

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. *Religiusitas*

1. Pengertian *Religiusitas*

Religiusitas merupakan aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan di akhirat.¹⁶

2. Dimensi *Religiusitas*

Dimensi-dimensi dari Religiusitas yang dirumuskan oleh Glock dan Stark terdiri dari beberapa dimensi, yaitu :¹⁷

1. Dimensi keyakinan atau ideologis (*the ideological dimension*)

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, kitab, surga, dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut

¹⁶ Rahma Bellani Oktavindria Iranati, Skripsi, "*Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan)*", (Jakarta: Fak. Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, 2017), hal.13

¹⁷ Desy Fatmawati, Skripsi, "*Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman*", (Yogyakarta: Fak. Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hal.27-29.

oleh seseorang, makna yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama.

2. Dimensi praktek agama atau ritualistik (*the ritualistic dimension*)

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya.

3. Dimensi pengalaman (*the experiential dimension*)

Dimensi ini mencakup pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan dalam kehidupan, ketenangan hidup, takut melanggar larangan Tuhan, keyakinan menerima balasan dan hukuman, dorongan untuk melaksanakan perintah agama, perasaan nikmat dalam beribadah.

4. Dimensi pengetahuan agama atau intelektual (*the intellectual dimension*)

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci maupun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-

ritus, kitab suci, dan tradisi. Menjadikan Al-Quran dan Hadist sebagai pedoman hidup sekaligus sebagai sumber pengetahuan dan memberikan ajaran Islam.

5. Dimensi konsekuensi (*the consequential dimension*)

Dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial. Dimensi ini berkaitan dengan kegiatan pemeluk agama untuk merealisasikan ajaran dan lebih mengarah pada hubungan manusia tersebut dengan sesamanya dalam kehidupan sehari-hari yang berlandaskan pada etika dan spritualitas agama yang dianutnya. misalnya mengunjungi orang yang sakit, menolong orang yang sedang kesulitan, mendermakan hartanya, dan lain-lain.

B. Pribadi

1. Pengertian Pribadi

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pribadi diartikan “manusia sebagai perseorangan (diri manusia atau diri sendiri) atau keseluruhan sifat-sifat yang merupakan watak seseorang”.¹⁸ Selain itu, menurut Setiadi yang dikutip oleh Roni Andespa didalam skripsinya, faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis yang dimiliki oleh individu yang berbeda dengan individu lainnya, yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan yang berguna dalam

¹⁸ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, “*Pribadi*”, diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pribadi>, pada tanggal 07 Juli 2019

menganalisis keputusan pembelian konsumen (nasabah) terhadap sebuah produk.¹⁹

2. Dimensi Pribadi

Dimensi-dimensi dari Faktor Pribadi yang dirumuskan oleh Kotler yang dikutip Abdul Azis didalam skripsinya ini terdiri dari beberapa dimensi:²⁰

a. Usia dan Siklus Hidup

Selera kita terhadap minat makanan, pakaian, perabot, rekreasi, dll sering berhubungan dengan usia kita. Konsumen juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia, dan jenis kelamin orang dalam rumah pada satu waktu tertentu.

b. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang seperti yang diperlihatkannya dalam aktivitas, minat, dan opininya.

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian dan Konsep Diri adalah karakteristik psikologis unik seseorang yang menghasilkan tanggapan-tanggapan yang relatif konsisten.

¹⁹ Roni Andespa, “*Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (UIN Imam Bonjol Padang, 2017) hal.197

²⁰ Abdul Azis, Skripsi, “*Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamart Kecamatan Tamalate Kota Makassar*”, hal.19

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai perbuatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain.²¹

Selanjutnya Kotler Philip dan Keller mendefinisikan pelayanan sebagai aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah.²²

Adapun yang termasuk dalam kategori pelayanan adalah bagaimana keramahaan pelayanan customer officer. Selain itu kecepatan waktu, memprioritaskan nasabah dan kenyamanan ruang tempat transaksi termasuk juga menjadi pertimbangan nasabah, ketepatan pencatatan merupakan hal yang penting sebagai bukti administrasi dan transaksi kedua belah pihak dan itu diharuskan.²³

2. Dimensi Pelayanan

Fitzmmons dan Mona mengemukakan lima dimensi pelayanan meliputi:²⁴

1. *Reability*, menunjukkan kemampuan pelayanan yang diharapkan secara bebas dan akurat.

²¹ Erham Anggawirya dan Audi C, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Indah Surabaya, 2002), hal.41.

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Hendra Teguh, Benyamin Molan dan Rony A. Rusli. Jilid 2. (Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004) hal. 45.

²³ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Computindo, 2003), hal.14

²⁴ James Fitzmmons dan Mona J, *Service Management For Competitive Advantage*, (New York: Mc Graw-Hill, Inc, 1994), hal.189-190.

2. *Responsiveness*, berisi keinginan untuk menolong langganan dan memberi pelayanan dengan cepat.
3. *Asurance*, menyangkut pengetahuan dan keramahan pegawai serta kemampuannya untuk menimbulkan kepercayaan langganan.
4. *Empathy*, berupa perhatian terhadap langganan yang meliputi pendekatan, penciptaan rasa aman dan berusaha memahami keperluan langganan.
5. *Tangibles*, meliputi penampilan fisik, perlengkapan, tenaga dan sarana komunikasi.

D. Minat menabung

1. Pengertian Minat Menabung

Menurut Sofyan Assauri, minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih di kenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan “suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.”²⁵

²⁵ Sofyan Assauri, *Bank Syariah: Dari teori ke Praktik* (Jakarta:Gema Insani, 2001),hal.85.

Menurut Badudu dan Zain, menabung adalah kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank.²⁶ Selain itu, menurut website pendidikan.co.id yang ditulis oleh Parta Ibeng, menabung adalah menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan. Menabung ialah salah satu cara dalam mengelola keuangan untuk mencapai keinginan.²⁷

Dari penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa minat menabung adalah keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk menyimpan uang di kantor pos atau di bank sebagai salah satu cara dalam mengelola keuangan.

2. Dimensi Minat

Menurut pendapat Agusty Tae Ferdinand yang dikutip oleh Aldaan Faikar Annafik dalam skripsinya, minat terdiri dari beberapa dimensi sebagai berikut:²⁸

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

²⁶ Badudu JS dan Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan), hal.139

²⁷ Parta Ibeng, “*Pengertian Menabung, Macam, Tujuan dan Manfaat*”, diakses dari <https://pendidikan.co.id/pengertian-menabung-macam-tujuan-dan-manfaat/> pada tanggal 07 Juli 2019

²⁸ Aldaan Faikar Annafik, Skripsi, “*Analisis pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha: Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang*”, hal.15.

- c. 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.
- d. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

E. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata Italia *banco* yang artinya bangku atau meja. Bangku inilah yang dipergunakan oleh banker untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank. Dengan demikian, fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa.²⁹

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran peredaran uang.³⁰

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Menurut

²⁹ Andi Soemitra M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009) hal.62

³⁰ Suharso dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, (Semarang: CV. Widya Karya) hal.75

Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 yang dikutip oleh Andi Soemitra di dalam bukunya yang berjudul “*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*”, pengertian bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³¹

Menurut Muhammad melalui buku yang ditulisnya yang berjudul “*Bank Syariah*”. Menurut bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam.³²

Selain itu, menurut UU No. 10 Tahun 1998 yang telah di revisi menjadi UU perbankan No. 21 Tahun 2008 yang dikutip oleh Arbi Syarif di dalam bukunya yang berjudul “*Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*”, pengertian bank syariah adalah lembaga keuangan yang pengoperasiannya dengan prinsip syariah dan sistem bagi hasil.³³

2. Karakteristik Bank Syariah

Prinsip syariah islam dalam pengelolaan harta menekankan pada keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Harta harus dimanfaatkan untuk hal-hal produktif terutama kegiatan ekonomi dalam

³¹ Andi Soemitra M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), hal.62

³² Muhammad, *Bank Syariah*, (2005), hal.13

³³ Arbi Syarif, *Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*, (Jakarta: Djambatan, 2002), hal.21

menghasilkan keuntungan. Bank syariah ialah bank yang berasaskan kemitraan, keadilan, transparansi, dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah.³⁴

Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan karakteristik, yakni :³⁵

- a. Pelarangan riba dalam berbagai bentuknya
- b. Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (time value of money)
- c. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas
- d. Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif
- e. Tidak diperkenankan menggunakan dua harga dalam untuk satu barang
- f. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad

Selain itu, menurut Muhammad yang dikutip oleh Avisena Rizki Yuhana didalam skripsinya. Dalam menjalankan aktivitasnya, bank syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:³⁶

1. Prinsip Keadilan

Dengan sistem operasional yang berdasarkan profit and loss sharing system, bank islam memiliki kekuatan tersendiri yang berbeda dengan system konvensional. Perbedaan ini nampak jelas

³⁴ Slamet Wiyono, *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah*, (Grasindo, 2005), hal.74-75

³⁵ Slamet Wiyono, *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah*, (Grasindo, 2005), hal.74-75

³⁶ Avisena Rizki Yuhana, Skripsi, *Analisis Pengaruh Produk, Karakteristik Bank Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT.BPRS Dharma Kuwera Klaten*, (IAIN Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2016), hal.24-25

bahwa dalam sistem bagi hasil terkandung dimensi keadilan dan pemerataan.

2. Prinsip Kesederajatan

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank.

3. Prinsip Ketentraman

Menurut falsafah Al-Qur'an, semua aktivitas yang dapat dilakukan oleh manusia patut dikerjakan untuk mendapatkan falah (ketentraman, kesejahteraan, atau kebahagiaan) yaitu istilah yang dimaksudkan untuk mencapai kesempurnaan dunia dan akhirat. Sebagai lembaga ekonomi, tujuan pendirian bank syariah adalah untuk menciptakan keseimbangan sosial-ekonomi (material dan spiritual) masyarakat agar mencapai falah

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Sayyidatul Maghfiroh (2018)	Pengaruh Religiusitas , Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat	Variabel Religiusitas Dan Minat Menabung	Menambahkan variabel Pribadi Dan Pelayanan sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang
2.	Khoirun Nisa (2018)	Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Religiusitas	Variabel Religiusitas	Menambahkan variabel Pribadi dan

		Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah	Dan Minat Menabung	Pelayanan sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang
--	--	--	-------------------------------------	---

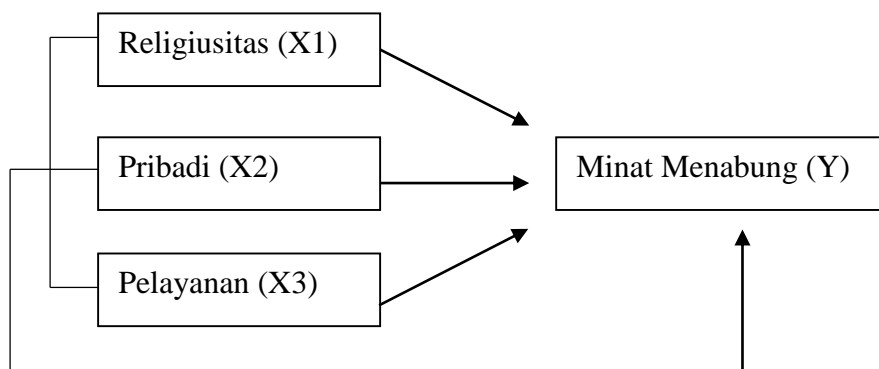
3.	Roni Andespa (2017)	Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah	Variabel Pribadi Dan Minat Menabung	Menambahkan variabel Religiusitas dan Pelayanan sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang
4.	Isnaine Maulida (2016)	Analisis Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada BMT Taruna	Variabel Pelayanan Dan Minat Nasabah Menabung	Menambahkan variabel Religiusitas dan Pribadi sebagai variabel independen. Objek

		Sejahtera Cabang Tuntang		penelitian adalah Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang
5.	Khanif Rahmanto (2016)	Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab.Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah	Variabel Religiusitas, Pelayanan, Dan Minat Menabung	Menambahkan variabel Pribadi sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir berguna sebagai acuan bagi peneliti agar penelitian yang dilakukan tersebut menjadi terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Berikut kerangka pemikiran dari judul “Pengaruh Faktor Religiusitas, Pribadi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang).”



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

H. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh faktor religiusitas terhadap minat mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

Menurut Glock dan Stark yang dikutip oleh Ulfi Febrina didalam skripsinya, religiusitas adalah keseluruhan dari fungsi jiwa individu mencakup keyakinan, perasaan, dan perilaku yang diarahkan secara sadar

dan sungguh-sungguh pada ajaran agamanya dengan mengerjakan lima dimensi keagamaan.³⁷

Religiusitas menurut Syafi'i Antonio yang dikutip oleh Rahma Bella Oktavindria Iranati didalam skripsinya, munculnya bank syariah adalah karena dorongan yang kuat dari keyakinan agama baik secara tekstual maupun historis, dimana agama diyakini membahas kehidupan dan persoalan-persoalan pengelolaan keduniaan termasuk mengelola bank dan bagaimana bertransaksi. Maka religiusitas seharusnya memiliki peran yang besar terhadap partisipasi masyarakat Indonesia terhadap bank syariah.³⁸

Menurut penelitian yang dilakukan Atsede Woldie dan Saad Nasser Al Hajari (2003) di Qatar tentang "*Islamic Banking in The West: The Need for Islamic Banking in The UK*" yang dikutip oleh Rahma Bella Oktavindria Iranati didalam skripsinya, terungkap faktor-faktor alasan pelanggan bermitra dengan bank syariah. Setelah dirangking maka urutan motivasi bermitra dengan bank syariah adalah pertama faktor religiusitas (keagamaan), kedua kepercayaan terhadap komite pengawasan dalam bank syariah, ketiga kerahasiaan, keempat reputasi dan citra dan kelima sifat sosial dan ramah dari pegawai bank. Dari penelitian tersebut terbukti bahwa

³⁷ Ulti Febrina, Skripsi, *Hubungan Intensitas Mengakses Fanpage Islami Melalui Facebook Dengan Religiusitas Pada Mahasiswa*, (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2015), hal.11

³⁸ Rahma Bellani Oktavindria Iranati, Skripsi, "*Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah*", (Tangerang Selatan: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), hal 43

religiusitas memiliki pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah.³⁹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nadia (2016) menyatakan bahwa tingkat religiusitas mahasiswa fakultas syariah UNISBA berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank BRI syariah kantor kas UNISBA baik secara parsial maupun simultan.⁴⁰

Ha = Faktor Religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa UIN

Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

Ho = Faktor Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa UIN

Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

2. Pengaruh faktor pribadi terhadap minat mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

Menurut Simamora yang dikutip oleh Roni Andespa didalam skripsinya, keputusan seorang pembeli (nasabah) juga dipengaruhi karakteristik pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap daur hidup pembeli (nasabah), gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri dari pembeli (nasabah). Selain itu, menurut Setiadi yang juga dikutip oleh Roni Andespa didalam skripsinya, faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis yang dimiliki oleh individu yang berbeda dengan individu lainnya, yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan

³⁹ Rahma Bellani Oktavindria Iranati, Skripsi, "*Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah*", (Tangerang Selatan: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), hal 43

⁴⁰ Nadia dkk, Skripsi, *Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syariah UNISBA Terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syariah Kantor Kas UNISBA*, (UNISBA, 2016), hal.95

lama terhadap lingkungan yang berguna dalam menganalisis keputusan pembelian konsumen (nasabah) terhadap sebuah produk.⁴¹

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Roni Andespa (2017). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah⁴²

Ha = Faktor Pribadi berpengaruh terhadap minat mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

Ho = Faktor Pribadi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

3. Pengaruh faktor pelayanan terhadap minat mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

Menurut Kotler, pelayanan adalah aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah.⁴³ Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi . Pada

⁴¹ Roni Andespa, "*Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (UIN Imam Bonjol Padang, 2017), hal.197

⁴² Roni Andespa, "*Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (UIN Imam Bonjol Padang, 2017), hal.205

⁴³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Hendra Teguh, Benyamin Molan dan Rony A. Rusli. Jilid 2. (Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004), hal.45.

umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.⁴⁴

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Erma Ardhiyanti (2016) disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.⁴⁵

Ha = Faktor Pelayanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

Ho = Faktor Pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

4. Pengaruh faktor religiusitas, pribadi, dan pelayanan terhadap minat mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah

Menurut Glock dan Stark yang dikutip oleh Ulti Febrina didalam skripsinya, religiusitas adalah keseluruhan dari fungsi jiwa individu mencakup keyakinan, perasaan, dan perilaku yang diarahkan secara sadar dan sungguh-sungguh pada ajaran agamanya dengan mengerjakan lima dimensi keagamaan.⁴⁶

Menurut Simamora yang dikutip oleh Roni Andespa didalam skripsinya, keputusan seorang pembeli (nasabah) juga dipengaruhi karakteristik pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap daur hidup pembeli

⁴⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, dan Implementasi Dan Kontrol*, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal.83

⁴⁵ Erma Ardhiyanti, Skripsi, Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga Pada Bank Syariah, (IAIN Salatiga, 2016), hal.99

⁴⁶ Ulti Febrina, Skripsi, *Hubungan Intensitas Mengakses Fanpage Islami Melalui Facebook Dengan Religiusitas Pada Mahasiswa*, (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2015), hal.11

(nasabah), gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri dari pembeli (nasabah). Selain itu, menurut Setiadi yang juga dikutip oleh Roni Andespa didalam skripsinya, faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis yang dimiliki oleh individu yang berbeda dengan individu lainnya, yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan yang berguna dalam menganalisis keputusan pembelian konsumen (nasabah) terhadap sebuah produk.⁴⁷

Menurut Kotler, pelayanan adalah aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah.⁴⁸ Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi . Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.⁴⁹

Menurut Sofyan Assauri, minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk

⁴⁷ Roni Andespa, “*Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (UIN Imam Bonjol Padang, 2017), hal.197

⁴⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Hendra Teguh, Benyamin Molan dan Rony A. Rusli. Jilid 2. (Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004), hal.45

⁴⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, dan Implementasi Dan Kontrol*, Jilid 1, 2001, Jakarta Erlangga, hal.83

mencari objek yang disenangi tersebut.⁵⁰ Selain itu, pengertian menabung menurut Badudu dan Zain adalah kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank.⁵¹ Sedangkan, menurut website pendidikan.co.id yang ditulis oleh Parta Ibeng, menabung adalah menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan. Menabung ialah salah satu cara dalam mengelola keuangan untuk mencapai keinginan.⁵²

Dari penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa minat menabung adalah keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk menyimpan uang di kantor pos atau di bank sebagai salah satu cara dalam mengelola keuangan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadia (2016)⁵³, Erma Ardhiyanti (2016)⁵⁴, dan Roni Andespa (2017)⁵⁵. Hasil peneltian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah

⁵⁰ Sofyan Assauri, *Bank Syariah: Dari teori ke Praktik* (Jakarta:Gema Insani, 2001),hal.85.

⁵¹ Badudu JS dan Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sianar Harapan), hal.139

⁵² Parta Ibeng, “*Pengertian Menabung, Macam, Tujuan dan Manfaat*”, diakses dari <https://pendidikan.co.id/pengertian-menabung-macam-tujuan-dan-manfaat/> pada tanggal 07 Juli 2019 pukul 03:42 WIB

⁵³ Nadia dkk, Skripsi, *Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syariah UNISBA Terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syariah Kantor Kas UNISBA*, (UNISBA, 2016), hal.95

⁵⁴ Erma Ardhiyanti, Skripsi, *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga Pada Bank Syariah*, (IAIN Salatiga, 2016), hal.99

⁵⁵ Roni Andespa, “*Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*”, (UIN Imam Bonjol Padang, 2017), hal.197

Ha = Faktor Religiusitas, Faktor Pribadi, dan Faktor Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menabung di Bank Syariah.