22
51	4	4	3	4	4	19
52	3	3	2	3	3	14
53	4	4	4	4	4	20
54	5	4	4	4	5	22
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	5	4	3	3	5	20
58	2	4	3	4	2	15
59	3	3	3	5	3	17
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	5	4	21
62	4	3	5	5	4	21
63	3	4	2	4	3	16

64	4	4	5	5	4	22
65	4	4	4	4	4	20
66	4	3	4	4	4	19
67	4	4	3	4	4	19
68	5	2	5	4	5	21
69	4	5	5	5	4	23
70	4	3	4	4	4	19
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	4	5	5	3	4	21
74	3	3	2	5	3	16
75	2	2	3	3	2	12
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	2	3	2	5	2	14
79	5	5	5	3	5	23
80	3	4	3	4	3	17
81	5	5	5	5	5	25
82	3	4	4	3	3	17
83	5	3	2	4	5	19
84	4	4	3	4	4	19
85	3	4	4	4	3	18
86	3	3	3	3	3	15
87	3	3	3	4	3	16
88	4	4	4	4	4	20
89	3	3	4	4	3	17
90	4	4	4	4	4	20
91	4	3	4	3	4	18
92	3	2	2	3	3	13
93	2	3	3	3	2	13
94	2	4	4	3	2	15
95	4	4	3	4	4	19
96	4	4	4	3	4	19
97	3	3	3	4	3	16
98	4	4	4	4	4	20
99	3	3	3	4	3	16
100	4	3	3	4	4	18
101	4	4	3	3	4	18
102	4	3	4	4	4	19
103	4	3	4	3	4	18
104	4	4	4	4	4	20
105	4	5	5	4	4	22
106	5	3	4	4	5	21
107	4	4	4	4	4	20
108	4	4	4	4	4	20
109	3	3	4	4	3	17
110	5	5	5	5	5	25

111	3	4	4	4	3	18
112	4	3	3	4	4	18
113	3	3	3	4	3	16
114	3	4	4	5	3	19
115	3	3	4	4	3	17
116	5	5	5	5	5	25
117	4	5	5	4	4	22
118	4	5	4	4	4	21
119	4	4	4	4	4	20
120	5	5	5	3	5	23
121	4	4	4	2	4	18
122	5	5	4	3	5	22
123	5	5	5	4	5	24
124	4	4	4	3	4	19
125	4	4	4	2	4	18
126	4	4	4	5	4	21
127	5	5	5	3	5	23
128	4	4	4	4	4	20
129	5	5	5	5	5	25
130	5	5	5	4	5	24
131	5	5	5	5	5	25
132	4	4	5	5	4	22
133	4	4	4	5	4	21
134	4	3	4	3	4	18
135	4	3	3	4	4	18
136	4	4	4	5	4	21
137	3	4	4	5	3	19
138	4	5	5	4	4	22
139	4	3	4	5	4	20
140	5	5	4	4	5	23
141	5	5	5	3	5	23
142	4	4	4	4	4	20
143	5	5	5	4	5	24
144	5	3	2	3	5	18
145	5	5	5	3	5	23
146	4	4	4	3	4	19
147	4	5	5	3	4	21
148	5	5	5	3	5	23
149	5	5	4	4	5	23
150	4	3	4	3	4	18
151	4	4	4	4	4	20
152	4	4	4	3	4	19
153	4	3	4	5	4	20
154	4	4	4	5	4	21
155	4	4	4	5	4	21
156	3	4	4	5	3	19
157	5	5	5	5	5	25

158	3	3	3	4	3	16
159	4	4	4	5	4	21
160	4	3	5	5	4	21
161	3	4	3	5	3	18
162	5	5	5	5	5	25
163	4	4	4	5	4	21
164	4	4	4	5	4	21
165	5	5	5	5	5	25
166	5	5	5	4	5	24
167	4	4	4	5	4	21
168	4	3	4	4	4	19
169	3	4	3	4	3	17
170	4	4	4	4	4	20
171	4	4	4	4	4	20
172	5	5	5	4	5	24
173	2	5	5	3	2	17
174	5	3	4	3	5	20
175	3	5	5	4	3	20
176	4	4	4	4	4	20
177	5	4	4	3	5	21
178	5	5	5	3	5	23
179	4	4	4	4	4	20
180	5	4	5	4	5	23
181	4	4	4	4	4	20
182	4	4	3	3	4	18
183	4	4	4	4	4	20
184	5	5	5	3	5	23
185	5	5	5	4	5	24
186	4	5	3	4	4	20
187	5	5	5	2	5	22
188	5	5	5	4	5	24
189	3	4	4	4	3	18
190	5	5	2	3	5	20
191	3	4	4	3	3	17
192	5	5	5	4	5	24
193	5	5	5	4	5	24
194	5	5	5	4	5	24
195	4	3	4	3	4	18
196	4	3	3	4	4	18
197	5	5	5	4	5	24
198	3	3	3	4	3	16
199	4	4	3	4	4	19
200	4	4	3	4	4	19
201	4	4	4	2	4	18
202	3	3	3	4	3	16
203	4	3	3	5	4	19
204	4	3	3	5	4	19

205	4	3	3	4	4	18
206	4	4	4	4	4	20
207	4	4	4	3	4	19
208	3	3	4	3	3	16
209	4	3	2	3	4	16
210	4	3	4	4	4	19

Lampiran 6 Tabulasi Variabel Kualitas Pelayanan (X4)

Nomor Responden	X4 Kualitas Pelayanan					Total X4
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	4	5	5	4	23
2	4	5	4	5	4	22
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	4	5	5	24
7	5	5	5	5	5	25
8	5	4	4	4	4	21
9	3	4	4	4	4	19
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20
13	5	4	5	5	5	24
14	5	5	5	5	5	25
15	5	4	5	5	5	24
16	4	4	5	4	4	21
17	5	4	4	4	4	21
18	3	3	4	3	4	17
19	4	3	3	3	4	17
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	3	19
22	5	5	5	5	4	24
23	3	4	4	3	4	18
24	4	4	4	5	5	22
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	4	4	20
27	5	5	5	5	5	25
28	5	4	2	3	5	19
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	5	5	4	22
32	5	5	5	5	5	25
33	4	5	4	5	5	23
34	4	4	4	3	4	19
35	4	5	4	4	4	21
36	3	4	4	4	4	19

37	4	3	4	3	4	18
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	4	4	4	18
40	3	3	4	4	3	17
41	5	5	5	5	5	25
42	3	3	3	3	3	15
43	4	4	4	4	4	20
44	3	3	5	3	4	18
45	4	4	3	4	3	18
46	5	5	5	5	5	25
47	5	4	4	4	4	21
48	4	4	4	4	4	20
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	5	25
51	5	4	4	4	4	21
52	3	3	4	3	4	17
53	4	4	3	4	3	18
54	4	4	4	4	4	20
55	5	4	4	4	4	21
56	4	4	5	5	5	23
57	4	3	5	5	2	19
58	3	4	4	3	5	19
59	4	5	5	5	3	22
60	4	4	4	4	4	20
61	5	5	4	4	5	23
62	5	5	5	5	5	25
63	4	4	4	4	4	20
64	5	5	5	4	5	24
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	3	4	4	19
67	3	4	4	4	4	19
68	4	4	5	5	5	23
69	5	5	5	5	5	25
70	4	4	3	5	4	20
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	4	3	4	4	3	18
74	4	5	2	5	5	21
75	4	3	4	4	3	18
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	4	3	4	3	4	18
80	4	4	3	3	4	18
81	5	5	5	5	5	25
82	3	3	3	3	3	15
83	3	4	3	4	4	18

84	3	4	3	4	4	18
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	3	3	3	15
87	3	4	3	3	4	17
88	3	4	3	3	4	17
89	3	4	3	3	4	17
90	5	4	4	4	4	21
91	4	3	4	4	4	19
92	4	3	4	3	3	17
93	3	3	2	3	4	15
94	4	3	4	3	4	18
95	4	4	4	5	4	21
96	4	3	4	4	4	19
97	4	4	3	3	4	18
98	4	4	3	4	3	18
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	4	3	19
101	4	3	2	3	4	16
102	3	4	3	3	2	15
103	3	3	4	3	4	17
104	5	4	5	5	4	23
105	3	4	5	5	4	21
106	5	4	4	4	4	21
107	5	4	4	4	5	22
108	3	4	4	4	4	19
109	5	4	4	4	4	21
110	5	5	5	5	5	25
111	4	4	4	4	4	20
112	3	4	3	3	3	16
113	5	4	3	4	4	20
114	3	5	4	3	4	19
115	3	4	3	3	4	17
116	5	5	5	5	5	25
117	4	4	4	4	4	20
118	4	4	4	4	4	20
119	4	4	4	4	4	20
120	3	3	5	4	4	19
121	2	2	2	2	2	10
122	2	3	4	1	3	13
123	5	4	3	1	1	14
124	4	3	3	4	4	18
125	3	2	3	2	2	12
126	3	5	4	4	3	19
127	3	3	3	3	3	15
128	4	4	4	4	3	19
129	4	5	4	5	4	22
130	3	4	5	5	3	20

131	3	5	3	2	3	16
132	3	5	4	2	2	16
133	4	5	4	2	3	18
134	3	3	3	3	3	15
135	3	4	4	4	4	19
136	4	5	3	4	4	20
137	3	5	4	4	4	20
138	3	4	3	3	3	16
139	4	5	4	5	5	23
140	4	4	3	4	4	19
141	4	3	3	3	3	16
142	3	4	3	3	3	16
143	2	4	4	4	4	18
144	3	3	3	3	3	15
145	3	3	3	3	3	15
146	3	3	3	3	3	15
147	3	3	3	3	4	16
148	3	3	3	3	3	15
149	4	4	3	3	3	17
150	3	3	3	3	3	15
151	4	4	4	4	4	20
152	3	3	3	3	3	15
153	4	5	4	5	4	22
154	4	5	4	5	4	22
155	4	5	4	5	4	22
156	4	5	4	5	4	22
157	4	5	4	5	4	22
158	3	4	5	5	4	21
159	4	5	4	5	4	22
160	4	5	4	5	4	22
161	4	5	4	5	4	22
162	4	5	5	4	5	23
163	4	5	4	5	4	22
164	4	5	4	5	4	22
165	4	5	4	5	4	22
166	4	4	4	4	4	20
167	4	5	4	5	4	22
168	4	4	3	4	4	19
169	4	4	4	4	4	20
170	4	4	4	4	4	20
171	4	4	4	4	4	20
172	4	4	4	4	4	20
173	3	3	3	3	3	15
174	3	3	4	4	4	18
175	3	4	4	4	4	19
176	3	4	3	4	4	18
177	4	3	3	4	4	18

178	3	3	3	4	4	17
179	4	4	4	4	4	20
180	4	4	4	4	4	20
181	4	4	4	4	4	20
182	4	3	4	2	5	18
183	4	4	4	4	4	20
184	4	3	4	3	3	17
185	4	4	4	3	5	20
186	4	4	3	3	3	17
187	3	2	4	4	4	17
188	4	4	3	4	3	18
189	4	4	4	4	4	20
190	4	3	4	3	4	18
191	3	3	4	4	3	17
192	4	4	4	4	4	20
193	3	4	4	3	3	17
194	4	4	4	4	4	20
195	4	3	4	4	3	18
196	4	4	4	4	4	20
197	4	4	3	4	3	18
198	4	4	4	4	4	20
199	4	4	4	5	5	22
200	4	4	4	3	3	18
201	5	2	3	4	5	19
202	4	4	4	4	4	20
203	5	5	4	5	4	23
204	5	5	5	5	4	24
205	4	4	3	3	3	17
206	4	4	4	4	4	20
207	3	3	3	4	4	17
208	3	3	4	4	3	17
209	3	3	3	3	3	15
210	3	4	4	3	4	18

Lampiran 4 Hasil Tabulasi Variabel Religiusitas (X5)

Nomor Responden	X5 Religiusitas					Total X5
	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	
1	5	5	4	4	5	23
2	4	5	5	4	5	23
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	4	24
5	5	5	4	4	4	22
6	5	4	5	4	5	23
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	5	21
10	4	4	4	5	4	21

11	4	4	5	4	5	22
12	4	4	4	4	4	20
13	5	3	4	4	3	19
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	4	4	4	22
16	4	3	4	5	3	19
17	5	5	4	5	4	23
18	5	5	3	5	4	22
19	4	4	3	5	3	19
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	3	19
22	5	4	5	5	5	24
23	5	5	4	4	3	21
24	5	4	4	4	4	21
25	5	4	5	5	4	23
26	4	4	4	4	5	21
27	5	5	5	5	4	24
28	5	4	4	4	5	22
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20
32	3	4	5	5	4	21
33	5	5	5	3	3	21
34	5	5	4	5	5	24
35	4	4	5	4	4	21
36	4	3	4	5	3	19
37	4	3	3	4	3	17
38	4	4	4	4	4	20
39	5	5	3	4	4	21
40	3	4	3	4	3	17
41	5	5	5	5	5	25
42	3	3	3	3	5	17
43	4	4	4	4	4	20
44	5	4	3	5	4	21
45	3	4	4	5	3	19
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	5	4	5	22
50	4	3	5	4	4	20
51	4	4	4	5	4	21
52	4	4	3	4	3	18
53	3	5	4	4	4	20
54	4	4	4	3	5	20
55	4	4	4	2	4	18
56	4	4	4	4	4	20
57	5	2	3	4	5	19

58	4	4	4	4	2	18
59	4	3	5	4	3	19
60	4	4	4	4	4	20
61	4	5	5	4	4	22
62	5	5	5	5	4	24
63	4	4	4	4	3	19
64	5	4	5	4	4	22
65	4	5	4	5	4	22
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	5	4	4	5	22
69	5	5	5	5	4	24
70	5	3	4	5	4	21
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	5	5	3	5	4	22
74	5	5	5	5	3	23
75	5	5	3	5	2	20
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	2	22
79	5	5	3	5	5	23
80	5	5	4	5	3	22
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	3	5	3	21
83	3	5	4	5	5	22
84	4	5	4	5	4	22
85	5	5	4	5	3	22
86	4	4	3	4	3	18
87	4	4	4	4	3	19
88	4	4	4	4	4	20
89	5	5	4	4	3	21
90	3	4	4	5	4	20
91	4	4	3	3	4	18
92	3	3	3	4	3	16
93	3	4	3	3	2	15
94	4	5	3	4	2	18
95	4	4	4	4	4	20
96	4	3	3	3	4	17
97	4	4	4	5	3	20
98	4	4	4	4	4	20
99	5	5	4	5	3	22
100	5	5	4	5	4	23
101	5	5	3	5	4	22
102	4	3	4	5	4	20
103	3	5	3	5	4	20
104	4	4	4	5	4	21

105	5	5	4	5	4	23
106	5	5	4	4	5	23
107	5	5	4	5	4	23
108	5	5	4	5	4	23
109	5	4	4	5	3	21
110	5	5	5	5	5	25
111	5	5	4	5	3	22
112	5	5	4	5	4	23
113	4	4	4	5	3	20
114	4	4	5	5	3	21
115	3	3	4	5	3	18
116	5	5	5	5	5	25
117	4	4	4	4	4	20
118	4	4	4	5	4	21
119	4	4	4	4	4	20
120	4	4	3	2	5	18
121	4	2	2	1	4	13
122	1	2	3	5	5	16
123	3	1	4	3	5	16
124	4	4	3	4	4	19
125	2	4	2	3	4	15
126	5	5	5	3	4	22
127	5	5	3	4	5	22
128	3	5	4	3	4	19
129	5	4	5	5	5	24
130	3	4	4	3	5	19
131	5	5	5	3	5	23
132	5	5	5	4	4	23
133	5	5	5	3	4	22
134	2	2	3	3	4	14
135	4	4	4	3	4	19
136	4	5	5	4	4	22
137	5	4	5	4	3	21
138	3	3	4	3	4	17
139	5	5	5	4	4	23
140	4	4	4	4	5	21
141	4	4	3	3	5	19
142	5	5	4	4	4	22
143	4	4	4	4	5	21
144	4	4	3	4	5	20
145	4	4	3	4	5	20
146	4	4	3	4	4	19
147	4	4	3	4	4	19
148	4	4	3	4	5	20
149	4	4	4	4	5	21
150	3	3	3	3	4	16
151	4	4	4	4	4	20

152	4	4	3	4	4	19
153	5	4	5	5	4	23
154	5	4	5	5	4	23
155	4	5	5	5	4	23
156	5	4	5	5	3	22
157	5	4	5	5	5	24
158	5	4	4	5	3	21
159	5	4	5	5	4	23
160	5	4	5	5	4	23
161	5	4	5	5	3	22
162	5	4	5	5	5	24
163	5	4	5	5	4	23
164	5	3	5	5	4	22
165	5	4	5	5	5	24
166	4	4	4	4	5	21
167	5	4	5	5	4	23
168	4	4	4	4	4	20
169	4	4	4	4	3	19
170	4	4	4	4	4	20
171	4	4	4	4	4	20
172	4	4	4	4	5	21
173	3	3	3	4	2	15
174	4	4	3	3	5	19
175	4	4	4	3	3	18
176	4	3	4	4	4	19
177	4	4	3	4	5	20
178	4	4	3	4	5	20
179	4	3	4	3	4	18
180	4	4	4	4	5	21
181	3	3	4	3	4	17
182	4	4	3	4	4	19
183	4	4	4	4	4	20
184	3	3	3	3	5	17
185	4	4	4	4	5	21
186	4	3	4	4	4	19
187	4	4	2	4	5	19
188	4	3	4	3	5	19
189	4	5	4	4	3	20
190	4	3	3	4	5	19
191	4	3	3	3	3	16
192	4	4	4	4	5	21
193	3	3	4	4	5	19
194	4	4	4	4	5	21
195	4	4	3	4	4	19
196	4	4	4	4	4	20
197	3	3	4	4	5	19
198	4	4	4	4	3	19

199	4	4	4	4	4	20
200	4	3	4	3	4	18
201	4	5	2	4	4	19
202	4	4	4	3	3	18
203	4	4	5	4	4	21
204	4	3	5	4	4	20
205	3	4	4	4	4	19
206	4	5	4	4	4	21
207	3	3	3	4	4	17
208	3	4	3	4	3	17
209	3	4	3	3	4	17
210	4	3	4	3	4	18

Lampiran 5 Hasil Tabulasi Variabel Minat (Y)

Nomor Responden	Y Minat					Total Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
1	5	5	4	5	5	24
2	5	4	5	4	4	22
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	4	21
6	5	5	5	4	5	24
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	4	4	4	22
9	2	3	4	4	3	16
10	3	4	4	4	4	19
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20
13	3	5	4	5	4	21
14	5	5	5	5	5	25
15	1	5	4	5	4	19
16	3	4	4	5	4	20
17	4	5	4	4	4	21
18	5	3	3	4	5	20
19	3	4	3	3	3	16
20	4	4	4	4	4	20
21	3	4	4	4	3	18
22	5	5	5	5	5	25
23	5	3	4	4	3	19
24	5	4	4	4	4	21
25	4	5	5	5	4	23
26	4	4	4	4	4	20
27	4	5	5	5	4	23
28	5	5	4	2	4	20
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	3	19

31	4	4	4	5	4	21
32	4	5	5	5	4	23
33	3	4	5	4	4	20
34	5	4	4	4	5	22
35	5	4	5	4	5	23
36	3	3	4	4	3	17
37	4	4	3	4	4	19
38	4	4	4	4	4	20
39	4	3	3	4	4	18
40	4	3	3	4	3	17
41	5	5	5	5	5	25
42	5	3	3	3	4	18
43	4	4	4	4	4	20
44	5	3	3	5	4	20
45	3	4	4	3	3	17
46	5	5	5	5	5	25
47	3	5	4	4	3	19
48	3	4	4	4	4	19
49	4	5	5	5	4	23
50	5	5	5	5	4	24
51	5	5	4	4	4	22
52	3	3	3	4	5	18
53	3	4	4	3	4	18
54	4	4	4	4	4	20
55	4	5	4	4	4	21
56	5	4	4	5	3	21
57	5	4	3	5	5	22
58	3	3	4	4	4	18
59	3	4	5	5	2	19
60	4	4	4	4	4	20
61	5	5	5	4	4	23
62	4	5	5	5	5	24
63	4	4	4	4	3	19
64	4	5	5	5	5	24
65	3	4	4	4	4	19
66	5	4	4	3	4	20
67	4	3	4	4	4	19
68	5	4	4	5	5	23
69	4	5	5	5	4	23
70	4	4	4	3	4	19
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	2	4	3	4	5	18
74	5	4	5	2	5	21
75	5	4	3	4	3	19
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25

78	4	5	5	5	5	24
79	5	4	3	4	5	21
80	5	4	4	3	3	19
81	5	5	5	5	5	25
82	4	3	3	3	3	16
83	4	3	4	3	4	18
84	5	3	4	3	3	18
85	5	4	4	4	3	20
86	4	3	3	3	3	16
87	3	3	4	3	3	16
88	3	3	4	3	4	17
89	4	3	4	3	3	17
90	5	5	4	4	4	22
91	4	4	3	4	3	18
92	3	4	3	4	4	18
93	4	3	3	2	3	15
94	3	4	3	4	3	17
95	4	4	4	4	4	20
96	5	4	3	4	3	19
97	4	4	4	3	4	19
98	4	4	4	3	3	18
99	3	4	4	4	3	18
100	4	4	4	4	2	18
101	5	4	3	2	4	18
102	4	3	4	3	3	17
103	4	3	3	4	3	17
104	4	5	4	5	3	21
105	4	3	4	5	3	19
106	4	5	4	4	4	21
107	3	5	4	4	4	20
108	4	3	4	4	4	19
109	4	5	4	4	3	20
110	5	5	5	5	5	25
111	4	4	4	4	3	19
112	3	3	4	3	3	16
113	4	5	4	3	3	19
114	4	3	5	4	3	19
115	4	3	4	3	4	18
116	5	5	5	5	5	25
117	5	4	4	4	4	21
118	4	4	4	4	4	20
119	4	4	4	4	4	20
120	5	3	3	5	5	21
121	4	2	2	2	4	14
122	5	2	3	4	5	19
123	5	5	4	3	5	22
124	5	4	3	3	4	19

125	3	3	2	3	4	15
126	4	3	5	4	4	20
127	5	3	3	3	5	19
128	4	4	4	4	4	20
129	5	4	5	4	5	23
130	5	3	4	5	5	22
131	5	3	5	3	5	21
132	4	3	5	4	4	20
133	5	4	5	4	4	22
134	3	3	3	3	4	16
135	4	3	4	4	4	19
136	4	4	5	3	4	20
137	4	3	5	4	3	19
138	5	3	4	3	4	19
139	3	4	5	4	4	20
140	4	4	4	3	5	20
141	5	4	3	3	5	20
142	4	3	4	3	4	18
143	5	2	4	4	5	20
144	5	3	3	3	5	19
145	5	3	3	3	5	19
146	4	3	3	3	4	17
147	4	3	3	3	4	17
148	5	3	3	3	5	19
149	4	4	4	3	5	20
150	4	3	3	3	4	17
151	4	4	4	4	4	20
152	3	3	3	3	4	16
153	4	4	5	4	4	21
154	4	4	5	4	4	21
155	3	4	5	4	4	20
156	3	4	5	4	3	19
157	5	4	5	4	5	23
158	3	3	4	5	3	18
159	4	4	5	4	4	21
160	3	4	5	4	4	20
161	4	4	5	4	3	20
162	5	4	5	5	5	24
163	5	4	5	4	4	22
164	4	4	5	4	4	21
165	5	4	5	4	5	23
166	5	4	4	4	5	22
167	5	4	5	4	4	22
168	3	4	4	3	4	18
169	4	4	4	4	3	19
170	4	4	4	4	4	20
171	5	4	4	4	4	21

172	4	4	4	4	5	21
173	4	3	3	3	2	15
174	3	3	3	4	5	18
175	4	3	4	4	3	18
176	4	3	4	3	4	18
177	5	4	3	3	5	20
178	5	3	3	3	5	19
179	4	4	4	4	4	20
180	5	4	4	4	5	22
181	4	4	4	4	4	20
182	4	4	3	4	4	19
183	3	4	4	4	4	19
184	4	4	3	4	5	20
185	5	4	4	4	5	22
186	4	4	4	3	4	19
187	5	3	2	4	5	19
188	5	4	4	3	5	21
189	4	3	4	4	3	18
190	4	5	3	4	5	21
191	4	3	4	4	3	18
192	5	5	4	3	5	22
193	5	5	5	5	5	25
194	5	5	5	5	5	25
195	4	3	4	3	4	18
196	4	4	3	3	4	18
197	5	5	5	5	5	25
198	3	3	3	3	3	15
199	3	4	3	4	4	18
200	3	4	3	4	4	18
201	4	4	4	4	4	20
202	3	3	3	3	3	15
203	3	4	3	3	4	17
204	3	4	3	3	4	17
205	3	4	3	3	4	17
206	5	4	4	4	4	21
207	4	3	4	4	4	19
208	4	3	4	3	3	17
209	3	3	2	3	4	15
210	4	3	4	3	4	18

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X1

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,511**	,519**	,340**	,450**	,755**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	210	210	210	210	210	210
X1.2	Pearson Correlation	,511**	1	,288**	,421**	,386**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	210	210	210	210	210	210
X1.3	Pearson Correlation	,519**	,288**	1	,491**	,412**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	210	210	210	210	210	210
X1.4	Pearson Correlation	,340**	,421**	,491**	1	,531**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	210	210	210	210	210	210
X1.5	Pearson Correlation	,450**	,386**	,412**	,531**	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	210	210	210	210	210	210
TOTALX1	Pearson Correlation	,755**	,713**	,716**	,756**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	210	210	210	210	210	210

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,793	5

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X2

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	,630**	,529**	,625**	,474**	,800**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X3.2	Pearson Correlation	,630**	1	,574**	,620**	,580**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X3.3	Pearson Correlation	,529**	,574**	1	,609**	,495**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X3.4	Pearson Correlation	,625**	,620**	,609**	1	,509**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X3.5	Pearson Correlation	,474**	,580**	,495**	,509**	1	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	216	216	216	216	216	216
TOTALX3	Pearson Correlation	,800**	,844**	,803**	,831**	,757**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	216	216	216	216	216	216

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,866	5

Lampiran 11 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X3

Correlations							
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTALX4
X4.1	Pearson Correlation	1	,509**	,495**	,580**	,474**	,757**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X4.2	Pearson Correlation	,509**	1	,609**	,620**	,625**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X4.3	Pearson Correlation	,495**	,609**	1	,574**	,529**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X4.4	Pearson Correlation	,580**	,620**	,574**	1	,630**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X4.5	Pearson Correlation	,474**	,625**	,529**	,630**	1	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	216	216	216	216	216	216
TOTALX4	Pearson Correlation	,757**	,831**	,803**	,844**	,800**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	216	216	216	216	216	216

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,866	5

Lampiran 12 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X4

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,505**	,467**	,537**	,527**	,769**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	210	210	210	210	210	210
X2.2	Pearson Correlation	,505**	1	,459**	,580**	,462**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	210	210	210	210	210	210
X2.3	Pearson Correlation	,467**	,459**	1	,599**	,489**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	210	210	210	210	210	210
X2.4	Pearson Correlation	,537**	,580**	,599**	1	,586**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	210	210	210	210	210	210
X2.5	Pearson Correlation	,527**	,462**	,489**	,586**	1	,777**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	210	210	210	210	210	210
TOTALX2	Pearson Correlation	,769**	,765**	,764**	,852**	,777**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	210	210	210	210	210	210

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,845	5

Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas X5

Correlations							
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	TOTALX5
X5.1	Pearson Correlation	1	,530**	,339**	,419**	,341**	,740**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X5.2	Pearson Correlation	,530**	1	,450**	,387**	,233**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X5.3	Pearson Correlation	,339**	,450**	1	,516**	,288**	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X5.4	Pearson Correlation	,419**	,387**	,516**	1	,310**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
X5.5	Pearson Correlation	,341**	,233**	,288**	,310**	1	,613**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000
	N	216	216	216	216	216	216
TOTALX5	Pearson Correlation	,740**	,736**	,722**	,741**	,613**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	216	216	216	216	216	216

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,754	5

Lampiran 9 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Y

Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	,476**	,424**	,538**	,437**	,739**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
Y2	Pearson Correlation	,476**	1	,444**	,600**	,620**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
Y3	Pearson Correlation	,424**	,444**	1	,560**	,463**	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
Y4	Pearson Correlation	,538**	,600**	,560**	1	,593**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	216	216	216	216	216	216
Y5	Pearson Correlation	,437**	,620**	,463**	,593**	1	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	216	216	216	216	216	216
TOTALY	Pearson Correlation	,739**	,800**	,742**	,839**	,792**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	216	216	216	216	216	216

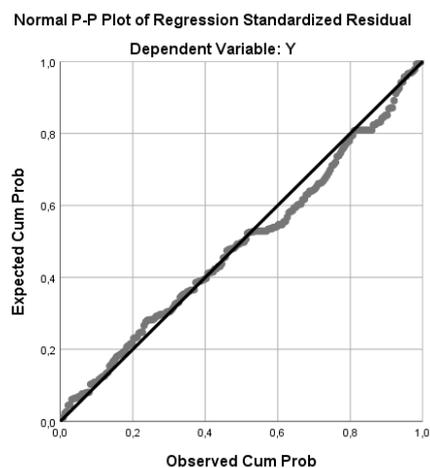
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,841	5

Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			210
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,24393157
Most Extreme Differences	Absolute		,085
	Positive		,085
	Negative		-,044
Test Statistic			,085
Asymp. Sig. (2-tailed)			,001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,092 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,085
		Upper Bound	,100
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.			

Lampiran 11 Hasil Uji Kurva Normal P-Plot



Lampiran 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,115	8,686
	X2	,126	7,957
	X3	,594	1,683
	X4	,467	2,140
	X5	,102	,9764

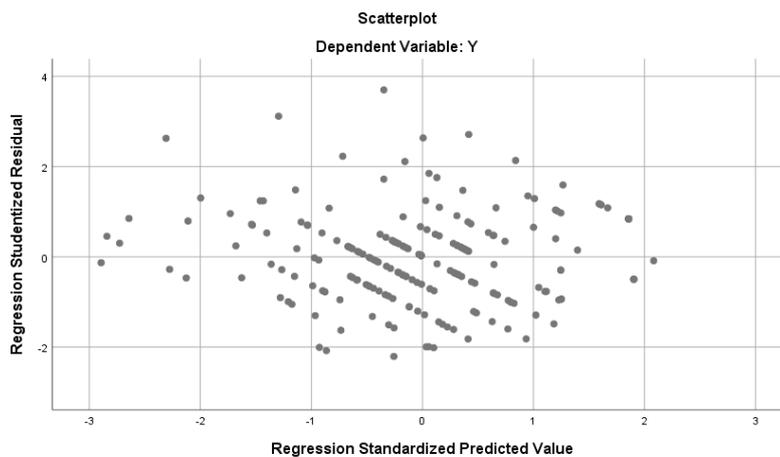
a. Dependent Variable: Y

Lampiran 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,371	,635		,584	,560
	X1	,130	,087	,302	1,486	,139
	X2	-,148	,077	-,369	-	,058
	X3	,029	,029	,090	1,002	,317
	X4	,037	,032	,114	1,154	,250
	X5	-,005	,090	-,011	-,052	,958

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Lampiran 14 Hasil Uji Scatterplot



Lampiran 15 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,511	,964		4,679	,000
	X1	-,948	,129	-,850	-7,342	,000
	X2	,620	,111	,590	5,593	,000
	X3	,270	,043	,318	6,258	,000
	X4	,202	,047	,242	4,335	,000
	X5	,625	,158	,578	3,949	,000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 16 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,511	,964		4,679	,000
	X1	-,948	,129	-,850	-7,342	,000
	X2	,620	,111	,590	5,593	,000
	X3	,270	,043	,318	6,258	,000
	X4	,202	,047	,242	4,335	,000
	X5	,625	,158	,578	3,949	,000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 17 Hasil Uji Hipotesis (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	900,065	5	180,013	82,187	,000 ^b
	Residual	446,816	204	2,190		
	Total	1346,881	209			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

Lampiran 18 Hasil Uji Hipotesis (Uji Koefisien Determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,817 ^a	,668	,660	1,47996

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

Lampiran 19 r tabel, t tabel dan f tabel

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	
156	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,608	0,054	0,102	0,131	0,156	0,185	0,204
157	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,608	0,054	0,102	0,131	0,156	0,184	0,204
158	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,607	0,054	0,102	0,131	0,155	0,184	0,203
159	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,054	0,102	0,130	0,155	0,183	0,202
160	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,053	0,101	0,130	0,154	0,183	0,202
161	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,053	0,101	0,129	0,154	0,182	0,201
162	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,053	0,101	0,129	0,153	0,182	0,201
163	0,676	1,287	1,654	1,975	2,349	2,606	0,053	0,100	0,128	0,153	0,181	0,200
164	0,676	1,287	1,654	1,975	2,349	2,606	0,053	0,100	0,128	0,152	0,180	0,199
165	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606	0,053	0,100	0,128	0,152	0,180	0,199
166	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606	0,052	0,099	0,127	0,151	0,179	0,198
167	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606	0,052	0,099	0,127	0,151	0,179	0,198
168	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,605	0,052	0,099	0,127	0,151	0,178	0,197
169	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,605	0,052	0,098	0,126	0,150	0,178	0,196
170	0,676	1,287	1,654	1,974	2,348	2,605	0,052	0,098	0,126	0,150	0,177	0,196
171	0,676	1,287	1,654	1,974	2,348	2,605	0,052	0,098	0,125	0,149	0,177	0,195
172	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,605	0,051	0,098	0,125	0,149	0,176	0,195
173	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,605	0,051	0,097	0,125	0,148	0,176	0,194
174	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604	0,051	0,097	0,124	0,148	0,175	0,194
175	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604	0,051	0,097	0,124	0,148	0,175	0,193
176	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604	0,051	0,097	0,124	0,147	0,174	0,193
177	0,676	1,286	1,654	1,973	2,348	2,604	0,051	0,096	0,123	0,147	0,174	0,192
178	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,604	0,051	0,096	0,123	0,146	0,173	0,192
179	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,604	0,050	0,096	0,123	0,146	0,173	0,191
180	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,122	0,146	0,172	0,190
181	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,122	0,145	0,172	0,190
182	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,122	0,145	0,171	0,189
183	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,121	0,144	0,171	0,189
184	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,094	0,121	0,144	0,170	0,188
185	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,094	0,121	0,144	0,170	0,188
186	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,049	0,094	0,120	0,143	0,170	0,187
187	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,094	0,120	0,143	0,169	0,187
188	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,093	0,120	0,142	0,169	0,186
189	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,093	0,119	0,142	0,168	0,186
190	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,093	0,119	0,142	0,168	0,185
191	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602	0,049	0,093	0,119	0,141	0,167	0,185
192	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602	0,049	0,092	0,118	0,141	0,167	0,185
193	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602	0,049	0,092	0,118	0,141	0,166	0,184
194	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601	0,048	0,092	0,118	0,140	0,166	0,184
195	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601	0,048	0,092	0,118	0,140	0,166	0,183
196	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601	0,048	0,091	0,117	0,139	0,165	0,183
197	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,117	0,139	0,165	0,182
198	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,117	0,139	0,164	0,182
199	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,116	0,138	0,164	0,181
200	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,116	0,138	0,164	0,181
201	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,601	0,048	0,090	0,116	0,138	0,163	0,180
202	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,090	0,115	0,137	0,163	0,180
203	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,090	0,115	0,137	0,162	0,180
204	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,090	0,115	0,137	0,162	0,179
205	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,089	0,115	0,136	0,162	0,179
206	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,089	0,114	0,136	0,161	0,178
207	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600	0,047	0,089	0,114	0,136	0,161	0,178

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	
208	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600	0,047	0,089	0,114	0,135	0,160	0,177
209	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600	0,047	0,089	0,114	0,135	0,160	0,177
210	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,047	0,088	0,113	0,135	0,160	0,177
211	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,088	0,113	0,134	0,159	0,176
212	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,088	0,113	0,134	0,159	0,176
213	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,088	0,112	0,134	0,159	0,175
214	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,088	0,112	0,134	0,158	0,175
215	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,087	0,112	0,133	0,158	0,175
216	0,676	1,285	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,087	0,112	0,133	0,157	0,174
217	0,676	1,285	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,087	0,111	0,133	0,157	0,174
218	0,676	1,285	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,087	0,111	0,132	0,157	0,173
219	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,046	0,087	0,111	0,132	0,156	0,173
220	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,046	0,086	0,111	0,132	0,156	0,173
221	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,086	0,110	0,131	0,156	0,172
222	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,086	0,110	0,131	0,155	0,172
223	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,086	0,110	0,131	0,155	0,171
224	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,086	0,110	0,131	0,155	0,171
225	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,085	0,109	0,130	0,154	0,171
226	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,085	0,109	0,130	0,154	0,170
227	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,598	0,045	0,085	0,109	0,130	0,154	0,170
228	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,598	0,045	0,085	0,109	0,129	0,153	0,170
229	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,597	0,045	0,085	0,108	0,129	0,153	0,169
230	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,597	0,045	0,084	0,108	0,129	0,153	0,169
231	0,676	1,285	1,651	1,970	2,343	2,597	0,044	0,084	0,108	0,129	0,152	0,168
232	0,676	1,285	1,651	1,970	2,343	2,597	0,044	0,084	0,108	0,128	0,152	0,168
233	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,084	0,108	0,128	0,152	0,168
234	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,084	0,107	0,128	0,151	0,167
235	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,084	0,107	0,127	0,151	0,167
236	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,083	0,107	0,127	0,151	0,167
237	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,083	0,107	0,127	0,150	0,166
238	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,083	0,106	0,127	0,150	0,166
239	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,083	0,106	0,126	0,150	0,166
240	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,044	0,083	0,106	0,126	0,149	0,165
241	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,106	0,126	0,149	0,165
242	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,106	0,126	0,149	0,165
243	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,105	0,125	0,149	0,164
244	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,105	0,125	0,148	0,164
245	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,105	0,125	0,148	0,164
246	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,105	0,125	0,148	0,163
247	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,081	0,104	0,124	0,147	0,163
248	0,675	1,285	1,651	1,970	2,341	2,596	0,043	0,081	0,104	0,124	0,147	0,163
249	0,675	1,285	1,651	1,970	2,341	2,596	0,043	0,081	0,104	0,124	0,147	0,162
250	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,596	0,043	0,081	0,104	0,124	0,146	0,162
251	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,596	0,043	0,081	0,104	0,123	0,146	0,162
252	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,043	0,081	0,103	0,123	0,146	0,161
253	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,081	0,103	0,123	0,146	0,161
254	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,103	0,123	0,145	0,161
255	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,103	0,122	0,145	0,160
256	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,103	0,122	0,145	0,160
257	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,102	0,122	0,144	0,160
258	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,102	0,122	0,144	0,159
259	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,102	0,121	0,144	0,159

Lampiran 20 Distribusi Kuesioner



Lampiran 21 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1845/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/11/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Abdu Syukur
NIM : 2017202230
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : Ma'ruf Hidayat, M.H.
Judul : Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, Edukasi dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Dalam Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Attholibiyah Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal)

Pada tanggal 18 November 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 29 November 2024
Koord. Prodi Perbankan Syariah

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 22 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



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

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

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 11/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/1/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Abdu Syukur

NIM : 2017202230

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 7 Januari 2025 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **75 / B**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 7 Januari 2025
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 23 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جندرال احمد ياني رقم: ٤٠، بوروكرتو ٥٣١٢٦ هاتف ٠٢٨١ - ٦٣٥٦٢٤ www.iainpurwokerto.ac.id

السيرة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠٢٢/٢٥٤٩٣

منحت الى

الاسم

: عبد اشكر

المولودة

: بتيغال، ٧ يونيو ٢٠٠١

الذي حصل على فهم

المسموع فهم العبارات

والتراكيب

فهم المقروء

النتيجة : ٥٣١



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١٦
مايو ٢٠٢١

بوروكرتو، ٤ فبراير ٢٠٢٢
رئيس الوحدة لتنمية اللغة،



الدكتورة أدي روسواتي، الماجستير
رقم التوظيف: ١٩٨٦٠٧٠٤٢٠١٥٠٣٢٠٠٤

ValidationCode

Lampiran 24 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris

EPTIP CERTIFICATE

(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/25711/2021

This is to certify that

Name : ABDU SYUKUR
Date of Birth : TEGAL, June 7th, 2001

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on May 4th, 2021, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension : 48
2. Structure and Written Expression : 45
3. Reading Comprehension : 48

Obtained Score : 469



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, June 4th, 2021
Head of Language Development Unit,

H. A. Sangid, B.Ed., M.A.
NIP: 19700617 200112 1 001



Lampiran 25 Sertifikat Ujian BTA PPI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/19013/18/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : ABDU SYUKUR
NIM : 2017202230

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

Tes Tulis : 75
Tartil : 70
Imla` : 73
Praktek : 70
Nilai Tahfidz : 71



Purwokerto, 18 Okt 2020



ValidationCode

Lampiran 26 Sertifikat KKN



Sertifikat

Nomor Sertifikat : 0721/K.LPPM/KKN.52/09/2023

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **ABDU SYUKUR**
NIM : **2017202230**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-52 Tahun 2024,
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **89 (A)**.



Certificate Validation



Lampiran 27 Sertifikat PPL

SERTIFIKAT

Nomor: B-475/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/3/2024



Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

NAMA : ABDU SYUKUR

NIM : 2017202230

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2024 mulai bulan Januari 2024 sampai dengan Februari 2024 dan dinyatakan lulus dengan mendapatkan nilai **A-**.

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqasyah/Skripsi.

Purwokerto, 25 Maret 2024

Mengertahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Hi. Yotz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200601 2 027

Lampiran 28 Sertifikat PBM



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

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

SERTIFIKAT

Nomor : 4322/Uin.19/D.FEBI/PP.009/10/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

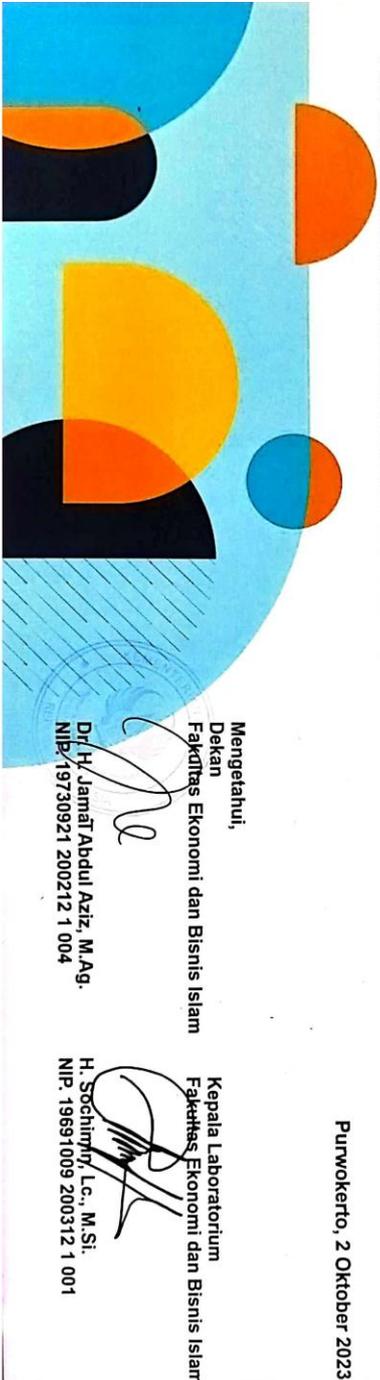
Nama : Abdu Syukur

NIM : 2017202230

Dinyatakan Lulus Dengan Nilai A

Dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023.

Purwokerto, 2 Oktober 2023



Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jama' Abdul Aziz, M.Ag.
NIP.19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

H. Soehiryo, Lc., M.Si.
NIP.19691009 200312 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Abdu Syukur
NIM : 2017202230
Tempat/Tanggal Lahir : Tegal, 7 Juni 2001
Jenis kelamin : Laki-Laki
Nama Ayah : Jumarno
Nama Ibu : Naimah
Alamat : Dusun Batumirah Rt. 02/Rw. 01, Desa Batumirah,
Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, Jawa
Tengah.
No HP : 082329176116
E-Mail : abduyukurhahahi@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD/MI : SD Negeri Batumirah 02 (2008-2014)
SMP/MTs : SMP Negeri 03 Bumijawa (2014-2017)
SMA/SMK : SMA Negeri 1 Bojong (2017-2020)
Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
Purwokerto (Dalam Proses)

C. Pengalaman Organisasi

1. INKANAS SMP Negeri 03 Bumijawa (2014-2017)
2. PMII Rayon FEBI (2020-2021)
3. Anggota Ikatan Mahasiswa Tegal (IMT) (2020-2021)
4. Koordinator divisi kewirausahaan Ikatan Mahasiswa Tegal (IMT) (2021-2022)

Purwokerto, 22 Januari 2025
Saya yang menyatakan,

Abdu Syukur
NIM. 2017202230