

**PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN TENTANG
PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG PADA BANK SYARIAH
(Studi: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjanah Ekonomi Islam (S.E.I)**

Oleh :

**JUNIARTI
NIM. 212 313 8408**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
2016 M/ 1437 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh : **Juniarti** NIM: **2123138408** yang berjudul "**Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (studi: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)**". Program Studi

Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, sudah layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

Bengkulu, Juni 2016

Syawal 1437 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Nurbaiti, M.A

Rini Elvira, SE. M.Si

NIP. 195311241983032002

NIP. 197708152011012007



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Juniati NIM: 2123138408 yang berjudul Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu), Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 29 Juli 2016 M/1437 H

Dan dinyatakan LULUS, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Serjana Ekonomi Islam (S.E.I) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Bengkulu, 29 Juli 2016 M
Syawal 1437 H

Dekan,

Dr. Asnaini, MA

NIP.197304121998032003

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Dra. Fatimah Yunus, MA

Rini Elvira, SE, M.Si

NIP.196303192000032003

NIP. 197708152011012007

Penguji I

Penguji II

Dr. Asnaini, MA

Yosy Arisandy, MM

NIP.197304121998032003

NIP.198508012014032001

MOTTO

**PEMBELAJARAN TIDAK DICAPAI
SECARA KEBETULAN,
ITU HARUS DICARI DENGAN
SEMANGAT DAN KETEKUNAN.**

P E R S E M B A H A N

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- 1. Orang tuaku Bapak Yazerul dan Ibu Zeta Arlaini sebagai sumber semangat terbesar bagiku, terima kasih atas curahan kasih sayang, pengorbanan yang tiada terhingga serta do'a yang selalu mengiringi setiap langkahku.*
- 2. Saudara-saudaraku tercinta dan tersayang (Fitri dan Pasha Karunia Illahi) yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil.*
- 3. Dosen pembimbing Ibu Rini Elvira dan Ibu Nurbaiti yang telah membagi ilmunya dan penuh kesabaran membimbing saya selama pembuatan skripsi ini.*
- 4. Sahabat-sahabatku terbaik Dinda Priskawati, Metta Andra, Linda Afriana, Nurmeini, Ruansah Wahyuni, Rinisti Apriyani, Reren Dwi sinta, Elviana Rahayu, Wentika, Icha dan Yusnita yang selama ini selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat, nasehat dan bantuan.*
- 5. Jeman-teman Sepertjuangan Anju probosini, Siti ramayanti serta teman Fkis terkhusus Fkis B yang telah memberi dan membagi ilmu selama belajar kalian semua istimewa.*
- 6. Agama, Bangsa dan Almamater yang telah menempahku.*

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu)”**. Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2016 M
Syawal 1437 H

Mahasiswa Yang Menyatakan



JUNIARTI
NIM. 212 313 8408

ABSTRAK

Juniarti NIM: 2113137320 yang berjudul “Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menabung pada Perbankan Syariah (studi: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu).”

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) untuk mengetahui apakah motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI Islam untuk menabung pada bank syariah, (2) untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap keputusan mahasiswa FEBI untuk menabung pada bank syariah. Jenis penelitian ini penelitian lapangan dengan pendekatan *Kuantitatif Asosiatif*. Jenis data penelitian adalah data primer dan data sekunder dengan instrumen penelitian kuisioner tertutup. Populasi berjumlah 100 orang. Teknik sampling *Accidental Sampling*, jumlah sampelnya adalah 30 orang. Validitas data menggunakan metode *Pearson Corelation*, uji reabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach*, Uji normalitas menggunakan metode *Skewnes*, uji homogenitas menggunakan metode *Levene Test* dan uji multikolinearitas menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*, dan uji hipotesis dilakukan dengan regresi linear berganda uji F dan uji-t. Hasil penelitian menunjukkan motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah. Secara parsial motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah. Variabel motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah mempengaruhi keputusan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah sebesar 0,59 atau 59%.

Kata kunci: Pengaruh, motivasi, pengetahuan tentang perbankan syariah, keputusan menabung.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)”**.

Shalawat dan *Salam* juga tak henti penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga mendapatkan petunjuk jalan yang lurus baik di dunia maupun di akhirat. Penyusunan skripsi bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) pada Program Studi Ekonomi Syariah (EKIS) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag., M.H selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Asnaini, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Parmi Nurdin, M.Ag selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan, dan motivasi kepada penulis semasa kuliah.

5. Dra. Nurbaiti, M.A, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran dan kasih sayang kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Rini Elvira, SE. M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran dan kasih sayang kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan demi kesempurnaan skripsi ini.

Bengkulu, Mei 2016

Juniarti

NIM : 2123138408

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN	
MOTTO	i
PERSEMBAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Penelitian Terdahulu.....	11
 BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Kajian Teori	15
1. Perilaku Konsumen.....	15
2. Keputusan Menabung	16
3. Motivasi	22
4. Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah	24
5. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Menabung.....	28
6. Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menabung.....	29
B. Kerangka Berfikir.....	30
C. Hipotesis	31
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel	33
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Instrumen Penelitian.....	34
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
G. Teknik Analisis Data	37
1. Uji Kualitas Data	37
2. Uji Hipotesis.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
1. Deskripsi Responden	42
2. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	45
B. Statistik Deskriptif Data Penelitian	50
C. Hasil Penelitian	51
D. Pembahasan	60

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah menjadi fitrah bagi setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya serta berusaha dan bekerja untuk memperoleh kekayaan dalam rangka memenuhi kebutuhan. Namun dalam ekonomi Islam untuk memperoleh kekayaan, manusia tidak dibebaskan begitu saja mendapatkan harta serta memanfaatkannya dengan sekehendak hatinya. Karena keinginan mengumpulkan kekayaan selalu ingin lebih yang membuat manusia menjurus keserakahan dan pengejaran nafsu pribadi. Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk memiliki tetapi tidak membiarkan manusia begitu saja untuk memiliki semua apa yang dia suka dan menggunakan cara apa saja yang mereka kehendaki. Kekayaan itu sendiri berasal dari pengumpulan pendapatan mereka dari hasil kerja keras mereka itu sendiri. Dimana pendapatan yang berlebih dalam memenuhi kebutuhan sebaiknya disisihkan untuk ditabung untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan masa yang akan datang. Dalam ajaran Islam, konsep menabung ini dapat dicermati dari ayat al-Quran yang baik secara tersirat menganjurkan menabung, sebagaimana dalam ayat al-Quran berikut ini, Qs:Al-Isra' (17): 29. :

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسِطِ فَتَقْعُدَ
مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Artinya : *Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (pelit) dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya (boros) karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.*

Pemahaman bahwa ayat ini menganjurkan untuk bersikap tidak pelit yang menyebabkan seseorang menjadi tercela karena kepelitannya dan anjuran untuk tidak boros yang menyebabkan seseorang menjadi menyesal karena keborosannya tersebut. Tidak boros dalam hal ini mempunyai pengertian sederhana sebagai anjuran untuk menyisihkan sebagian harta untuk digunakan bagi keperluan masa depan (menabung).

Persoalannya, bagaimana dan kemana kita harus menabung,? jawabannya sebagai umat Islam yang harus mengikuti syariat Islam kita harus menabung di bank yang menganut syariat Islam dan beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah Islam dengan mengacu kepada Al-Quran dan Al-Sunnah sebagai landasan dasar hukum dan operasional. Menurut Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 tahun 2004 tentang lembaga keuangan konvensional karena menurut kaidah syariah mekanisme berbasis bunga tidak sesuai dengan syariah termasuk riba dan riba itu sendiri hukumnya haram.¹ Sama halnya dalam Al-Quran juga dijelaskan dalam Qs: Al-Baqarah (1) : 275,

¹ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 67

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
 الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
 اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا
 سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
 خَالِدُونَ



Artinya : Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.²

Berdasarkan kedua ayat tersebut, maka telah jelas bahwa riba dengan cara apapun hukumnya haram, karena riba sama dengan memakan harta benda orang lain dengan jalan yang bathil dan Allah telah menyediakan siksa yang pedih untuk orang yang melakukan riba. Sebagaimana dalam hadist, dari Jabir r.a: “Rasulullah SAW mengutuk penerima dan pembayar riba, orang yang mencatatnya, dan saksi mata dari transaksi tersebut dan mengatakan mereka semua sama (dalam dosa)”. H.R. Muslim, Tirmidzi dan Ahmad.

Karena itulah sistem bank Islam menerapkan sistem bebas bunga (*interest free*) dalam operasionalnya, dan itu rumusan yang paling lazim untuk mendefinisikan bank Islam yaitu bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syari'ah Islam dengan mengacu kepada Al-Quran dan Al-Sunnah sebagai

² Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya, Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Sahih, 2010

landasan dasar hukum dan operasional.³ Tujuan utama Bank Syari'ah adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah.

Didalam perbankan syariah terdapat berbagai produk penghimpun dana yaitu tabungan yang merupakan jenis simpanan yang sangat populer dikalangan masyarakat indonesia dimana tabungan merupakan tempat penyimpanan uang yang dapat dipercaya oleh konsumen. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴ Tabungan merupakan salah satu produk penghimpunan dana dalam bentuk simpanan yang diperlukan oleh masyarakat untuk menyimpan uangnya dan banyak diminati oleh masyarakat, karena merupakan jenis simpanan yang dapat dibuka dengan persyaratan yang sangat mudah dan sederhana.

Meskipun jenis simpanan yang diberikan oleh bank syariah sederhana, tapi masih banyak masyarakat awam masih belum memahami bank syariah itu sendiri, karna tingkat penguasaan informasi tentang produk bank syariah masih sangat kurang ini mengakibatkan konsumen akan merasa ragu-ragu dan sulit dalam mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah.

Keputusan konsumen merupakan tahapan proses akhir dari serangkaian tahapan proses yang terjadi pada perilaku konsumen dan keputusan juga sebagai

³ Nurul huda, Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta:Kencana, 2010), h.56

⁴ Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.67

pemilihan diantara alternative.⁵ Definisi ini mengandung tiga pengertian yaitu: (1) ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, (2) ada beberapa alternative yang harus dipilih salah satu yang terbaik, dan (3) ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekatkan pada tujuan tersebut. Dari pengertian tersebut diperoleh pemahaman bahwa keputusan merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternative dari beberapa alternative. Indikator-indikator keputusan membeli adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi sebelum menggunakan atau membeli, pengevaluasian alternatif dan keputusan membeli.⁶

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah. Motivasi yaitu dorongan kebutuhan yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan. Dihubungkan dengan keputusan menabung atau tidak menabung, maka unsur motivasi ditujukan untuk mendorong niat konsumen untuk membuat keputusan menabung. Dorongan kebutuhan dan keinginan tersebut akan menjadi lebih kuat apabila produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kepribadiannya, mengandung, atau menyimpan pengalaman yang memuaskan dan dipersepsikan secara baik. Karna Adanya motivasi dalam diri seseorang menjadi dasar untuk melakukan pembelian.⁷ Macam-macam indikator dari motivasi adalah dorongan kebutuhan akan memiliki produk, dorongan akan harga dan dorongan akan manfaat produk.

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002) ,h.204

⁶ Mulyadi Nitisusastro, *Prilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta CV, 2013), h. 31

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran....*,h.206

Pengetahuan tentang perbankan syariah adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa bank syariah, pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁸ Suatu produk dan jasa yang pertama kali diluncurkan untuk dipasarkan harus diperkenalkan terlebih dahulu kepada masyarakat, yang perlu diperkenalkan adalah nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana diperuntukan, berapa harga dari produk, serta dimana produk tersebut dapat diperoleh.⁹ Apabila suatu produk tidak diperkenalkan, maka masyarakat pada umumnya tidak akan mengetahui tentang adanya produk tersebut. Maka dari itu, konsumen perlu mengetahui tentang karakteristik suatu produk, apabila konsumen kurang mengetahui informasi tentang karakteristik suatu produk bisa salah dalam mengambil keputusan.

Dengan adanya pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen sangat berpengaruh pada konsumen dalam mengambil keputusan.¹⁰ Karena jika konsumen memiliki informasi yang luas maka konsumen sudah sangat mengenal produk yang diperlukan guna memenuhi kebutuhannya. Konsumen telah mengetahui semua karakteristik yang melekat pada produk, sehingga memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan. Indikator dari pengetahuan tentang perbankan syariah yaitu pengetahuan tentang produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah, pengetahuan tentang pembelian yaitu dimana

⁸Mulyadi Nitisusastro,*Prilaku Konsumen* .., h.157

⁹Mulyadi Nitisusastro,*Prilaku Konsumen* .., h. 158

¹⁰ Mulyadi Nitisusastro,*Prilaku Konsumen* ..., h.159

mereka harus membeli dan kapan harus membeli dan pengetahuan tentang pemakaiannya.¹¹

Institut Agama Islam Negeri Bengkulu adalah salah satu intitusi yang menjalankan prisip-prinsip keislaman, dan yang lebih mengarah pada praktek perekonomian syari'ah adalah fakultas ekonomi dan bisnis Islam. Dalam kegiatan belajar fakuktas ini yang terdiri dari Ekonomi Islam daan Perbankan Syariah kedua prodi ini mempelajari tentang produk-produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah baik bank maupun non bank. Seiring berkembangnya kemajuan perekonomian syariah yang semakin cepat, ini menyebabkan peningkatan jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah. Hal ini berimbas pada pengetahuan dan motivasi Mahasiswa yang menyebabkan keputusan mahasiswa untuk menabung di Bank syariah semakin meningkat. Namun kenyataanya dilapangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam hanya minoritas yang menabung diperbankan syariah.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara pada hari selasa tanggal 2 Februari 2016 dengan komting kelas maka diketahui jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI (enam) dan VIII (delapan) yang masih aktif berjumlah sebanyak 512 yang terdiri dari mahasiwa prodi perbankan Syariah sebanyak 236 dan mahasiswa prodi Ekonomi Syariah sebanyak 176. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

¹¹ Mulyadi Nitisusastro, *Prilaku Konsumen ..*, h.159

semester VI (enam) dan VIII (delapan) yang telah menabung di bank Syariah yaitu sebanyak 100 orang.¹²

Untuk keperluan data awal dilakukan penelitian. Survey awal yang dilakukan peneliti dari tanggal 22 Februari hingga 25 Maret 2016 terhadap 30 (tiga puluh) orang mahasiswa yang menabung di bank syariah dengan alasan menurut Gay dan Diehl (1996) untuk studi *korelasi (asosiatif)* dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada atau tidaknya hubungannya,¹³ dari hasil observasi awal yang didapat hanya 7 orang yang memiliki motivasi dan pengetahuan yang tinggi tentang perbankan syariah, 8 orang memiliki motivasi dan pengetahuan yang sedang tentang perbankan syariah, dan 15 orang yang memiliki motivasi dan pengetahuan yang rendah tentang perbankan syariah. Lihat pada lampiran tabulasi data.

Dari hasil observasi awal yang didapat adalah data motivasi dan pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah masih rendah sementara mereka telah memutuskan untuk menabung pada bank syariah. Fakta ini bertentangan dengan teori yang mengatakan bahwa motivasi dan pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti atau membuktikan secara statistik bagaimana, “ **Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Konsumen tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu).**

¹² Amir dan Prisca, (Wawancara), 10 Maret 2016

¹³ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013) h, 126

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas maka rumusan masalah yang akan diuraikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu untuk menabung di bank syariah?
2. Apakah motivasi mempengaruhi keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu untuk menabung di bank syariah?
3. Apakah pengetahuan tentang perbankan syariah mempengaruhi Keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu untuk menabung di bank syariah?
4. Seberapa besar pengaruh *motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah* terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu untuk menabung di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu untuk menabung di bank syariah?

2. Untuk mengetahui apakah motivasi mempengaruhi Keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu untuk menabung di bank syariah?
3. Untuk mengetahui apakah pengetahuan tentang perbankan syariah mempengaruhi keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu untuk menabung di bank syariah?
4. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh *motivasi* dan *pengetahuan tentang perbankan syariah* terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu untuk menabung di bank syariah?

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis, hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi literatur untuk riset atau penelitian lanjutan dan diharapkan dapat bermanfaat secara teori dan aplikasi dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai motivasi dan pengetahuan konsumen tentang perbankan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah.
2. Secara Praktis
 - a. Bank Syariah

Hasil penelitian saya ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat bantu pertimbangan bagi pihak bank dan non bank terkait banyaknya faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan dalam menggunakan produk.

b. Masyarakat

Hasil penelitian saya ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi bagi masyarakat tentang perbankan syariah terutama tentang menabung di bank syariah.

E. Penelitian terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Menita yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Tentang Prinsip-Prinsip Syari’ah terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah pada Koperasi AMF Syari’ah kota Bangkulu”. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen prinsip-prinsip Syari’ah terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan murabahah pada Koperasi AMF Syari’ah kota Bangkulu. Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Sedangkan metode pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara dan kuesioner. Adapun penggunaan teknik sampling adalah *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Hasil yang di dapatkan dari penelitian ini menyatakan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel pengetahuan konsumen tentang prinsip-prinsip Syari’ah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi pada alpha 5%. Pernyataan tersebut dilihat dari hasil uji t dengan nilai sig sebesar 0,03 yang lebih kecil daripada alpha 0,05. Kemudian variabel pengetahuan Konsumen tentang prinsip-prinsip Syari’ah untuk mempengaruhi kemampuan variabel keputusan menjadi nasabah adalah 0.051

atau 5,1%.¹⁴ Kesamaan dengan penelitian ini adalah variabel Y yang diteliti yaitu pengetahuan kosumen berpengaruh terhadap keputusan. Perbedaannya ialah pada penelitian tersebut menggunakan satu variabel yaitu pengetahuan konsumen, penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu motivasi dan pengetahuan. Penelitian Herya ini menggunakan metode analisis regresi sederhana sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Dan penelitian tersebut objek penelitiannya adalah koperasi AMF syariah sedangkan penelitian ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami, yang berjudul "Pengaruh psikologi mahasiswa jurusan ekonomi islam IAIN Bengkulu terhadap keputusan menggunakan tabungan *wadi'ah*". penelitian tersebut terdapat 4 variabel yaitu motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3) dan sikap (X4). Dimana tujuan penelitian tersebut: 1. untuk mengetahui apakah motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan keputusan menggunakan tabungan *wadi'ah* ?, 2. Untuk mengetahui apakah motivasi mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan *wadi;ah*?, 3. Untuk mengetahui apakah persepsi mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan *wadi;ah*? 4. Untuk mengetahui apakah pembelajaran mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan *wadi;ah*? 5. Untuk mengetahui apakah sikap mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap

¹⁴ Herza Ayu Pratiwi, *Pengaruh Pengetahuan tentang Prinsip-prinsip Syariah terhadap Keputusan Anggota Pembiayaan Murabahah pada Koperasi AMF Syariah di Kota Bengkulu*, (Skripsi, Ekonomi Islam, IAIN Bengkulu 2015), h. 42

keputusan menggunakan tabungan *wadi'ah*? 6. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap terhadap keputusan menggunakan tabungan *wadi'ah* ?. Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Sedangkan metode pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara dan kuesioner. Adapun penggunaan teknik sampling adalah sampel diambil secara acak. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Teknik pengumpulan data yaitu kuisiner tertutup menggunakan skala likert. Kesamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel X pertama yaitu motivasi dan variabel Y keputusan.¹⁵ Dan teknik pengumpulan data menggunakan kuisiner tertutup dan skala likert. Dan menggunakan regresi linier berganda. Perbedaan dengan penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan rumus Arikunto, yang sampel hanya diambil 15% dari populasi.

¹⁵ Puspi Utami, *Pengaruh Psikologis Mahasiswa Terhadap Keputusan menggunakan Tabungan Wadi'ah*. (Skripsi, Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu), h. 35

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari :

Bab pertama yang merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi alasan penulis dalam melakukan penelitian. Kemudian berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab kedua merupakan kajian teori dan kerangka pemikiran yang terdiri dari kerangka teori. Selanjutnya digambarkan kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

Bab ketiga merupakan bab metode penelitian yang berisi jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional serta teknik analisis data.

Bab empat merupakan bab yang terdiri dari: gambaran umum objek penelitian, hasil uji coba penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab kelima merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dikemukakan secara jelas serta berisi saran dari hasil penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Perilaku Konsumen

a. Definisi Perilaku Konsumen

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek dalam hidup mereka.¹⁶ Definisi perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk sebagai berikut :

”The behavior that consumers display in searching for purchasing, using, evaluating, and disposing of products, services, and ideas which they expect to satisfy their needs”(“Perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam pencariannya untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk, jasa dan ide yang mereka kira dapat memenuhi kebutuhan mereka”).¹⁷

Perilaku Konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam menentukan kegiatan-kegiatan tersebut,¹⁸ Jika dilihat dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan tahapan atau kegiatan yang ditempuh oleh seorang konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

¹⁶Ettah Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Pendidikan)*, (Yogyakarta:CV Andi Offset,2013), h. 32

¹⁷Nugroho J, Setiadi,*Prilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010) hal: 4

¹⁸Nugroho J, Setiadi,*Prilaku Konsumen...*,h. 11

2. Keputusan Menabung Pada Bank Syariah

a. Pengertian Keputusan Menabung

Menurut Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Menurut Kotler keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dinilai konsumen.¹⁹ Pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian yaitu mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan dan kerugiannya masing-masing. Sedangkan keputusan menabung pada bank syariah itu sendiri yaitu suatu tindakan konsumen untuk menabung atau tidak menabung di bank syariah.

¹⁹Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta CV, 2013), h. 45

b. Landasan Menabung Dalam Islam

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan dalam islam. Karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus menghadapi hal-hal yang yang tidak diinginkan. Ada beberapa ayat dalam Al-Quran dan Hadits yang dapat dijadikan sandaran dalam menabung, diantaranya:

1. QS. Al Isra' (17) ayat 29:

﴿مَحْسُورًا مَلُومًا فَتَقَعْدَ الْبَسِطِ كُلَّ تَبْسُطِهَا وَلَا عُنُقِكَ إِلَى مَغْلُولَةٍ يَدَكَ تَجْعَلْ وَلَا

Artinya: Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (pelit) dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya (boros) karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.

Pemahaman bahwa ayat ini kita dianjurkan untuk bersikap tidak pelit yang menyebabkan seseorang menjadi tercela karena kepelitannya dan anjuran untuk tidak boros yang menyebabkan seseorang menjadi tercela karena keborosannya tersebut. Tidak boros mempunyai pengertian sederhana sebagai anjuran untuk menyisihkan sebagian harta untuk digunakan bagi keperluan masa depan (menabung).

2. QS. Al Furqaan (25) ayat 67:

﴿قَوَامًا ذَٰلِكَ بَيْنَ وَكَانَ يَقْتُرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذْ أَوَّلَ الَّذِينَ

Artinya: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

Ayat diatas menjelaskan bahwa kita harus membelanjakan harta sesuai kebutuhan atau tidak mubadzir (boros) dalam membelanjakan harta dan tidak bersifat lalai sampai mengurangi dari kewajiban sehingga tidak mencukupi. Intinya kita harus membelanjakan harta dengan sifat adil dan penuh kebaikan. Sikap yang paling baik adalah sifat pertengahan, tidak terlalu boros dan tidak bersifat kikir.

3. Hadits Riwayat Bukhari

حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ سَلَامٍ أَخْبَرَنَا وَكِيعٌ عَنْ ابْنِ عُيَيْنَةَ قَالَ قَالَ لِي مَعْمَرٌ قَالَ لِي
التَّوْرِيُّ هَلْ سَمِعْتَ فِي الرَّجُلِ يَجْمَعُ لِأَهْلِهِ قُوتَ سَنَّتِهِمْ أَوْ بَعْضِ السَّنَةِ قَالَ
مَعْمَرٌ فَلَمْ يَحْضُرْنِي ثُمَّ ذَكَرْتُ حَدِيثًا حَدَّثَنَا ابْنُ شِهَابٍ الزُّهْرِيُّ عَنْ مَالِكِ بْنِ
أَوْسٍ عَنْ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ يَبِيعُ نَخْلَ
بَنِي النَّضِيرِ وَيَحْسِبُ لِأَهْلِهِ قُوتَ سَنَّتِهِمْ

Artinya: Telah menceritakan kepadaku Muhammad bin Salam Telah mengabarkan kepada kami Waki' dari Ibnu 'Uyainah ia berkata; Telah berkata kepadaku Ma'mar Telah berkata kepadaku Ats Tsaury; "Apakah kamu pernah mendengar tentang seorang laki-laki yang mengumpulkan makanan untuk persediaan selama satu tahun atau setelah tahun bagi keluarganya atau?" Ma'mar berkata; Ia tidak menjawabnya. Kemudian aku

pun menyebutkan hadits; Telah menceritakan kepada kami Ibnu Syihab Az Zuhri dari Malik bin Aus dari Umar radliallahu 'anhu, bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wasallam menjual pohon kurma Bani Nadlir dan menyimpan makanan untuk persediaan selama setahun bagi keluarganya

Dari hadits diatas menegaskan bhwa rasulullah pernah membeli kurma dari Bani Nadlir dan menyimpannya untuk perbekalan setahun buat keluarga. Hadits ini secara tersurat bahwa dengan secara tegas Nabi Muhammad saw menganjurkan untuk menabung.

c. Proses Keputusan Menabung

Salah satu keputusan yang penting diambil konsumen dan harus mendapat perhatian yang besar dari para pemasar adalah keputusan pembelian konsumen.

1. Pengenalan Masalah

Merupakan tahap di mana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya.²⁰ Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat dipicu oleh rangsangan internal seperti lapar dan haus yang bila mencapai titik tertentu akan menjadi sebuah dorongan dan rangsangan eksternal. Misalnya ketika melewati toko kue yang merangsang rasa lapar.

2. Pencarian Informasi

²⁰ Mulyadi Nitisusastro, *Prilaku Konsumen....*, h.215

Setelah tergerak oleh stimuli, konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhannya. Konsumen memperoleh informasi dari sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, dan kenalan), komersial (iklan, tenaga penjual, perantara, kemasan), publik (media massa, organisasi pembuat peringkat), dan eksperimental (penanganan pemeriksaan, penggunaan produk).

3. Evaluasi Alternatif

Merupakan tahapan di mana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir.²¹ Pada tahap ini konsumen menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih berdasarkan besarnya kesesuaian antara manfaat yang diinginkan dengan yang bisa diberikan oleh pilihan produk yang tersedia.

4. Keputusan Pembelian

Merupakan tahapan di mana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu benda.²²

5. Perilaku Pascapembelian

Merupakan tahapan di mana konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pilihan yang diambilnya.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menabung

a. Faktor Budaya

²¹ Mulyadi Nitisusastro, *Prilaku Konsumen....*, h.216

²² Thamrin Abdullah & Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.h.89

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Kelas sosial adalah pembagian dalam masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

b. Faktor Sosial

Kelas sosial merupakan Pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ditentukan oleh satu faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lain. Dalam beberapa sistem sosial, anggota dari kelas yang berbeda memelihara peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Adapun faktor-faktor psikologis itu sendiri yaitu sebagai berikut:

1. Motivasi

2. Persepsi
 3. Pembelajaran
 4. Sikap.
- e. Faktor Pengetahuan Konsumen.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa,²³ serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.²⁴

3. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal bahasa latin yang berbunyi *move* yang berarti dorongan dan menggerakkan.²⁵ Pentingnya motivasi Karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung manusia. Menurut para ahli atau pendapat lain yang dikutip oleh *Engel* dalam *American Encyclopedia*, motivasi adalah kecenderungan (suatu sifat yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seorang yang membangkitkan topanan. Motivasi merujuk dua pengertian, yaitu motif dan dorongan. Motif didefinisikan sebagai keinginan ataupun keadaan dari dalam hati seorang yang mengarahkan atau menyalurkan perilaku sampai pada tujuan. Sedangkan dorongan adalah kebutuhan psikologis dasar yang berhubungan dengan lapar, haus, serta perlindungan fisik. Dalam hubungan dengan

²³Herza Ayu Pratiwi, *Pengaruh Pengetahuan....*, h.18

²⁴Mulyadi Nitisusastro, *Prilaku Konsumen....*, h.231

pemasaran, motivasi digunakan untuk memprediksi perilaku konsumen mengenai apa yang akan dilakukan berkaitan dengan produk tertentu.

Motivasi adalah alasan dari konsumen untuk berperilaku, perilaku yang ditunjukkannya merupakan hasil dari dorongan untuk mengurangi ketegangan yang dirasakan karena kebutuhan tidak terpenuhinya.²⁶ Oleh karena itu, sangat penting bagi pemasar untuk dapat menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti dalam bukunya mengatakan bahwa motivasi adalah kekuatan yang mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan. Kekuatan yang mendorong tersebut dihasilkan oleh ketegangan sebagai hasil dari kebutuhan yang tidak terpenuhi. Individu secara sadar dan tidak sadar berusaha untuk mengurangi ketegangan tersebut melalui perilaku yang dapat memenuhi kebutuhannya dan mengurangi stres yang dirasakannya. Indikator dari motivasi adalah dorongan kebutuhan memiliki produk, dorongan akan harga, dorongan akan manfaat produk.

b. Tujuan Motivasi

Tujuan dari motivasi ialah sarana untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Bagi bank, tujuan dari motivasi adalah dapat menggerakkan atau memacu para nasabah agar dapat timbul keinginan dan kemauan untuk meningkatkan investasi nasabah sehingga tercapai tujuan perbankan sesuai dengan yang diharapkan dan sesuai dengan target. Suatu tindakan memotivasi atau memberikan motivasi akan lebih dapat berhasil jika

²⁶Puspi Utami, *Pengaruh Psikologis Mahasiswa Terhadap*,h. 29

tujuannya jelas dan disadari oleh pihak yang diberi motivasi serta sesuai dengan kebutuhan orang yang dimotivasi. Oleh karena itu, setiap orang yang akan diberikan motivasi

c. Indikator Motivasi

1. dorongan kebutuhan akan memiliki produk,
2. dorongan akan harga dan
3. dorongan akan manfaat produk.

4. Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah

a. Pengertian Pengetahuan Tantang Perbankan Syariah

Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian bahkan pembelian ulang. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, lebih efisien, lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu mengingat kembali informasi dengan lebih baik.²⁷ Dan Menurut Sumarwan, pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk serta informasi lainnya yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Berdasarkan kepada dua definisi tersebut dapat diartikan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen Sedangkan perbankan syariah adalah bank-bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya

²⁷ Achmad Almuham Gaffar, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen mengenai Perbankan Syariah terhadap Keputusan menjadi Nasabah pada Bank Muamalat cab. Makassar*, h. 67

memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang perbankan syariah adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah (syariat Islam), dan mengetahui semua informasi lainnya tentang produk dan jasa perbankan syariah, serta mengetahui fungsinya.²⁸

b. Indikator Pengetahuan tentang Perbankan Syariah

1. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Peter & Olson menyatakan bahwa konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda-beda. Pengetahuan produk bisa didapat dari produk itu sendiri ataupun dari pengalaman penggunaan produk, seperti periklanan, interaksi dengan tenaga penjual, informasi dari teman atau media, pengambilan keputusan yang sebelumnya atau penggunaan produk, dan ingatan konsumen.²⁹

2. Pengetahuan pembelian

Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang toko, lokasi produk di dalam toko tersebut, dan penempatan produk di dalam toko. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.

1). Di mana Membeli

²⁸ Mulyadi Nitisusastro, *Prilaku Konsumen dalam....*, h. 157

²⁹ Achmad Almuham Gaffar, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen....*, h. 111

Masalah mendasar yang harus diselesaikan oleh konsumen selama pengambilan keputusan adalah di mana mereka harus membeli suatu produk. Banyak produk dapat diperoleh melalui saluran yang sangat berbeda.³⁰ Karena saluran yang ada mungkin terdiri dari banyak pesaing, konsumen harus memutuskan lebih jauh mana saluran yang harus dikunjungi. Keputusan di mana membeli ditentukan sebagian besar oleh pengetahuan pembelian. Pengetahuan pembelian mencakup informasi yang dimiliki konsumen mengenai lokasi produk di mana pengetahuan ini dapat memengaruhi perilaku pembelian. Bila konsumen tidak akrab dengan sebuah toko, mereka harus lebih mengandalkan informasi di dalam toko dan peraga untuk mengidentifikasi lokasi produk. Pengolahan stimulus dalam toko yang meningkat mungkin mengaktifkan kebutuhan atau keinginan yang sebelumnya tidak dikenali, sehingga menghasilkan pembelian yang tidak direncanakan.

2). Kapan Membeli

Kepercayaan konsumen mengenai kapan membeli adalah satu lagi komponen yang relevan dari pengetahuan pembelian. Konsumen yang mengetahui bahwa suatu produk secara tradisional dijual selama waktu tertentu mungkin menunda pembelian hingga waktu seperti ini tiba. Pengetahuan mengenai kapan harus membeli dapat menjadi faktor penentu yang sangat penting dari perilaku pembelian untuk inovasi baru. Banyak

³⁰ Daryanto, *Manajemen Pemasaran*,...,h.78

konsumen tidak akan langsung membeli produk baru karena mereka percaya bahwa harga mungkin turun dengan berlalunya waktu.

3. Pengetahuan Pemakaian

Pengetahuan pemakaian mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Pengetahuan pemakaian konsumen penting karena beberapa alasan.³¹ Pertama, konsumen tentu saja lebih kecil kemungkinannya membeli suatu produk bila mereka tidak memiliki informasi yang cukup mengenai bagaimana menggunakan produk tersebut. Upaya pemasaran yang dirancang untuk mendidik konsumen tentang bagaimana menggunakan produk pun dibutuhkan. Penghalang serupa bagi pembelian terjadi bila konsumen memiliki informasi yang tidak lengkap mengenai cara-cara yang berbeda atau situasi di mana suatu produk dapat digunakan. Walaupun pengetahuan pemakaian yang tidak memadai tidak mencegah terjadinya pembelian produk, hal ini tetap saja memiliki efek yang merugikan pada kepuasan konsumen. Produk yang digunakan secara salah mungkin tidak bekerja dengan benar sehingga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas.

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

³¹ Mulyadi Nitisusastro, *Prilaku Konsumen*, h. 170

tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak berfungsi dengan baik. Ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut, karena itu produsen sangat berkepentingan untuk memberitahu konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar.

5. Pengaruh motivasi terhadap Keputusan menabung

Motivasi yaitu dorongan kebutuhan yang menyebabkan seseorang dalam melakukan tindakan.³² Dihubungkan dengan keputusan menabung atau tidak menabung, maka unsur motivasi ditujukan untuk mendorong niat konsumen untuk membuat keputusan menabung. Dorongan kebutuhan dan keinginan tersebut akan menjadi lebih kuat apabila produk/jasa yang ditawarkan sesuai dengan kepribadiannya, mengandung, atau menyimpan pengalaman yang memuaskan dan dipersepsikan secara baik. Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia. Dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan. Hal tersebut telah dibuktikan oleh Puspi Utami dalam skripsinya menyimpulkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan tabungan *wadi'ah*.

6. Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syari'ah terhadap keputusan menabung

³² Puspi Utami, Pengaruh Psikologis...,h.25

Pengetahuan tentang perbankan syariah adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa bank syariah, pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.³³ Suatu produk dan jasa yang pertama kali diluncurkan untuk dipasarkan harus diperkenalkan terlebih dahulu kepada masyarakat, yang perlu diperkenalkan adalah nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana diperuntukan, berapa harga dari produk, serta dimana produk tersebut dapat diperoleh. Dengan mengetahui tingkat pengetahuan, pemahaman dan keyakinan konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan, maka hal itu akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. Keputusan itu sendiri merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui penelitian satu alternatif dari beberapa alternatif, pengambilan keputusan menurut islam ialah pengambilan keputusan yang dilakukan sesuai dengan syari'at (hukum) Islam.³⁴ Sedangkan Keputusan menabung di bank syariah yaitu suatu tindakan konsumen untuk menabung atau tidak menabung di bank syariah.

Hal tersebut telah dibuktikan oleh Herza Ayu Menita yang dalam skripsinya menyimpulkan bahwa pengetahuan konsumen tentang Asuransi Syari'ah berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

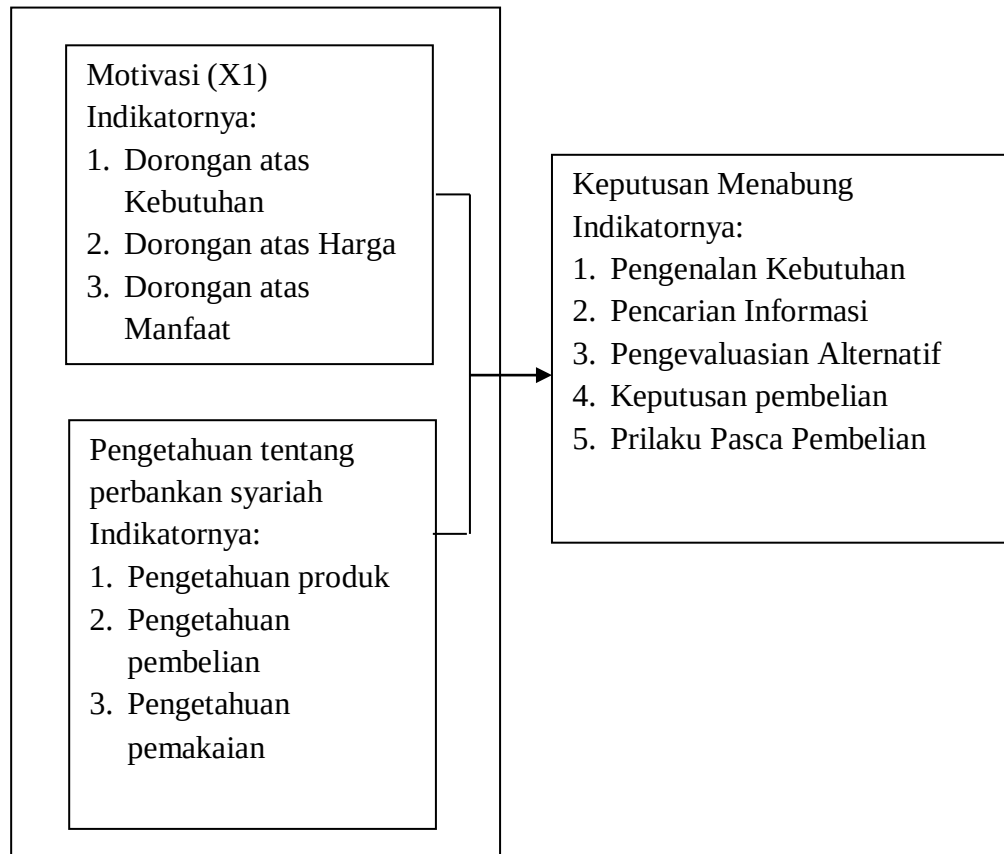
B. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1`

³³Herza Ayu Pratiwi, Pengaruh Pengetahuan...,h.27

³⁴Mulyadi Nitisusastro,*Prilaku Konsumen* ..., h.53

Kerangka Berpikir
Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah
Terhadap Keputusan Menabung



Sumber: Utami³⁵ dan Menita³⁶

Gambar diatas menunjukkan bahwa motivasi dan pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah. Adapun Keterangan berpikir pada gambar 2.1 adalah sebagai berikut :

³⁵Puspi Utami, *Pengaruh Psikologis...*,h.29

³⁶Herza Ayu Menita, *Pengaruh Pengetahuan...*,h.31



: Menunjukkan Variabel X dan Y dimana variabel X_1 motivasi dan X_2 pengetahuan tentang perbankan syariah dan Variabel Y keputusan menabung di bank syariah.



: Menunjukkan adanya pengaruh variabel X_1 (motivasi) dan X_2 (Pengetahuan tentang perbankan syariah) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y yaitu keputusan menabung di bank syariah

C. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya secara empiris adalah :

- H_1 : Motivasi dan pengetahuan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam di bank syariah.
- H_2 : Motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam di bank syariah.
- H_3 : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa Ekonomi dan bisnis Islam di bank syariah.

\

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dengan pendekatan kuantitatif asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi mahasiswa, dan pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama $\pm$ 8 bulan tepatnya pada bulan November 2015 sampai Juni 2016. (Jadwal Terlampir)

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, Jl.Raden Fatah, RT/RW, 011/002, Kelurahan Pagar Dewa, Kecamatan Selebar. Peneliti mengambil lokasi penelitian ini dengan alasan karena secara kualitatif terlihat kesenjangan pada motivasi dan pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah yang rendah tetapi keputusan menabung mereka di bank syariah tinggi. Maka berdasarkan kesenjangan yang ada penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membuktikan secara statistik atau kuantitatif, apakah motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu untuk menabung pada bank syariah?

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI dan VIII yang menabung di bank syariah berjumlah 100 orang.³⁷

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini yaitu 30 orang dari 100 orang yang menabung di bank syariah, karena menurut Gay dan Diehl untuk studi *asosiatif* dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada atau tidaknya hubungannya.³⁸ Adapun teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling*.

D. Sumber Data Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, diperoleh langsung dari responden Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI-VIII. Dengan bentuk data primer berupa data yang berkaitan dengan motivasi dan pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah.
- b. Data Sekunder, diperoleh secara tidak langsung dari literatur dokumen, data-data yang berkaitan dengan penelitian yang di dapat dari Fakultas

³⁷ Survei Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, Maret 2016

³⁸ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset...*, h. 126

Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Serta buku-buku, media cetak atau media elektronik, jurnal-jurnal dan yang lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Survei

Survei merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan yang diajukan pada responden.³⁹

b. Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur, catatan-catatan, serta laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti.

E. Instrumen Penelitian

1. Kuesioner Tertutup

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dan skala yang digunakan dalam pengumpulan data ini menggunakan skala likert, adapun kategori yang digunakan penulis adalah kategori skoring variabel seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini:

³⁹ Munawaroh, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*, (Jatim: Intimedia, 2012), h,34

Tabel 3.1
Skala likert keputusan menabung (Y)

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Kurang Setuju	2
5	Tidak Setuju	1

Sumber: Utami⁴⁰

Tabel 3.2
Skala likert motivasi (X1) dan Pengetahuan tentang perbankan syariah (X2)

X1		X2	
Kategori	skor	Kategori	Skor
Sangat Tinggi	5	Sangat Baik	5
Tinggi	4	Baik	4
Sedang	3	Biasa saja	3
Rendah	2	Kurang baik	2
Sangat rendah	1	Sangat kurang	1

Sumber: Gaffar⁴¹

2. Dokumentasi

Adapun alat yang digunakan dalam berlangsungnya penyebaran kuesioner ini adalah kamera sebagai alat dokumentasi untuk observasi data awal dan penelitian.

F. Variabel penelitian dan Definisi Operasional

1. Motivasi (X1), adalah kekuatan yang mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan dan adanya motivasi dalam diri seseorang menjadi dasar untuk melakukan pembelian, indikatornya adalah:
 - a. dorongan kebutuhan akan memiliki produk,
 - b. dorongan akan harga dan
 - c. dorongan akan manfaat produk.

⁴⁰ Puspi utami, *pengaruh psikologis...*,h.36

⁴¹ Abdurahman Gaffar, *Pengaruh Pengetahuan...*,h.38

2. Pengetahuan tentang perbankan syariah sebagai variabel (X_2), adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa yang ada di bank syariah, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa bank syariah tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Indikatornya adalah:

- a. Pengetahuan produk
- b. Pengetahuan pembelian
- c. Pengetahuan pemakaian

3. Keputusan menabung sebagai variabel (Y), Merupakan tahapan di mana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu benda. Indikatornya adalah:

1. Pengenalan Masalah

Merupakan tahap di mana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya.

2. Pencarian Informasi

Setelah tergerak oleh stimuli, konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhannya.

3. Evaluasi Alternatif

Merupakan tahapan di mana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir. Pada tahap ini konsumen menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih berdasarkan besarnya

kesesuaian antara manfaat yang diinginkan dengan yang bisa diberikan oleh pilihan produk yang tersedia.

4. Keputusan Pembelian

Merupakan tahapan di mana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu benda.

5. Perilaku Sesudah Pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk, pembeli akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

3. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kevalidan kuesioner. Teknik statistik yang digunakan untuk menguji kevalidan data pada penelitian ini menggunakan *Pearson Correlation*, data dikatakan valid jika nilai signifikan $< 0,05$.⁴²

b. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan Reliabel apabila jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah

⁴² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis...*, h. 53

menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana dikatakan reliabel jika *Alpha Cronbach* $> 0,50$.⁴³

c. Uji Normalitas Data

Model regresi yang baik adalah data yang terdistribusi normal, artinya data tersebut didapatkan dari beberapa sampel yang berasal dari populasi yang sama.⁴⁴ Metode yang digunakan adalah dengan Uji *Skewnes*, dengan kriteria kenormalan jika hasil tidak melebihi angka 2, maka bisa dikatakan distribusi data adalah normal.⁴⁵

d. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Untuk menguji sampel sama atau tidak menggunakan *Homogeneity of Variance* dengan pedoman sebagai berikut⁴⁶:

- 1) Signifikansi uji (α) = 0,05
- 2) Jika $\text{Sig} > \alpha$, maka variansi setiap sampel sama (homogen)
- 3) Jika $\text{Sig} < \alpha$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen)

e. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabe. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di

⁴³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis ...*, h. 47

⁴⁴ Mika Agus Widiyanto, *Statistika Terapan dan Aplikasi SPSS* (Jakarta: PT alex Media Koputindo, 2013) h. 132

⁴⁵ Singgih Santoso, *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008), h. 168

⁴⁶ Mika Agus Widiyanto, *Statistika Terapan,...* h. 178

antara variabel independennya. Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.⁴⁷

2. Pengujian Hipotesis

a. Model Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini peneliti menggunakan model regresi linear berganda karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen. Adapun model regresi berganda adalah sebagai berikut:⁴⁸

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_i$$

Di mana:

Y = Keputusan manabung pada bank syariah

X_1 = *Motivasi*

X_2 = *Pengetahuan* tentang perbankan syariah

β_0 = Nilai Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel *motivasi*

β_2 = Koefisien regresi variabel *pengetahuan* tentang perbankan syariah

e_i = Variabel Pengganggu

⁴⁷ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2013), hal: 56

⁴⁸ Edi Supriyadi, *SPSS + Amos* (Jakarta: In Media, 2014), h. 65

b. Uji - F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

- 1) Apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.⁴⁹

c. Uji - t

Berarti melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

- 1) Apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.⁵⁰

d. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi dalam penelitian ini menggunakan *Adjusted R Square* (R^2) yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.⁵¹

⁴⁹ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar*,... h. 117

⁵⁰ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar*,... h.118

Tabel 3.3
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Determinasi

Proporsi (Internal Koefisien)	Keterangan
0% - 19,99%	Sangat rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80%- 100%	Sangat kuat

Sumber: Gaffar⁵²

⁵¹ Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi, 2009), h. 64

⁵² Abdurahman Gaffar, *Pengaruh Pengetahuan...*, h.42

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.

1. Deskripsi Responden.

Penyajian data diskriptif penelitian bertujuan untuk melihat profil dari data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Berdasarkan Jenis kelamin.

Adapun data mengenai jenis kelamin responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	5	16,7 %
Perempuan	25	83,3 %
Total	30	100 %

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas, dapat diketahui tentang jenis kelamin Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 25 orang atau 83,3 % dan pria sebanyak 5 orang atau 16,7 %. Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN

Bengkulu yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

b. Berdasarkan Umur Responden

Adapun data umur mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang memutuskan untuk menabung di Bank Syariah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Umur Responden

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
20 Tahun	1	3,3 %
21 Tahun	12	40 %
22 Tahun	12	40 %
23 Tahun	3	10 %
25 Tahun	1	3,3 %
28 Tahun	1	3,3 %
Total	30	100 %

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa mahasiswa yang memutuskan untuk menabung di Bank Syariah berusia 20 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 3,3%, usia 21 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 40%, usia 22 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 40%, usia 23 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 3,3%, usia 25 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 3,3%, dan usia 28 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 3,3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang menjadi responden terbanyak adalah yang berusia 21 dan 22 tahun.

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun data pendidikan terakhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang memutuskan untuk menabung di Bank Syariah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
SMA	22	73,3 %
SMK	7	33,3 %
Madrasah	1	3,3 %
Total	30	100 %

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa mahasiswa yang memutuskan untuk menabung di Bank Syariah berpendidikan terakhir SMA sebanyak 22 orang dengan persentase 73,3%, pendidikan terakhir SMK sebanyak 7 orang dengan persentase 33,3% dan pendidikan terakhir Madrasah sebanyak 1 orang dengan persentase 3,3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang menjadi responden terbanyak adalah yang berpendidikan terakhir SMA.

d. Berdasarkan Pendapatan Uang Saku

Adapun data pendapatan uang saku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang memutuskan untuk menabung di Bank Syariah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pendapatan Uang Saku Responden

Pendapatan Uang Saku	Frekuensi	Persentase
< Rp. 500.000,00	18	60 %
Rp. 500.000,00 – Rp. 1.000.000,00	12	40 %
> Rp. 1.000.000,00	-	0 %
Total	30	100 %

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa mahasiswa yang memutuskan untuk menabung di Bank Syariah berpendapatan uang saku < Rp.500.000,00 sebanyak 18 orang dengan persentase 60%, pendapatan uang saku Rp.500.000,00 – Rp.1.000.000,00 sebanyak 12 dengan persentase 40%, dan pendapatan uang saku >Rp.1.000.000,00 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang menjadi responden terbanyak adalah yang berpendapatan <Rp.500.000,00.

2. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

1). Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

STAIN Bengkulu didirikan berdasarkan pada Surat Keputusan Presiden Nomor 11 tahun 1997 tanggal [21 Maret 1997](#) serta Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor: E/125/1997. Sekolah tinggi ini diresmikan oleh Menteri Agama pada saat itu, [Dr. H. Tarmizi Taher](#), tanggal [30 Juni 1997](#)

bersama dengan [32 STAIN](#) lainnya.⁵³ Fakultas Syariah beralih status menjadi Jurusan Syariah dengan ketua jurusan pertama Drs. Parmi Nurdin, SH (1997-2002). Setelah itu Ketua Jurusan dijabat oleh Drs. H. Amri Said (2003-2006), dan setelah itu ketua jurusan dijabat oleh Drs. M. Syarkoni, M.Ag didampingi Dr. Supardi Mursalin, M.Ag sebagai sekretaris. Pada tahun 2012, berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2012, STAIN Bengkulu diubah menjadi IAIN Bengkulu. Dan seiring peralihan status dari STAIN Bengkulu menjadi IAIN Bengkulu maka Jurusan Syariah beralih status menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, dengan dekan yang dijabat oleh Dr. Asnaini, MA.⁵⁴

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam berada dalam naungan lembaga Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dibagi kedalam dua Jurusan yaitu dua Jurusan, jurusan Syariah dan Jurusan Ekonomi Islam. Jurusan Ekonomi Islam sendiri dalam dua Prodi yaitu Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah.

Seiring berkembangnya kemajuan perekonomian syariah yang semakin cepat, ini menyebabkan peningkatan jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam dari tahun ketahun. Latar belakang Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam berasal dari berbagai daerah dan suku yang beragam, baik yang berasal dari dalam kota, kabupaten dan juga berasal dari propinsi lain. Secara finansial latar belakang Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam juga

⁵³ Bengkulu#Sejarah, <https://id.wikipedia.org/wiki/IAIN>

⁵⁴ Tim, *10 Tahun STAIN Bengkulu Mengabdi*, (Bengkulu: STAIN Bengkulu Publising, 2007), h. 36

beragam, baik dari kalangan menengah keatas juga kalangan menengah kebawah.

Bagi Mahasiswa yang aktif dibidang organisasi dapat menyalurkan bakat dan keaktifannya dengan bergabung di organisasi yang terdapat di IAIN Bengkulu. dari sisi prestasi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam sudah banyak yang memperoleh prestasi baik dibidang akademik maupun non akademik, dalam ruang lingkup kampus, daerah maupun nasional.⁵⁵

IAIN Bengkulu meresmikan Fakultas baru dengan jurusan Ekonomi Islam Akreditasi B sabtu, (16/januari/2016) yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) gedung baru FEBI diresmikan langsung direktur jendral pendidikan Islam kementrian Agama RI Prof Kamurudi Amin, dan didampingi Rektor IAIN Bengkulu Prof. Sirajuddin digedung Fakultas Fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) tersebut terdapat fasilitas 24 ruang belajar baru dan 13 ruang lama. Saat ini FEBI sudah memiliki dua program studi yaitu Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah mengenai akreditasi, Fakultas ini sudah mendapat Akreditasi B dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

b. Visi Misi Fakultas Ekonomi Syari'ah

Visi

Dalam kajian dan pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang memadukan sains dan berjiwa kewirausahaan di Asia Tenggara 2037.

⁵⁵ Suharyono, " *perilaku konsumsi dalam menggunakan smartphon ditinjau dari perspektif ekonomi islam* ", (Skripsi, Ekonomi Islam IAIN Bengkulu, Bengkulu, 2015), h. 41

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis, dan professional dalam Ekonomi Islam.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Melaksakan pengabdian masyarakat di bidang ekonomi dan Bisnis Islam yang berbasis pada pemberdayaan.
4. Menjalin kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan, pemerintah, dan swasta di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

Tujuan

1. Menghasilkan sarjana dalam bidang Ekonomi Syari'ah yang memiliki kemampuan akademik dan provisional.
2. Menghasilkan sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah yang beriman, berakhlak mulia, memiliki kecakapan sosial dan managerial, serta berjiwa wirausaha (*entrepreneur*)
3. Menjadikan program studi Ekonomi Syari'ah sebagai pusat kajian dan penelitian Ekonomi Syari'ah.
4. Menjadikan program studi Ekonomi Syariah sebagai pusat unggulan dalam bidang kewirausahaan.
5. Mewujudkan masyarakat yang berorientasi kepada sistem Ekonomi Syariah dan berjiwa *entrepreneur*.

Alumni FEBI IAIN Bengkulu prodi Ekonomi Syariah dan Perbankan syariah dapat bekerja sebagai perencana Ekonomi dan pembangunan berbasis syariah, analisis kebijakan fiskal, moneter, dan Keuangan Syariah, tenaga ahli

bidang Keuangan Syariah, sebagai akademisi, peneliti, dan konsultasi bidang keuangan syariah Jumlah jurusan dan prodi di FEBI IAIN Bengkulu.

c. Visi dan Misi Prodi Perbankan Syariah

Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Prodi Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu dirumuskan dengan mengacu pada pernyataan Visi, Misi, tujuan dan sasaran program yang ditetapkan oleh Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Visi IAIN Bengkulu yaitu: "Unggul dalam Studi Keislaman Sains dan Kewirausahaan di Asia Tenggara Tahun 2037".

Visi ini sejalan dengan Visi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam yaitu: "Unggul dalam kajian dan pengembangan ilmu hukum Islam dan ilmu ekonomi islam yang memadukan sains dan berjiwa kewirausahaan di Asia Tenggara Tahun 2037". Misinya adalah⁵⁶:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis dan Profesional dalam bidang perbankan syari'ah, sains dan kewirausahaan.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang perbankan syari'ah, sains dan kewirausahaan.
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam bidang perbankan syariah, sains dan kewirausahaan.
4. Menjalni kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan syariah di tingkat lokal, nasional dan internasional.

⁵⁶ Puspi Utami, *Pengaruh Psikologis....*, h.46

B. Statistik Deskriptif

Tabel 4.5
Descriptive Statistics Variabel Penelitian

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
Motivasi (X1)	30	1,67	5,00	117,00	3,9000	,15175
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah (X2)	30	2,00	4,62	113,75	3,7917	,11266
Keputusan Menabung (Y)	30	2,00	5,00	117,40	3,9133	,13719
Valid N (listwise)	30					

Sumber: Data Primer Diolah.

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa jumlah data sebanyak 30, rata-rata motivasi sebesar 3,9000 dengan standar deviasi sebesar 0,15175. Rata-rata pengetahuan tentang perbankan syariah sebesar 3,7917 dengan standar deviasi sebesar 0,11266. Rata-rata keputusan menabung sebesar 3,9133 dengan standar deviasi sebesar 0,13719.

Dari tabel di atas juga dapat dilihat bahwa nilai variabel motivasi (X1) terkecil adalah 1,66. Kondisi ini terjadi pada 1 responden, sedangkan nilai variabel motivasi terbesar adalah 5,00 kondisi ini terjadi pada 2 responden. Nilai variabel pengetahuan tentang perbankan syariah (X2) terkecil adalah 2,00. Kondisi ini terjadi pada 1 responden. Sedangkan nilai variabel pengetahuan tentang perbankan syariah terbesar adalah 4,62 terjadi pada 1 responden. Nilai variabel keputusan menabung (Y) terkecil adalah 2,00.

Kondisi ini terjadi pada 1 responden, sedangkan nilai variabel keputusan menabung terbesar adalah 4,60. Kondisi ini terjadi pada 5 responden.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Data suatu instrumen dikatakan valid bila butir-butir pertanyaan atau pernyataan pada instrumen tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut.⁵⁷ Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan *Pearson Correlation*, dimana dikatakan valid jika nilai signifikan $< 0,05$.⁵⁸ Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Motivasi (X1)

Item	Sig	$\alpha =$ 0,05	Keterangan
Motivasi 1	0,000	0,05	Valid
Motivasi 2	0,000	0,05	Valid
Motivasi 3	0,000	0,05	Valid

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.6 di atas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan untuk mengukur variabel motivasi menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan dinyatakan valid.

⁵⁷ Kasmadi, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal :87

⁵⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hal: 53

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X2)

Item	Sig	α	Keterangan
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah 1	0,000	0,05	Valid
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah 2	0,000	0,05	Valid
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah 3	0,000	0,05	Valid
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah 4	0,000	0,05	Valid
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah 5	0,000	0,05	Valid
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah 6	0,000	0,05	Valid
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah 7	0,000	0,05	Valid
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah 8	0,000	0,05	Valid

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.7 di atas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan untuk mengukur variabel persepsi menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Keputusan (Y)

Item	Sig	α	Keterangan
Keputusan Menabung 1	0,000	0,05	Valid
Keputusan Menabung 2	0,000	0,05	Valid
Keputusan Menabung 3	0,000	0,05	Valid
Keputusan Menabung 4	0,000	0,05	Valid
Keputusan Menabung 5	0,000	0,05	Valid

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.8 di atas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang mengukur variabel keputusan menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan Reliabel apabila jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan/ Pernyataan yang diajukan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁵⁹ Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana dikatakan reliabel jika *Alpha Cronbach* > 0,50.⁶⁰ Hasil uji realibilitas direkap pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	N of Items	α	Keterangan
Motivasi(X1)	0,766	3	0,50	Reliabel
Pengetahuan tentang Perbakan Syariah (X2)	0,914	3	0,50	Reliabel
Keputusan Menabung (Y)	0,893	5	0,50	Reliabel

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *alpha cronbach* yang lebih dari 0,50 maka butir pernyataan tersebut dinyatakan *reliable*.

c. Uji Normalitas

Metode yang digunakan untuk pengujian normalitas adalah teknik *Skewness* dengan kriteria kenormalan jika hasil tidak melebihi angka 2, maka bisa dikatakan distribusi data adalah normal. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

⁵⁹ Kasmadi, *Panduan Modern...*, h. 91

⁶⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*,h.47

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Data hasil uji	Nilai Standar	Pernyataan Normalitas jika nilai skewness < 2
Motivasi (X1)	-1.091	2	Normal
Pengetahuan tentang perbankan syariah (X2)	-1.447	2	Normal
Keputusan menabung (Y)	-1.049	2	Normal

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai skewness seluruh variabel diantara -2 sampai dengan 2 tidak melebihi angka -2 dan angka 2 . Hal ini menunjukan bahwa seluruh variabel penelitian berdistribusi normal, artinya sampel yang diambil berasal dari populasi yang sama.

d. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas menggunakan Levene Test dengan ketentuan Jika $\text{Sig} > \alpha$, maka variansi setiap sampel sama (homogen). Hasil pengujian homogenitas data dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	α	Keterangan
Motivasi (X1)	0,166	0,05	Homogen
Pengetahuan tentang perbankan syariah (X2)	0,256	0,05	Homogen
Keputusan Menabung (Y)	0,183	0,05	Homogen

Sumber: lampiran 7

Berdasarkan tabel 4.11 di atas hasil uji homogenitas dengan menggunakan levene test dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi (sig) dari seluruh variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,05 hal ini berarti bahwa seluruh variabel bersifat homogen artinya sampel

yang diambil dari populasi yang sama dapat dianggap mewakili dari jumlah populasi yang ada.

e. Uji Multikolinearitas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas yaitu dengan menggunakan *Tolerance* dan *variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas. Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas.

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Motivasi	.453	2.208
Pengetahuan tentang perbakan syariah	.453	2.208

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari masing-masing variabel independen lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi.

2. Uji Hipotesis

a. Model Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen, dan juga untuk mendeskripsikan

nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, serta untuk mengetahui arah hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁶¹

Tabel 4.13
Hasil Uji t Test

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
1 (Constant)	.450	.556	.426
Motivasi (X1)	.355	.160	.035
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah (X2)	.548	.215	.017

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan tabel koefisien regresi yang diperoleh dari analisis regresi pada tabel 4.13, maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.450 + 0.355X_1 + 0.548X_2 + e_i$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresi yang diestimasi sebagai berikut:

- 1). Nilai konstanta (β_0) sebesar 0.450 artinya apabila motivasi (X1), dan pengetahuan tentang perbankan syariah (X2), mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu dalam keadaan konstanta atau 0, maka keputusan menabung (Y) nilainya sebesar 0.450 yang

⁶¹ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar....*, h. 116

artinya sangat tidak setuju dan hal ini berarti jika motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah tinggi maka mahasiswa sangat tidak setuju untuk memutuskan menabung pada bank syariah.

- 2). Koefisien Regresi (β_1) sebesar 0.355 artinya jika akal (X_1) artinya setiap kenaikan satu variabel motivasi (X_1) maka keputusan menabung (Y) akan naik sebesar 0.355 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi bernilai tetap. Artinya apabila motivasi tinggi, maka akan semakin tinggi pula keputusan menabung pada bank syariah. Sebaliknya apabila motivasi rendah maka akan semakin rendah pula keputusan menabung mahasiswa pada bank syariah.
- 3). Koefisien regresi (β_2) sebesar 0.548 artinya setiap kenaikan satu variabel pengetahuan tentang perbankan syariah (X_2) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu mengalami kenaikan maka keputusan menabung (Y) akan naik sebesar 0.548 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi bernilai tetap. Artinya semakin tinggi pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah maka akan semakin tinggi pula keputusan menabung pada bank syariah. Sebaliknya semakin rendah pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah maka akan semakin rendah pula keputusan menabung mahasiswa pada bank syariah.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada table.

Tabel 4.14
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	10.277	2	5.138	12.828	.000 ^a
Residual	68.096	170	.401		
Total	78.373	172			

Sumber : Data Primer Diolah.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.14 di atas, dapat diketahui nilai probabilitas signifikansi (sig) adalah $0,000 < (\alpha) 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada α 5% atau pada tingkat kepercayaan 95 %, artinya 95 % dari 30 data menunjukkan bahwa motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah berpengaruh pada keputusan menabung mahasiswa pada bank syariah.

c. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, dengan ketentuan apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara

individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.14 Berikut

Tabel 4.15
Hasil uji t

	Signifikansi (Sig)	α	Keterangan
Motivasi (X1)	0,035	0,05	Hipotesis diterima
Pengetahuan tentang perbankan syariah (X2)	0,017	0,05	Hipotesis diterima

Sumber : Lampiran 7

1) Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil regresi yang terlihat pada tabel di atas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,035. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 ($\leq 0,05$) maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,035 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu pada bank syariah, diterima.

2) Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil regresi yang terlihat pada tabel 4.14 di atas, dapat diketahui signifikansi adalah 0,017. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan bahwa pengetahuan tentang perbankan syariah

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu pada bank syariah, diterima.

3. Koefisien Determinasi

Tabel 4.16
Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.618	.590	,48118

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui nilai R² (Adjusted R Square) adalah 0,590 sama dengan 59%. Hal ini berarti bahwa sebesar 59% keputusan menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dipengaruhi variabel independen yang terdapat dalam penelitian. Sedangkan sisanya, yaitu 41% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti faktor seperti faktor budaya, sosial dan pribadi.

D. Pembahasan

1. Pembahasan

a. Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah secara bersama-sama berpengaruh

signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda diperoleh hasil uji F dapat diketahui nilai probabilitas signifikansi (sig) adalah 0,000 lebih kecil dari α 0,05,

Dalam uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,590 atau 59%. Hal ini menyatakan bahwa variabel bebas yaitu motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah secara bersama-sama tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah sebesar 0,59 atau 59%. Sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh Faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi.

Maka dapat disimpulkan H1 diterima dikarenakan tinggi rendahnya motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah mempengaruhi tinggi rendahnya keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam untuk menabung pada bank syariah ini disebabkan oleh adanya dorongan kebutuhan dan keinginan yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan, unsur motivasi ditujukan untuk mendorong niat konsumen untuk membuat keputusan menabung. Kebutuhan yang dimaksud yaitu kebutuhan untuk masalah hidup didunia dan akhirat serta menjauhi larangan tentang haramnya bunga bank konvensional. Adapun dorongan untuk membuat keputusan menabung disebabkan oleh

pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen karna jika konsumen memiliki informasi yang luas tentang produk yang dimiliki akan memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Puspi Utami yang mengatakan motivasi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan tabungan wadiah dan Herza Ayu Menita yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada koperasi AMF syariah kota Bengkulu.

b. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk menabung pada bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,221 dan nilai probabilitas signifikansi (sig.) sebesar 0,035 lebih kecil dari alpha (α) 0,05.

Hasil perhitungan di atas berarti bahwa motivasi memiliki kontribusi dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menabung pada bank syariah. Karna mahasiswa mempunyai dorongan akan kebutuhan dan keinginan yang dimilikinya kuat, apabila produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak bank syariah mengandung atau menyimpan pengalaman yang memuaskan dan dipersepsikan secara baik. Serta motivasi dorongan akan kebutuhan untuk menjauhi larangan tentang

haramnya bunga bank, dan untuk menjaga masalah kita didunia dan akhirat. Adanya motivasi dalam mahasiswa menjadi dasar untuk mereka melakukan keputusan menabung pada bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan fakta lapangan yang menyatakan bahwa jawaban dari kuisioner tentang variabel motivasi yang indikatornya adalah kebutuhan, harga dan manfaat memiliki nilai yang tinggi. Keputusan untuk menabung dengan didasari motivasi yang lebih kuat oleh mahasiswa akan menimbulkan keputusan menabung yang lebih signifikan. Hal ini berarti juga bahwa jika motivasi mahasiswa semakin tinggi, maka akan mengakibatkan semakin tinggi kesediaan mahasiswa untuk memutuskan menabung pada bank syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puspi Utami menunjukkan bahwa Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan *wadi'ah*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas signifikansi (sig.) sebesar 0,035 lebih kecil dari alpha (α) 0,05.⁶² Maka dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan bahwa Motivasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah.

c. Pengaruh pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah.

⁶² Puspi Utami, *Pengaruh Psikologis Mahasiswa Terhadap Keputusan menggunakan Tabungan Wadi'ah*. (Skripsi, Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu), h.71

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk menabung pada bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2.549 dan nilai probabilitas signifikansi (sig.) sebesar 0,017 lebih kecil dari α 0,05.

Hasil perhitungan di atas berarti bahwa pengetahuan memiliki kontribusi dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menabung pada bank syariah. Adanya pengetahuan yang luas tentang semua yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh bank syariah bukan hanya tentang produk tetapi juga pengetahuan tentang pembelian, pemakaian yang dimiliki mahasiswa tentang perbankan syariah akan memudahkan mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk menabung pada bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan fakta lapangan yang menyatakan bahwa jawaban dari kuisioner tentang variabel pengetahuan tentang perbankan syariah yang indikatornya adalah pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakain memiliki nilai yang tinggi. Keputusan untuk menabung dengan didasari pengetahuan yang lebih tinggi oleh mahasiswa akan menimbulkan keputusan menabung yang lebih signifikan. Hal ini berarti juga bahwa jika pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah semakin tinggi, maka akan mengakibatkan semakin tinggi kesediaan mahasiswa untuk memutuskan menabung pada bank syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Herza Ayu Pratiwi menunjukkan bahwa pengetahuan

konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada koperasi AMF syariah kota Bengkulu. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas signifikansi (sig.) sebesar 0,017 lebih kecil dari alpha (α) 0,05.⁶³ Maka dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan bahwa pengetahuan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah.

⁶³ Herza Ayu Pratiwi, *Pengaruh Pengetahuan tentang Prinsip-prinsip Syariah terhadap Keputusan Anggota Pembiayaan Murabahah pada Koperasi AMF Syariah di Kota Bengkulu*, (Skripsi, Ekonomi Islam, IAIN Bengkulu 2015), h. 69

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang dilakukan terkait pengaruh motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap keputusan mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada perbankan syariah mahasiswa, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah pada $\alpha = 5\%$ atau pada tingkat kepercayaan $I = 95\%$.
2. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah pada $\alpha = 5\%$ atau pada tingkat kepercayaan $I = 95\%$.
3. Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank syariah pada $\alpha = 5\%$ atau pada tingkat kepercayaan $I = 95\%$.
4. Kemampuan motivasi dan pengetahuan tentang perbankan syariah secara bersama-sama mempengaruhi terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu untuk menabung pada bank

syariah sebesar 0,59 atau 59%, sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Suatu penelitian akan memiliki arti jika dapat memberikan kontribusi atau manfaat bagi pembaca maupun penelitian berikutnya, atau Penelitian lanjutan yang diharapkan memasukkan variabel lain yang belum dimasukkan dalam model penelitian ini. Penelitian ini menggunakan mahasiswa sebagai responden yang tentunya berdampak pada terbatasnya generalisasi hasil penelitian. Untuk memperluas generalisasi hasil penelitian, disarankan pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan sampel dari kalangan profesional (non mahasiswa) yang saat ini telah memiliki pendapatan lebih dari mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Mika Widiyanto, *Statistika Terapan dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: PT alex Media Koputindo. 2013
- Daryanto. *Manajemen Pemasaran (sari kuliah)*. Bandung :PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. 2011.
- Departemen Agama RI,*Al-Quran dan terjemahnya*.
- Gunawan Imam. *Statistika Inferensia*. Jakarta: Rajawali Pers.2016.
- Huda,Nurul. Muhammad Heyka. *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Ismail. *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana.2010.
- Ismail. *Perbankan Syari'ah*. Jakarta:Kencana prenada media group.2011
- Karim, Adiwarman. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.2011.
- Kasmadi.*Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.2014
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.2013
- Mamang, Sangadji Ettah & Sopiah. *Perilaku Konsumen (pendekata npraktis disertai himpunan jurnal pendidikan)*.Yogyakarta:CV Andi Offset. 2013.
- Nasution, Mustafa Edwin. *et.al. Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Nitisusastro,Mulyadi.*Prilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Prayitno, Dwi. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom. 2013.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional .*Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2005
- Santoso, Singgih. *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2008.

- Setiadi, J. Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media. 2008
- Setiawan dan Endah Kusri. Dwi. *Ekonometrika*. Yogyakarta: Andi. 2009.
- Skripsi, Herza Ayu menita, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Tentang Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Mudharabah Pada Koperasi AMF Syariah*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Kota Bengkulu. 2015
- Skripsi, Puspi Utami,. *Pengaruh Psikologis Mahasiswa Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Wadi'ah*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Kota Bngkulu. 2015
- Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. 2014
- Supriyadi Edi, *SPSS + Amos*. Jakarta: In Media. 2014
- Survei Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam semester VI dan VII, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, Maret 2016
- Susanto Philip Kotler. AB. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. (Jakarta: Selemba Empat). 2001
- Widianto, Mika Agus, *Statistika Terapan Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo. 2009

Lampiran 1

DATA RESPONDEN

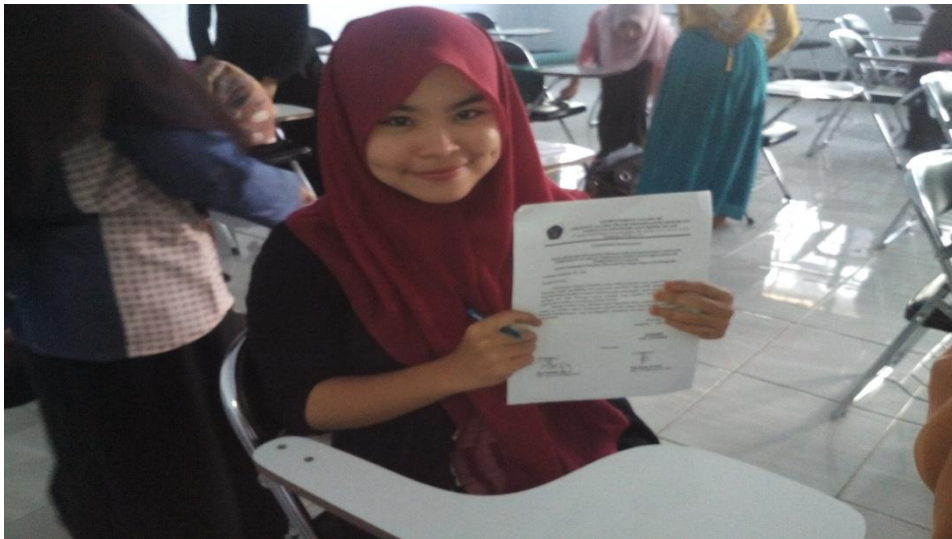
NO	JENIS KELAMIN	UMUR	PENDIDIKAN TERAKHIR	PENDAPATAN UANG SAKU (PER BULAN)
1	Perempuan	22 tahun	SMA	< Rp. 500.000
2	Pria	23 tahun	SMA	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
3	Perempuan	22 tahun	SMA	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
4	Perempuan	22 tahun	SMA	< Rp. 500.000
5	Perempuan	22 tahun	MADRASAH	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
6	Perempuan	23 tahun	SMA	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
7	Perempuan	21 tahun	SMA	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
8	Pria	25 tahun	SMK	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
9	Perempuan	23 tahun	SMA	< Rp. 500.000
10	Pria	21 tahun	SMA	<Rp. 500.000
11	Perempuan	22 tahun	SMA	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
12	Pria	22 tahun	SMK	<Rp. 500.000
13	Perempuan	22 tahun	SMA	<Rp. 500.000
14	Perempuan	21 tahun	SMK	<Rp. 500.000
15	Perempuan	21 tahun	SMA	<Rp. 500.000
16	Pria	20 tahun	SMA	<Rp. 500.000
17	Perempuan	21 tahun	SMA	<Rp. 500.000
18	Perempuan	21 tahun	SMK	<Rp. 500.000
19	Perempuan	21 tahun	SMA	<Rp. 500.000
20	Pria	21 tahun	SMK	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
21	Perempuan	22 tahun	SMA	<Rp. 500.000
22	Perempuan	21 tahun	SMA	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
23	Perempuan	21 tahun	SMA	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
24	Perempuan	21 tahun	SMK	<Rp. 500.000
25	Perempuan	22 tahun	SMA	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
26	Perempuan	28 tahun	SMA	<Rp. 500.000
27	Perempuan	22 tahun	SMA	<Rp. 500.000
28	Perempuan	22 tahun	SMA	<Rp. 500.000
29	Perempuan	21 tahun	SMK	<Rp. 500.000
30	Perempuan	22 tahun	SMA	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000

DOKUMENTASI

Mahasiswa perbankan syariah semester 6









Mahasiswa Ekonomi Syariah Semester 8



