

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Responden

Untuk mengetahui kepercayaan dan citra perusahaan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang dengan religiusitas sebagai variable moderasi, dari hasil kuesioner yang telah disebar kepada nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang sebanyak 156 nasabah. Kepada responden untuk memberikan jawaban atau tanggapan dari pertanyaan yang sudah penulis berikan dari kuesioner yang disebar tersebut.

Setiap responden mempunyai karakteristik yang masing-masing berbeda-beda. Setelah itu didalam profil responden terdapat beberapa rincian yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Tujuan dari pengelompokan responden yaitu untuk mengetahui rincian responden yang dijadikan sampel penelitian.

4.1.1 Jenis Kelamin

Responden dikelompokan berdasarkan jenis kelamin yaitu pria dan wanita responden Bank Sumsel Babel Syariah Palembang yang ditunjukan pada Tabel 4.1 berikut ini:

Table 4.1
Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
L	64	41.0	41.0	41.0
Valid P	92	59.0	59.0	100.0
Total	156	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memperlihatkan bahwa jenis kelamin laki-laki sebanyak 64 orang atau sebesar 41,0%, sedangkan responden perempuan sebanyak 92 orang atau sebesar 59,0%. Hal ini menunjukkan bahwa hasil responden jenis kelamin terbanyak yaitu perempuan sebanyak 92 orang atau sebesar 59,0%.

4.1.2 Data Usia

Data mengenai usia responden Bank Sumsel Babel Syariah Palembang yang ditunjukan pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 20 Tahun	10	6.4	6.4	6.4
21-29 Tahun	67	42.9	42.9	49.4
30-39 Tahun	34	21.8	21.8	71.2
40-49 Tahun	28	17.9	17.9	89.1
50 tahun	17	10.9	10.9	100.0
Total	156	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memperlihatkan sebagian besar usia adalah 20 tahun yaitu sebanyak 10 orang atau 6,4%, respon dengan usia 21-29 tahun yaitu sebanyak 67 orang atau sebesar 42,9%, respon dengan usia 30-39 tahun yaitu sebesar 34 orang atau sebesar 21,8%, respon dengan 40-49 tahun yaitu sebanyak 28 orang atau sebesar 17,9% dan yang berusia 50 tahun sebanyak 17 orang atau sebesar 10,9%. Hal ini menunjukkan bahwa hasil responden berdasarkan usia terbanyak adalah 21-29 tahun yaitu sebanyak 67 orang atau sebesar 42,9%

4.1.3 Pendidikan

Responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan masing-masing responden Bank Sumsel Babel Syariah Palembang yang ditunjukkan pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Pendidikan

Pendidikan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMU	10	6.4	6.4	6.4
D3	61	39.1	39.1	45.5
S1	85	54.5	54.5	100.0
Total	156	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden pendidikan SMU yaitu sebanyak 10 orang atau sebesar 6,4%, respon dengan pendidikan D3 sebanyak 61 orang atau sebesar 39,1%, dan yang sarjana 85 orang atau sebesar 54,5%. Hal ini menunjukkan bahwa hasil responden terbanyak yaitu pendidikan sarjana 85 orang atau sebesar 54,5%.

4.1.4 Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden Bank Sumsel Babel Syariah Palembang yang ditunjukkan pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden

Pekerjaan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar	10	6.4	6.4	6.4
Wirausaha	38	24.4	24.4	30.8
Wirasuwasta	73	46.8	46.8	77.6
BUMN	15	9.6	9.6	87.2
Lain-lain	20	12.8	12.8	100.0
Total	156	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden pekerjaan pelajar sebanyak 10 orang atau sebesar 6,4%, responden dengan wirausaha sebanyak 38 orang atau sebesar 24,4%, responden dengan pegawai wiraswasta sebanyak 73 orang atau sebesar 46,8%, responden BUMN sebesar 15 orang atau sebesar 9,6%, dan lainnya 20 orang atau sebesar 12,8%. Dari hasil tabel diatas dengan responden yang banyak yaitu pekerjaan wiraswasta sebanyak 73 orang atau sebesar 46,8%.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan apakah didalam pertanyaan pada kuesioner tersebut betul atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu hal yang akan diukur oleh hasil kuesioner tersebut.

Uji validitas ini dilakukan dengan membandikan dari nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ dalam hal ini n adalah hasil dari jumlah sampel. Jumlah sampel (n) = 156 dan besarnya df dapat dihitung ($156-2=154$) dengan hasil nilai α 0,05 didapat dari nilai r tabel 0,1572. Jika nilai r hitungnya > dari r tabel dan bernilai positif maka dinyatakan valid. Hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Correted item total Correlation	r _{tabel}	Hasil dari validitas
Kepercayaan	Kepercayaan 1	.796	0,1572	Valid
	Kepercayaan 2	.793	0,1572	Valid
	Kepercayaan 3	.926	0,1572	Valid
	Kepercayaan 4	.784	0,1572	Valid
	Kepercayaan 5	.834	0,1572	Valid
Citra Perusahaan	Citra Perusahaan 1	.908	0,1572	Valid
	Citra Perusahaan 2	.846	0,1572	Valid
	Citra Perusahaan 3	.742	0,1572	Valid
	Citra Perusahaan 4	.908	0,1572	Valid
	Citra Perusahaan 5	.694	0,1572	Valid
	Citra Perusahaan 6	.653	0,1572	Valid
Religiusitas	<i>Religiusitas 1</i>	.767	0,1572	Valid
	<i>Religiusitas 2</i>	.800	0,1572	Valid
	<i>Religiusitas 3</i>	.883	0,1572	Valid
	<i>Religiusitas 4</i>	.689	0,1572	Valid
	<i>Religiusitas 5</i>	.742	0,1572	Valid
Minat	Minat 1	.869	0,1572	Valid
	Minat 2	.878	0,1572	Valid
	Minat 3	.806	0,1572	Valid
	Minat 4	.789	0,1572	Valid

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa semua pertanyaan yang memiliki $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0,1572) dan bernilai positif dalam kuesioner ini dinyatakan valid. Item suatu pertanyaan dalam variabel kepercayaan, citra perusahaan, *religiusitas*, dan minat dapat dikatakan signifikan.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Dalam suatu kuisioner dapat disebut reliabel apabila setiap variabel mempunyai *cronbach alph* $>$ 0,60 atau koefisien reliabilitas jika lebih besar dari 0,60. Adapun dari hasil yang diuji reabilitas yang diperoleh dalam penelitian yang ditunjukan pada Tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas Coeficient	Alpha	Keterangan
Kepercayaan (X1)	5 butir pertanyaan	0.883	Reliabel
Citra Perusahaan (X2)	6 butir pertanyaan	0,880	Reliabel
<i>Religiusitas (Z)</i>	5 butir pertanyaan	0,837	Reliabel
Minat Menabung (Y)	4 butir pertanyaan	0,856	Reliabel

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa nilai cronbach *alpha* melebihi nilai *alpha* sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang terdiri dari kepercayaan, citra perusahaan, *religiusitas* dan minat menabung dapat dikatakan bahwa seluruh instrument ini dinyatakan reliabel.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan tahap yang sangat penting dilakukan dalam proses analisis regresi. Apabila jika tidak terdapat gejala asumsi klasik diharapkan dapat dihasilkan dengan model regresi yang sesuai dengan sebutan *best linier unbiased estimator*, yang akan menghasilkan model regresi yang tidak bias dan handal. Uji asumsi klasik terdiri dari *normalitas*, *multikolinearitas*, *heteroskedastisitas*, *linieritas*.¹

4.3.1 Uji Normalitas

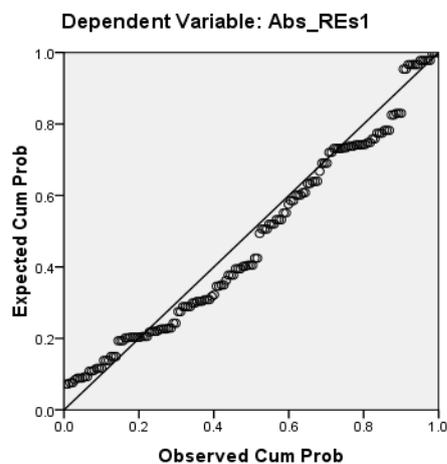
Uji statistik normalitas yang dapat digunakan di antaranya *kolmogorov smirnov*. Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah secara visual yaitu melalui

¹ *Ibid.*, hal.115

normal P-P Plot, ketentuannya adalah jika titik – titik masih berada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal. Jika nilai sig lebih besar dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai sig lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.² Maka data berdistribusi hasilnya normal, adapun uji normalitas dalam penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 4.1 berikut ini:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Pada Gambar 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa dari grafik tersebut P-P Plot sudah terlihat penyebaran titik atau data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan pada penyebarannya tidak terlalu jauh atau melebar. Maka dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini memiliki penyebaran yang terdistribusi

² Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017) hal.57-60

normal. dalam grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		156
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.57229682
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.045
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		.929
Asymp. Sig. (2-tailed)		.354

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.7 diatas diketahui bahwa nilai *kolmogorov-smirnov* adalah 0,929 dan nilai signifikannya sebesar 0,354 nilainya harus lebih besar dari 0,05 hal inilah yang menunjukkan data residual terdistribusi secara normal.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ini ditemukannya adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik itu seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan dengan terdapatnya masalah multikolinearitas. Nilai yang umum dapat dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas berarti nilai *tolerance* $< 0,1$ atau sama dengan nilai *VIF* > 10 . Ada baiknya apabila nilai *VIP* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.995	.801		1.242	.216		
Totalx1	.274	.065	.306	4.191	.000	.425	2.353
Totalx2	-.380	.107	-.566	-3.559	.000	.897	1.149
Totalz	.987	.125	1.109	7.892	.000	.115	8.707

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

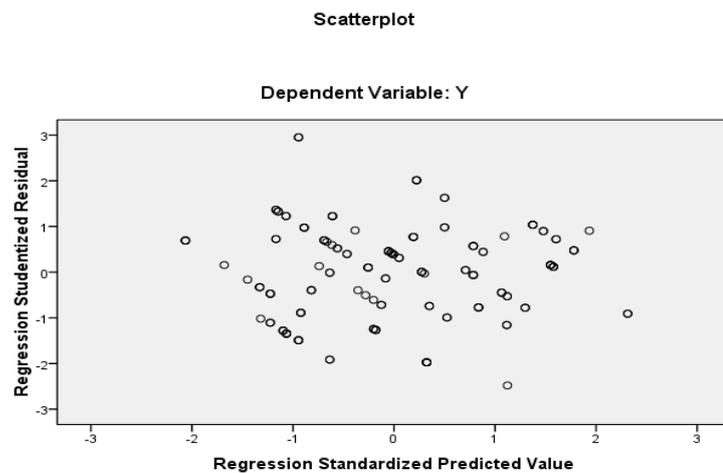
Dari hasil Tabel 4.8 diatas pengujian multikolinearitas yang dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai VIF X1 2,353 < 10, X2 1,149 < 10, Z 8,707 < 10 dan nilai *tolerance* X1 0,425 > 0,10, X2 0,897 > 0,10, Z 0,115 > 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat uji bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residual nya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pada pola tertentu pada grafik scatter plot antara SRESID dan ZPRED.³ Adapun uji heteroskedastisitas dalam penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 4.2 berikut ini:

³ Ghozali, *Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos Ver.5.0*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008) hal. 105-113

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Berdasarkan hasil Gambar 4.2 grafik Scatterplot menunjukkan bahwa data atau titik-titik yang menyebar secara tidak membentuk dengan pola yang jelas, yang tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.

Untuk menegaskan hasil uji heteroskedastisitas di atas, dalam penelitian ini melakukan uji Glejser dengan hasil uji yang ditujukan pada Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.332	.460		5.068	.000
Totalx1	-.067	.038	-.216	-1.776	.078
Totalx2	.043	.061	.184	.696	.487
Totalz	-.056	.072	-.184	-.784	.434

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.9 diatas uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikasinya dari kedua variabel independen lebih dari 0,05 (variabel kepercayaan $0,078 > 0,05$, variabel citra perusahaan $0,487 > 0,05$ dan *religiusitas* $0,434 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Linieritas

Uji Linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang sudah dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji linieritas dilihat dari nilai sig. *linearity* dan sig *deviation from linearity*. Jika dalam nilai sig $< \alpha = 0,05$ maka model regresi adalah linier dan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Linierita Minat Menabung dan Kepercayaan

	Sig
Minat Menabung * Kepercayaan <i>Linearity</i>	0,000
<i>Deviation from linearity</i>	0,410

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.10 diatas yang diperoleh dengan nilai sig. Linearity sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara kepercayaan dan minat menabung.

Tabel 4.11
Hasil Uji Linieritas Minat Menabung dan Citra Perusahaan

	Sig
Minat Menabung * Citra Perusahaan <i>Linearity</i>	0,000
<i>Deviation from linearity</i>	0,762

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.11 diatas yang diperoleh dengan nilai sig. Linearity sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara citra perusahaan dan minat menabung

Tabel 4.12
Hasil Uji Linieritas Minat Menabung dan *Religiusitas*

	Sig
Minat Menabung * <i>Religiusitas</i> Linearity	0,000
<i>Deviation from linearity</i>	0,901

Sumber: data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.11 diatas yang diperoleh dengan nilai sig. Linearity sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara *religiusitas* dan minat menabung.

4.4 Uji Statistik

4.4.1 Uji Parsial (t)

Uji Parsial ini digunakan untuk melihat hasil tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individual atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu dengan menggunakan t statistic untuk masing-masing variabel bebas dengan tingkat kepercayaan yang tertentu.⁴ Uji parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.995	.801		1.242	.216
Totalx1	.274	.065	.306	4.191	.000
Totalx2	-.380	.107	-.566	-3.559	.000
Totalz	.987	.125	1.109	7.892	.000

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

⁴ Bawono, Anton, *Op., Cit*, hal.89

Jika dari hasil t -hitung lebih besar ($>$) dari t -tabel, maka H_0 ditolak H_a diterima dan begitulah sebaliknya jika t -hitung lebih kecil ($<$) dari t -tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dari hasil Tabel 4.13 diatas, dapat dilihat jika uji T dikatakan berpengaruh jika nilai t_{hitung} lebih besar dari $t_{tabel} > 1,65494$ sedangkan apabila nilai t_{hitung} lebih kecil dari $t_{tabel} < 1,65494$ maka uji t dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan Tabel 4.13 diatas, maka dapat dijelaskan dengan masing-masing variabel kepercayaan (X1), citra perusahaan (X2) dan *religiusitas* (Z) secara individu/parsial berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.

1. Pengaruh kepercayaan (X1) secara individu/parsial terhadap minat menabung (Y). Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat dilihat hasil t_{hitung} untuk kepercayaan (X1) sebesar = 4,191, hal ini berarti $t_{hitung} 4,191 > t_{tabel} 1,65494$ dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap minat menabung.
2. Pengaruh citra perusahaan (X2) secara individu/parsial terhadap minat menabung (Y). Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat dilihat hasil t_{hitung} untuk kepercayaan (X2) sebesar = -3,559, hal ini berarti $t_{hitung} -3,559 < t_{tabel} 1,65494$ dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka tidak ada pengaruh dan signifikan antara citra perusahaan terhadap minat menabung.
3. Pengaruh *religiusitas* (Z) secara individu/parsial terhadap minat menabung (Y). Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat dilihat hasil t_{hitung}

untuk kepercayaan (Z) sebesar = 7,892, hal ini berarti $t_{hitung} 7,892 > t_{tabel}$ 1,65494 dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka adanya pengaruh positif dan signifikan antara *religiusitas* terhadap minat menabung.

4.4.2 Uji F_{test}

Uji digunakan untuk mengetahui apakah variabel kepercayaan (X1) dan citra perusahaan (X2) dengan *religiusitas* (Z) sebagai variabel moderasi secara bersama/simultan berpengaruh terhadap variabel minat menabung (Y). Uji F bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (analysis of variance = ANOVA).⁵

Penelitian ini dapat dilakukan pada Tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji F_{test}
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	728.181	3	242.727	96.285	.000 ^a
Residual	383.178	152	2.521		
Total	1111.359	155			

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Uji ANOVA atau $f_{hitung} 96.285 > f_{tabel}$ sebesar 3,06 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dan citra perusahaan dengan *religiusitas* sebagai variabel moderasi terhadap minat menabung. Maka hipotesis yang menyatakan secara parsial kepercayaan dan citra perusahaan dengan

⁵ Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017) hal 51-52

religiusitas sebagai variabel moderasi terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.

4.4.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sejauh mana tingkat hubungan antara setiap variabel dependen dengan variabel independen atau sejumlah kontribusi variabel independen apakah mempengaruhi variabel dependen.⁶ Hasil perhitungan *r square* dapat dilihat pada output *model summary*. Pada kolom *r square* dapat diketahui berapa persentase yang dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.655	.648	1.58774

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,809, artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,655 artinya bahwa koefisien variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 65,5% sedangkan sisanya 32,4% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

⁶ Bawono, Anton, *Op., Cit*, hal.92

4.4.4 Uji *Moderated Regression Analysis* (MAR)

Hasil uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel moderasi yang mempengaruhi atau memperkuat dan memperlemah hubungan antara kedua variabel yaitu variabel independen dengan variabel dependen. Berikut ini hasil uji *moderated regression analysis*:

4.4.4.1 Model I

Didalam penelitian ini untuk menguji *moderated regression analysis* (MRA) model I yang dimana untuk melihat hasil setiap variabel yang belum dimoderasi. Hasil uji MRA model I dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji MRA Model I
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.995	.801		1.242	.216
Totalx1	.274	.065	.306	4.191	.000
Totalx2	-.380	.107	-.566	-3.559	.000
Totalz	.987	.125	1.109	7.892	.000

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.16 diatas, dapat diketahui bahwa hasil dari output SPSS variabel z (*religiusitas*) memiliki nilai positif dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, yang artinya variabel *religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *religiusitas* (Z) ini memperkuat hubungan terhadap variabel dependen Y (minat).

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi Model I
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.655	.648	1.58774

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.17 diatas, dapat diketahui bahwa koefesien korelasi (R) sebesar 0,655, artinya bahwa ada hubunga yang kuat antara variabel independen yang dimoderasi terhadap variabel dependen. Koefesien diterminasi *adjusted R square* sebesar 0,648, artinya bahwa kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 64,8% sedangkan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Tabel 4.18
Hasil Uji F_{test} Model I
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	728.181	3	242.727	96.285	.000 ^a
Residual	383.178	152	2.521		
Total	1111.359	155			

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.18 diatas, dapat diketahui bahwa $f_{hitung} 96.285 > f_{tabel}$ sebesar 3,06 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan *religiusitas* berpengaruh terhadap minat menabung.

4.4.4.2 Model II

Didalam penelitian ini untuk menguji *moderated regression analysis* (MRA) model II yang dimana untuk melihat hasil dari variabel sudah dimoderasi

memperkuat atau memperlemah. Hasil uji MRA model II dapat dilihat pada Tabel 4.19 berikut ini:

Tabel 4.19
Hasil Uji MRA Model II
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.707	1.909		-.370	.712
Totalz	.976	.195	1.097	4.999	.000
x1.z	.014	.004	.488	3.636	.000
x2.z	-.015	.005	-.768	-2.790	.006

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa variabel X1.Z adalah hasil dari perkalian atau interaksi antara variabel *religiusitas* (Z) dengan variabel kepercayaan (X1) yang menggambarkan pengaruh moderasi variabel *religiusitas* terhadap hubungan kepercayaan dengan minat menabung nasabah di bank syariah (Y). Variabel X2.Z adalah hasil dari perkalian atau interaksi antara variabel *religiusitas* (Z) dengan variabel citra perusahaan (X2) yang menggambarkan pengaruh moderasi variabel *religiusitas* terhadap hubungan citra perusahaan dengan minat menabung nasabah di bank syariah (Y).

Hasil dari output SPSS diketahui bahwa hasil dari variabel interaksi X1.Z dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, yang artinya variabel kepercayaan yang memoderasi variabel *religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (minat menabung nasabah di bank syariah). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *religiusitas* memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah oleh nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Karena sikap *religiusitas* yang tinggi belum tentu memperngaruhi kepercayaan.

Variabel interaksi X2.Z dengan tingkat signifikan $0,006 < 0,05$, yang artinya variabel citra perusahaan yang dimoderasi *religiusitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (minat menabung nasabah di bank syariah). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *religiusitas* tidak memoderasi atau memperlemah pengaruh citra perusahaan terhadap minat menabung di bank syariah oleh nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Karena siap *religiusitas* yang tinggi belum tentu memperkuat citra perusahaan.

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi Model II
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.641	.634	1.62027

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.20 diatas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,641, artinya bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independen yang dimoderasi terhadap variabel dependen. Koefisien diterminasi *Adjusted R Square* sebesar 0,634, artinya bahwa konstribusi variabel independen yang telah dimoderasi oleh variabel *religiusitas* mempengaruhi variabel dependen sebesar 63,4% sedangkan sisanya 36,6% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Tabel.4.21
Hasil Uji F_{test} Model II
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	728.181	3	242.727	96.285	.000 ^a
Residual	383.178	152	2.521		
Total	1111.359	155			

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Dari hasil Tabel 4.18 diatas, dapat diketahui bahwa $f_{hitung} 96.285 > f_{tabel}$ sebesar 3,06 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan kepercayaan, citra perusahaan dan *religiusitas* berpengaruh terhadap minat menabung.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Didalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan dan citra perusahaan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang dengan *religiusitas* sebagai variabel moderasi.

Dari pembahasan dan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

4.5.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang

Berdasarkan dari hasil penelitian, bahwa kepercayaan terhadap minat menabung nasabah menunjukkan hasil dari nilai t_{hitung} sebesar 4,191 yang berarti $t_{hitung} 4,191 > t_{tabel} 1,65494$, hal tersebut berarti terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Dapat dilihat nilai minat menabung nasabah dengan tingkat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.

Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Hal ini dikarenakan, kepercayaan yang dibangun oleh Bank memberi keaman dalam bertransaksi dan memenuhi kebutuhan konsumen. Kepercayaan juga akan timbul

dikarenakan percaya dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank syariah. Artinya apabila rasa percaya semakin tinggi, dapat berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang juga semakin kuat karena kecenderungan nasabah akan percaya untuk membeli kembali produk di bank tersebut. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

Menurut teori Alifuddin dan Mansur kepercayaan (*trust*) adalah pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis akan terjadi apabila masing – masing saling mempercayai. Kepercayaan (*trust*) tidak begitu saja dapat diakui orang, atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan merupakan hubungan sosial yang dibangun atas dasar rasa percaya dan rasa memiliki bersama.⁷

Hasil penelitian ini yang sejalan dengan penelitian ini yang dilakukan oleh Yohana Neyse Setyawan dan Edwin Japarianto (2014) bahwa kepercayaan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah. Artinya bahwa ketika kepercayaan semakin meningkat, maka minat menabung juga semakin kuat.

Hasil penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian ini yang dilakukan oleh Dara Saputri (2017) bahwa kepercayaan tidak ada pengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor salah satunya dalam kehandalan seperti pelayanan yang diberikan kepada bank serta kurang memuaskan dalam setiap bertransaksi.

⁷ Alifuddin dan Mansur Razak, *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Magna Scrip Publishing, 2015) hal. 156

4.5.2 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang

Berdasarkan dari hasil penelitian, bahwa citra perusahaan terhadap minat menabung nasabah menunjukkan hasil dari nilai t_{hitung} sebesar -3,559 yang berarti $t_{hitung} -3,559 < t_{tabel} 1,65494$, hal tersebut berarti tidak pengaruh citra perusahaan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Dapat dilihat nilai minat menabung nasabah dengan tingkat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.

Hasil penelitian yang tidak berpengaruh ini berarti menolak teori Kotler yang menyatakan bahwa media utama untuk mengomunikasikan citra yaitu: pertama, lambang, citra dapat diperkuat menggunakan simbol-simbol yang kuat, membangun merek melalui orang-orang yang terkenal, dan pemilihan suatu warna pengidentifikasian; kedua, media, citra yang dipilih harus ditampilkan dalam iklan yang menyampaikan suasana cerita hati, pertanyaan sesuatu yang jelas berbeda dengan yang lain. Pesan tersebut harus tampak dalam laporan tahunan, brosur, dan katalog, peralatan kantor perusahaan, dan kartu nama. Ketiga, suasana, ruang fisik yang ditempati organisasi merupakan pencipta citra yang kuat lainnya. Keempat,

peristiwa, suatu organisasi atau lembaga dapat membangun suatu identitas melalui jenis kegiatan yang disponsornya.⁸

Dalam penelitian terdahulu yang sejalan dilakukan oleh Rizki Serla Amalinda Fiosofi (2019) bahwa citra perusahaan terdapat pengaruh terhadap minat perbankan syariah. Artinya, semakin baik citra perusahaan akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan perbankan syariah. Apabila masyarakat tidak mempunyai informasi yang lengkap mengenai produk dan merek, maka masyarakat tidak akan menggunakan citra perusahaan sebagai dasar untuk memilih produk.

Hasil penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian ini yang dilakukan oleh Kharisma Hunaning Prihandini (2018) bahwa citra perusahaan tidak ada pengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor dikarenakan bahwa citra perusahaan sedikit banyak mempengaruhi minat nasabah.

4.5.3 *Religiusitas* Memoderasi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang

Berdasarkan dari hasil penelitian, bahwa variabel X1.Z (kepercayaan**religiusitas*) menunjukkan hasil dari nilai t_{hitung} sebesar 3,636 yang berarti $t_{hitung} 3,636 > t_{tabel} 1,65494$ hal tersebut berarti *religiusitas* berpengaruh dan mampu memoderasi pengaruh kepercayaan pada minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Dapat dilihat nilai minat menabung nasabah dengan tingkat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa

⁸ Hanifah Nur'aini dan M. Rasyid Ridla, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta)", Jurnal Manajemen Dakwah, Vol. 1, No. 2 (2015), hal. 225.

religiusitas berpengaruh signifikan mampu memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung nasabah.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan *religiusitas* dapat memoderasi kepercayaan terhadap minat menabung nasabah dikarenakan kepercayaan yang diberikan bank membuat nasabah minat untuk menabung disana. Dapat disimpulkan karena naik turunnya tingkat *religiuitas* nasabah yang mempengaruhi kepercayaan nasabah pada minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Berdasarkan akad yang sesuai syariat Islam dapat meningkatkan rasa percaya serta minat menabung nasabah disana. Dengan demikian dapat dinyatakan hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

Dalam penelitian terdahulu yang sejalan dilakukan oleh Resti Fadhilah dan Radia Purbayati (2019) bahwa kepercayaan terdapat pengaruh terhadap minat menabung. Hal tersebut dapat disebabkan karena responden kan percaya untuk menabung di bank syaria tersebut sudah dikenal oleh masyarakat umum. Karena kepercayaan nasabah juga akan timbul dikarenakan percaya akan pelayanan ang diberikan oleh pegawai bank syariah.

Hasil penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian ini yang dilakukan oleh Dara Saputri (2017) bahwa kepercayaan tidak ada pengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor salah satunya dalam kehandalan seperti pelayanan yang diberikan kepada bank serta kurang memuaskan dalam setiap bertransaksi.

4.5.4 *Religiusitas* Memoderasi Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang

Berdasarkan dari hasil penelitian, bahwa variabel X2.Z (citra perusahaan**religiusitas*) menunjukkan hasil dari nilai t_{hitung} sebesar -2,790 hal ini berarti $t_{hitung} -2,790 < t_{tabel} 1,65494$, hal tersebut berarti *religiusitas* tidak ada pengaruh dan tidak memoderasi citra perusahaan pada minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Dapat dilihat nilai minat menabung nasabah dengan tingkat nilai signifikansi $0,006 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *religiusitas* tidak ada pengaruh signifikan dan tidak memoderasi citra perusahaan terhadap minat menabung nasabah.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa ketika tinggi *religiusitas* nasabah maka tingkat minatnya juga tinggi. Akan tetapi dalam penelitiann ini *religiuiistas* sendiri tidak memperkuat pengaruh citra perusahaan bank syariah terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang, karena menjadi nasabah bank syariah sudah menjadi kebijakan dari kerja sama perusahaan antar bank atau Institut yang sudah diterapkan kepada mahasiswa. Karena dengan sikap *religiusitas* yang tinggi belum tentu mempengaruhi citra perusahaan. Dengan demikian dapat dinyatakan hipotesis dalam penelitian ini ditolak.

Menurut teori Harun Nasution pengertian agama berasal dari kata, yaitu: *al-Din-religi (relegere, religare)* dan agama. *Al-Din* (semit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahas arab, kata ini mengandung arti menguasai, mendudukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin)

atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri *a*=tidak: *gama*=pergi mengandung arti tidak pergi, tetapi ditempat atau diwarisi turun-menurun.⁹

Dalam penelitian terdahulu yang sejalan dilakukan oleh Alfiatul Rohmaniah (2019) bahwa *religiusitas* memoderasi *brand image* terhadap keputusan nasabah. Dikarenakan padangan *religiusitas* dipandang sebagai sikap seseorang individu dalam menyikapi sebuah agama. Akan tetapi lebih dalam dari itu dari situlah perilaku seseorang menyeluruh terhadap agama atau aliran yang diyakininya. Dan dapat diartikan ketika tinggi *religiusitas* maka akan tinggi juga keputusannya.

Hasil penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian ini yang dilakukan oleh Muhammad Nuril Mubin (2019) bahwa *religiusitas* tidak memoderasi pengaruh citra perusahaan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah. Dikarenakan *religiusitas* yang tinggi dari seseorang belum tentu mempengaruhi citra perusahaan yang dimiliki oleh bank.

4.5.5 Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang

Berdasarkan dari hasil penelitian, bahwa *religiusitas* terhadap minat menabung nasabah menunjukkan hasil dari nilai t_{hitung} sebesar 7,892 hal ini berarti $t_{hitung} 7,892 > t_{tabel} 1,65494$, hal tersebut berarti terdapat pengaruh *religiusitas* terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Dapat dilihat nilai minat menabung nasabah dengan tingkat nilai signifikansi 0,000

⁹ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010) hal.12

$< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.

Religiusitas apabila menerapkan perilaku keagamaan dalam melaksanakan kegiatan perbankan syariah, sehingga prinsip ini menjadi ketertarikan nasabah untuk memilih minat menabung di Bank Sumsel Babel Syariah. Karena masyarakat beragama Islam tentunya sudah mengetahui tentang prinsip-prinsip Islam salah satunya larangan riba.

Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *religiusitas* maka akan semakin tinggi minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Nasabah yang mengetahui hukum riba dan mengimpementasikannya dengan beralih menabung di bank syariah bank yang tidak terdapat sistem riba. Dengan demikian dapat dinyatakan hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

Dalam penelitian terdahulu yang sejalan dilakukan oleh nurul Khotimah (2018) bahwa *religiusitas* terdapat pengaruh terhadap minat menabung. Artinya, bahwa *religiusitas* memiliki peningkatan penilaian terhadap minat menabung bahwa keyakinan nasabah ke pada Allah membuat nasabah untuk memilih menabung di bank syariah buat menjauhkan diri dari yang namanya riba.

Hasil penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian ini yang dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh (2018) bahwa *religiusitas* tidak ada pengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini disebabkan mahasiswa santri belum mengetahui tentang bank syariah.