

## **Determinan Minat Menabung Masyarakat Banda Aceh Pada Bank Aceh Syariah**

**Putri Machfirah<sup>1</sup>**  
**Israk Ahmadsyah<sup>2</sup>**  
**Ana Fitria<sup>3</sup>**

[putrimachfirah19@gmail.com](mailto:putrimachfirah19@gmail.com)<sup>1</sup>  
[israk.ahmadsyah@ar-raniry.ac.id](mailto:israk.ahmadsyah@ar-raniry.ac.id)<sup>2</sup>  
[ana.fitria@ar-raniry.ac.id](mailto:ana.fitria@ar-raniry.ac.id)<sup>3</sup>

**Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh<sup>1,2,3</sup>**

### **ABSTRAK**

Adanya dinamika dan fluktuasi dalam perkembangan jumlah nasabah pada PT Bank Aceh Syariah tentu memperlihatkan minat masyarakat untuk memutuskan pilihannya, baik untuk tetap menjadi nasabah atau tidak. Minat masyarakat untuk menjadi bagian dari Bank Aceh Syariah tentu dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk faktor motif rasional, pengetahuan, dan religiusitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel motif rasional, pengetahuan, dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiasi. Populasi dalam penelitian ini adalah 3.853 dan sampel 100 orang. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Analisa data menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung masyarakat Rukoh. Motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh. Saran peneliti agar pihak bank terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait bank dan masyarakat terus meningkatkan pengetahuannya tentang bank.

**Kata Kunci:** *Motif Rasional, Pengetahuan, Religiusitas, Minat Menabung*

### **ABSTRACT**

The existence of dynamics and fluctuations in the development of the number of customers at PT Bank Aceh Syariah certainly shows the public's interest in deciding whether to remain a customer or not. The public's interest in becoming part of Bank Aceh Syariah is of course influenced by many factors including rational motives, knowledge, and religiosity. This study aims to determine the partial and simultaneous effect of rational motive, knowledge, and religiosity on the intention to save in the rukoh community of Banda Aceh City at Bank Aceh Syariah. This study uses a quantitative approach to the type of association research. The population in this study was 3,853 and a sample of 100 people. Data collection technique through questionnaires. Data analysis uses SPSS version 26. Based on the result of the study it was found that rational motives, knowledge,

and religiosity had a joint effect on the intention to save of the Rukoh community. Rational motive of knowledge and religiosity influence the intention to save in the Rukoh community in Banda Aceh City. The researcher's suggestion is that the bank continues to socialize with the public regarding the bank and community continues to increase their knowledge about the bank.

**Keywords:** Rational Motive, Knowledge, Religiosity, Interest in Saving

## PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang (*loan*), memberikan jasa pengiriman uang dan jasa lainnya yang tentunya tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Keberadaan lembaga perbankan di Indonesia sudah mengalami berbagai perkembangan, yang ditandai dengan munculnya perbankan yang menjalankan nilai-nilai syariah Islam (Sari, 2013). Hal ini diperkuat dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya". Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah tersebut telah menyebabkan bertambahnya jumlah bank syariah di Indonesia. Pertambahan jumlah bank tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan di antara bank syariah tersebut untuk memasarkan produk dan jasanya.

Salah satu bank yang menjalankan kegiatan berdasarkan Syariah Islam PT. Bank Aceh Syariah. Keberadaan PT. Bank Aceh Syariah bagi masyarakat Aceh telah memperlihatkan tingginya kepercayaan sebagian masyarakat terhadap jasa yang diberikan. Hal ini didukung berdasarkan data Laporan Tahunan PT. Bank Aceh Syariah 2021 yang akses melalui *situs bankaceh.go.id*, perkembangan dari jumlah simpanan di Bank Aceh dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1  
Jumlah Simpanan Nasabah di Bank Aceh Syariah (dalam Jutaan Rupiah)  
Periode 2017 – 2021

Simpanan Nasabah	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Giro	4.287.138	638.370	845.642	888.601	1.231.334
Tabungan	5.571.312	66.038	69.907	77.497	143.766
Deposito	4.293.268	642.326	866.442	912.611	1.333.344
Total	14.151.718	1.346.734	1.781.991	1.878.709	2.708.444

Sumber: *Laporan Tahunan Bank Aceh, 2022*

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah simpanan nasabah dari produk tabungan, giro dan deposito yang terbaik terjadi di tahun 2017 sampai dengan tahun 2021

*Machfirah: Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan, dan Religiusitas*

jumlah simpanan nasabah belum dapat menyaingi di tahun 2017. Terjadinya penurunan simpanan nasabah pada Bank Aceh tersebut mengindikasikan terjadinya penurunan minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aceh sebagai lembaga yang mengurus perbankannya.

Saat ini keberadaan kantor cabang pembantu Bank Aceh Syariah sudah tersebar di seluruh wilayah Aceh, termasuk di Kota Banda Aceh. Keberadaan kantor cabang pembantu Bank Aceh Syariah Darussalam ini juga telah membuat sebagian besar masyarakat sekitar, khususnya masyarakat Rukoh menjadikan diri bagian dari nasabah di Bank Aceh Syariah tersebut. Namun, dalam beberapa tahun terakhir yakni 2017 – 2021 angka jumlah menunjukkan cenderung mengalami dinamika peningkatan. Berdasarkan pengambilan data awal nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam, dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1  
Jumlah Nasabah aktif pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam  
Periode 2017-2021

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	54.882
2	2018	52.116
3	2019	50.221
4	2020	51.098
5	2021	53.100

Sumber: PT Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam, 2021

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat jumlah nasabah pada tahun 2017 sebanyak 54.882 nasabah, terjadi penurunan pada tahun 2018 menjadi 52.116 (11,45%). Selanjutnya terjadi penurunan jumlah nasabah pada tahun 2019 menjadi 50.221 (3,63%). Namun, sejak tahun 2020 – 2021 angka nasabah kembali naik bahkan hingga saat ini sudah mencapai 53.100 orang. Adanya dinamika dan berfluktuatif dalam perkembangan jumlah nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam tentu memperlihatkan minat masyarakat untuk memutuskan pihannya, baik untuk tetap menjadi nasabah atau tidak.

Minat masyarakat merupakan rasa lebih suka dan rasa keterkaitan masyarakat pada suatu hal atau aktivitas yang terdapat pada sebuah lembaga perbankan tanpa ada yang menyuruh. Minat masyarakat merupakan penerimaan nasabah akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang (Djaali,

2012). Minat masyarakat untuk menjadi bagian dari Bank Aceh Syariah tentu dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk faktor motif rasional, pengetahuan, dan religiusitas.

Motif rasional merupakan suatu dorongan untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut, dan layak (Sangadji dan Sopiah, 2012). Untuk mengujur motif rasional menurut Dipyantoro dkk (2013) terdapat beberapa indikator yakni harga, kualitas, pelayanan dan lokasi. Adanya pengaruh motif terhadap terhadap minat menabung didukung oleh penelitian Mirandhawati (2020) menyebutkan motif sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Sedangkan pengetahuan adalah informasi yang diperoleh dari berbagai media masa, seperti iklan, pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan nasabah adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai nasabah (Yuniarti, 2015). Seorang nasabah dikatakan memiliki pengetahuan tentang bank, apabila dapat memiliki indikator tahu, memahami, mengaplikasikan dan menganalisis pengetahuan tersebut (Notoatmodjo, 2012). Adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah, sudah dibuktikan dengan beberapa kajian sebelumnya, seperti penelitian Sari (2019) yang menyebutkan bahwa masyarakat yang memiliki kurang pengetahuan terhadap bank syariah, akan lebih memilih bank konvensional daripada bank Syariah. Hasil yang sama juga ditunjukkan penelitian Wahyuni (2017) yang menyebutkan bahwa ada pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah dikalangan masyarakat. Hal ini berbeda dengan penelitian Purwanto (2016) yang menyatakan variabel pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Selain faktor motif rasional dan pengetahuan faktor religiusitas juga menjadi pendorong minat nasabah untuk menjadi bagian dari Bank Syariah, termasuk Bank Aceh Syariah. Jalaluddin (2012:89) mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Indikator religiusitas itu sendiri mencakup aspek keyakinan atau ideologis, praktik agama atau ritualistik, pengalaman atau eksperiensial, pengetahuan agama atau intelektual dan konsekuensi (pengamalan) (Jalaluddin, 2012). Adanya pengaruh religiusitas terhadap minat nasabah juga didukung oleh kajian Mujaddid dan Nugroho (2019) yang menyebutkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh signifikansi terhadap minat menabung nasabah. Penelitian Saodin (2018) juga menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah. Sementara itu penelitian Zulfahri (2019) menyebutkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah.

Penelitian ini sendiri mengambil subjek masyarakat Desa Rukoh Kota Banda Aceh, pemilihan lokasi ini dimana masyarakatnya secara lokasi memiliki kedekatan dengan bank syariah seperti Bank Syariah Indonesia dan Bank Aceh Syariah. Namun,

sebagian masyarakat tetap memilih Bank Aceh Syariah, hal inilah yang membuat peneliti ingin mengkaji minat masyarakat tersebut dari faktor motif rasional, pengetahuan dan religiusitas.

## **LANDASAN TEORI**

Menurut Asnawi (2015), minat merupakan kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Selanjutnya Asnawi menambahkan bahwa minat adalah satu keadaan motivasi, atau suatu motivasi yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Selanjutnya, menurut Muslimin (2013) menjelaskan bahwa minat adalah suatu keadaan di mana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat nasabah merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi.

Menurut John Holland dalam Djaali (2014), bahwa minat dibagi dalam enam jenis, yaitu *realities*, *investigative*, *artistik*, *sosial*, *enter prising*, dan *konvensional*. Berikut penjelasan masing-masing jenis minat.

- a. *Realistis*; orang realistis umumnya mapan, kasar, praktis, berfisik kuat, dan sering sangat atletis, memiliki koordinasi otot yang baik dan terampil. Akan tetapi ia kurang mampu menggunakan medium komunikasi verbal dan kurang memiliki keterampilan berkomunikasi dengan orang lain.
- b. *Investigatif*; orang investigatif termasuk orang yang berorientasi keilmuan. Mereka umumnya berorientasi pada tugas, introspektif, dan asosial, lebih menyukai memikirkan sesuatu dari pada melaksanakannya, memiliki dorongan kuat untuk memahami alam, menyukai tugas-tugas yang tidak pasti suka bekerja sendirian, kurang pemahaman dalam kepemimpinan akademik dan intelektualnya, menyatakan diri sendiri sebagai analisis, selalu ingin tahu, bebas dan bersyarat, dan kurang menyukai pekerjaan yang berulang.
- c. *Artistik*; orang artistik menyukai hal-hal yang tidak terstruktur, bebas, memiliki kesempatan bereaksi, membutuhkan suasana yang dapat mengekspresikan sesuatu secara individual, sangat kreatif dalam bidang seni.
- d. *Sosial*; tipe ini data bertanggung jawab, berkemanusiaan, dan sering alim, suka bekerja dalam kelompok, senang menjadi pusat perhatian kelompok, memiliki kemampuan verbal, keterampilan bergaul, menghindari pemecahan masalah secara intelektual, suka memecahkan masalah yang ada kaitannya dengan perasaan, menyukai kegiatan menginformasi, melatih dan mengajar.
- e. *Enter Prising*; tipe ini cenderung menguasai atau memimpin orang lain, memiliki keterampilan verbal untuk berdagang, memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan organisasi, agresif, percaya diri dan umumnya sangat aktif.

- f. *Konvensional*; orang konvensional menyukai lingkungan yang sangat tertib, menyenangi komunikasi verbal, senang kegiatan yang berhubungan dengan angka, sangat efektif menyelesaikan tugas yang berstruktur tapi patuh, praktis, senang, efisien, mereka mengidentifikasi dengan kekuasaan dan materi.

Berdasarkan pendapat ini maka minat intrinsik dapat timbul karena pengaruh sikap, persepsi, prestasi belajar, bakat, jenis kelamin dan termasuk juga harapan bekerja. Sedangkan minat ekstrinsik dapat timbul karena pengaruh latar belakang status sosial ekonomi orang tua, minat orang tua, informasi, lingkungan dan sebagainya. Menurut Safari dalam Hajjah (2015), ada beberapa indikator minat dapat berupa perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan. Menurut Slameto (2010) beberapa indikator minat belajar meliputi: perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan. (a) Perasaan senang. Perasaan senang adalah perasaan mometan dan intensional, intensional adalah reaksi dari perasaan yang diberikan terhadap sesuatu dan hal-hal tertentu. Perasaan di sini terbagi dua, yaitu perasaan senang dan perasaan tidak senang sehingga akan timbul sebuah sikap. Seorang nasabah yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap menabung di bank, maka ia akan menerima pelaksanaan kembali kegiatan pemilihan menabung tersebut. Kemudian tidak merasa terpaksa dalam membuka tabungan dan tidak merasakan bosan tentang hal yang dilakukannya. (b) Ketertarikan. Ketertarikan bidang ilmu muncul mungkin karena sifat objek yang membuat menarik atau karena ada perasaan senang terhadap objek atau pelajaran tersebut. Nasabah yang memiliki ketertarikan dalam pemilihan tabungan bank Aceh, akan berusaha mencari informasi tentang tabungan tersebut. (c) Perhatian. Perhatian sangatlah penting dalam mengikuti kegiatan dengan baik, dan hal ini akan berpengaruh pula terhadap minat nasabah. Perhatian adalah keaktifan peningkatan kesadaran seluruh fungsi jiwa yang dikerahkan dalam pemusatannya kepada barang sesuatu baik yang ada di dalam maupun yang ada di luar individu. Perhatian adalah pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertentu dari suatu obyek, atau pendayagunaan kesadaran untuk menyertai suatu aktivitas. Aktivitas yang disertai dengan perhatian intensif akan lebih sukses dan prestasinya pun akan lebih tinggi. Oleh karena itu nasabah yang mempunyai perhatian terhadap suatu kajian ilmu, cenderung akan berusaha keras untuk memperoleh nilai yang bagus, memberikan perhatian lebih, memiliki konsentrasi dalam belajar dan mengikuti kegiatan perkuliahan dengan baik serta mengerjakan tugas-tugas yang diberikan. (d) Keterlibatan. Minat nasabah terhadap pelaksanaan investasi kendaraan tidak terlepas dari ketertarikan nasabah terhadap kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan perbankan tersebut. Nasabah yang memiliki ketertarikan terhadap kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan bidang tabungan cenderung akan ikut terlibat aktif dalam kegiatan yang dilakukan oleh pihak bank.

Motif rasional adalah suatu dorongan untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut, dan layak (Sangadji dan Sopiah, 2012). Setiadi mengatakan bahwa motif yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan

memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Kecenderungan yang akan dirasakan oleh nasabah terhadap produk tersebut sangat puas (Setiadi, 2014).

Banyak indikator yang dapat digunakan untuk mengukur motif konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Wahyuni (2008) menyatakan bahwa indikator dari motif konsumen pada produk otomotif dapat diukur berdasarkan:

1. Merek Yang Dikenal dan Terpercaya Normalnya  
Konsumen akan memilih dan membeli produk ataupun jasa yang dimana merek dari produk tersebut sudah banyak dikenal dan dipercaya oleh kalangan masyarakat umum lainnya.
2. Kualitas dan Spesifikasi Yang Bagus  
Konsumen tidak mau merasa dirugikan dalam pembelian suatu produk/jasa, yang pasti dipandang oleh konsumen setelah merek adalah bagaimana kualitas dan spesifikasi yang ditawarkan dari produk tersebut.
3. Harga Yang Terjangkau dan Sesuai Penetapan  
Harga yang diberikan oleh suatu merek pada sebuah produk harus diukur melalui layak atau tidaknya harga tersebut dengan kualitas yang diberikan dan menyesuaikan dengan pendapatan masyarakat pada umumnya, karena jika asal dalam menetapkan harga namun kualitas yang diberikan buruk dan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak mempercayai merek tersebut, hasilnya keputusan pembelian pada produk dapat menurun.
4. Pelayanan Yang Baik dan Ramah  
Pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen akan menjadi nilai tambah bagi suatu merek. Hal ini akan sangat mempengaruhi seorang konsumen dalam memutuskan pembelian terhadap produk dari merek tersebut.

Pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil dari tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari mausia untuk tahu (Bakhtiar, 2014). Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang ada dalam pikiran seseorang setelah dilakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia yakni: penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan manusia sebagian besar diperoleh melalui mata dan telinga (Mukhlis dan Miskarina, 2016). Pengetahuan nasabah merupakan semua informasi yang dimiliki oleh nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah (Sumarwan, 2015).

Menurut Notoatmodjo (2012) menyebutkan bahwa indikator pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif menurut Notoatmodjo (2012) mempunyai 6 tingkatan, yaitu:

1. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat kembali (*recall*) suatu materi yang telah dipelajari dan diterima dari sebelumnya. Tahu merupakan tingkatan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang telah dipelajari antara lain mampu menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan suatu materi secara benar.

2. Memahami (*comprehension*)

Memahami merupakan suatu kemampuan untuk menjelaskan dan menginterpretasikan materi yang diketahui secara benar. Orang yang telah paham terhadap suatu materi ataupun suatu objek harus dapat menyebutkan, menjelaskan, menyimpulkan, dan sebagainya. Sehingga dikategorikan faham.

3. Aplikasi (*application*)

Aplikasi merupakan kemampuan seseorang yang telah memahami suatu materi atau objek dapat menggunakan atau mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi atau kondisi yang sebenarnya. Aplikasi disini dapat diartikan sebagai aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip, dan sebagainya dalam konteks atau pada situasi yang lain.

4. Analisis (*analysis*)

Analisis merupakan suatu kemampuan seseorang untuk menjabarkan materi atau objek tertentu ke dalam komponen-komponen yang terdapat dalam suatu masalah dan berkaitan satu sama lain. Pengetahuan seseorang sudah sampai pada tingkat analisis, apabila orang tersebut telah dapat membedakan, memisahkan, mengelompokkan dan membuat diagram (bagan) terhadap pengetahuan atas objek tertentu.

5. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis merupakan suatu kemampuan seseorang untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian suatu objek tertentu ke dalam bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang telah ada.

6. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi merupakan suatu kemampuan seseorang untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek tertentu. Penilaian itu didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri, atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

Jalaluddin (2012) mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Religiusitas merupakan perilaku yang bersumber

langsung atau tidak langsung. Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa religiusitas adalah suatu gambaran keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya bertingkah laku (baik tingkah laku yang tampak maupun tak tampak), bersikap, dan bertindak sesuai dengan ajaran-ajaran agama yang dianutnya.

Menurut Jalaluddin (2012) menyebutkan bahwa religiusitas adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, semua itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi. Selanjutnya, indikator dimensi religiusitas terdapat lima indikator, yaitu:

1. Keyakinan atau Ideologis

Keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut oleh seseorang, makna yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi indikator keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama. Dengan sendirinya indikator keyakinan ini menuntut dilakukannya praktek-praktek peribadatan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2. Praktik Agama atau Ritualistik

Indikator praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam indikator ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari indikator ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritual-ritual yang berkaitan dengan agama. Indikator praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

3. Pengalaman atau Eksperiensial

Indikator pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

4. Pengetahuan Agama atau Intelektual

Indikator pengetahuan agama adalah indikator yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi. Indikator ini dalam Islam meliputi pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

5. Konsekuensi (pengamalan)

Indikator yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya. Esensi Islam adalah tauhid atau pengesaan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah sebagai Yang Maha Esa, penciptaan yang mutlak dan transenden, penguasa segala yang ada. Disamping tauhid atau akidah, dalam Islam juga ada syariah dan akhlak. Pada dasarnya Islam dibagi menjadi tiga bagian, yaitu akidah, syariah, dan akhlak, di mana tiga bagian tadi satu sama lain saling berhubungan.

## **PENELITIAN TERKAIT**

Penelitian terdahulu merupakan suatu kajian yang menguraikan hubungan antar variabel penelitian berdasarkan pendapat dan hasil penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu berguna untuk mengetahui bagaimana metode penelitian dan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain.

Penelitian Muzammil (2021) berjudul "*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC. Madiun dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)*". Objek penelitian ini pengaruh pengetahuan dan religiusitas minat. Subjek penelitian sebanyak 98 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan, religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Sedangkan pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC. Madiun.

Penelitian Abrori (2020) berjudul "*Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Kabupaten Sukoharjo di Bank Syariah*". Objek penelitian ini pengaruh pengetahuan, fasilitas dan religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial Kabupaten Sukoharjo di Bank Syariah. Subjek terdiri dari 100 nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Regresi Linier Berganda. Variabel yang digunakan pengetahuan, fasilitas, religiusitas dan minat menabung. Hasil penelitian pengetahuan dan religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial Kabupaten Sukoharjo di bank Syariah. Sedangkan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi milenial Kabupaten Sukoharjo di bank Syariah.

Penelitian Haryono (2020) berjudul "*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi)*". Objek penelitian ini pengaruh faktor Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap minat menabung pada Masyarakat Kota Jambi di perbankan syariah. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini berjumlah 100 orang. Hasil penelitian

*Machfirah: Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan, dan Religiusitas*

menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan di uji secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Kota Jambi untuk menabung di bank syariah.

Astuti (2020) berjudul "*Pengaruh Pengetahuan dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh)*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan maupun secara parsial variabel pengetahuan dan reputasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (mahasiswa) menggunakan bank syariah. Penelitian Hartini (2019) berjudul "*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren di Aceh Besar)*". Hasil penelitian menyebutkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah, Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah, Pengetahuan dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah.

Penelitian Hakim (2020) berjudul "*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019)*". Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah. Penelitian Rudi (2021) berjudul "*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi)*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan atau trust masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Secara uji simultan ketika variabel Pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan di uji secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat Kota Jambi untuk menabung di bank syariah.

Penelitian Nugroho, dkk (2019) berjudul "*Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah*". Objek penelitian ini ialah faktor-faktor yang mempengaruhi pelajar SMK perbankan syariah berminat menabung di bank syariah. Subjek penelitian pelajar berjumlah 72 responden. Data dianalisis dengan uji regresi linear berganda. Variabel yang digunakan terdiri dari pengetahuan, reputasi, lingkungan, religiusitas dan minat menabung. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Reputasi dan variabel Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung pelajar di bank Syariah.

Penelitian Rahmanto (2016) berjudul "*Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang Untuk Menabung di Bank Syariah*". Objek penelitian ini pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Prmosi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah. Subjek penelitian 98 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel religiusitas, variabel kualitas pelayanan,

dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Kemudian variabel religiusitas, kualitas pelayanan, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yaitu suatu penyelidikan yang baik dan teratur dan terus-menerus dapat memecahkan suatu masalah (Nazir, 2014). Penelitian ini tergolong pada kategori penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel pada dasarnya dilakukan secara random (acak), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016). Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkat (*skorsing*) (Sugiyono, 2016).

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2014: 55) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Kajian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif karena untuk menganalisis tentang pengaruh motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah. Peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan menggunakan program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, dan juga program statistik SPSS versi 26.

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang dijadikan objek penelitian, dengan demikian pengumpulan data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian ekonomi yang digunakan untuk mengambil keputusan (Muhammad, 2008). Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui data dari hasil kuesioner/angket yang dibagikan langsung kepada nasabah Bank Aceh Syariah.

Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan menggunakan cara kuisisioner/angket. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang baik bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu juga, kuisisioner cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui internet (Sugiyono, 2016).

Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat Analisis regresi berganda mempunyai kaedah yang sama seperti analisis regresi sederhana (Danang, 2013). Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh motif rasional, pengetahuan dan religiusitas terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 62 orang (62%) hal ini dikarenakan selama penelitian peneliti banyak menjumpai kalangan laki-laki yang menggunakan produk-produk Bank Aceh Syariah, khususnya cabang Darussalam. Kemudian jumlah responden laki-laki sebanyak 38 orang (38%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Rukoh yang menjadi sampel ialah adalah perempuan.

Tabel karakteristik responden berdasarkan usia dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden pada kelompok usia 21 – 40 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 76 orang (76%). Hal ini dikarenakan rata-rata responden yang peneliti jumpai kalangan mahasiswa dan pedagang kaki lima yang berusia antara 21 – 40 tahun, dan sebagian lainnya berprofesi mulai dari PNS, pedagang Pasar Rukoh dan kepala keluarga. Kemudian diikuti oleh kelompok usia 41-50 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 11 orang (11%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Rukoh yang menjadi sampel adalah dari kelompok usia 21 - 30 Tahun.

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut pekerjaan dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai wirausaha dengan jumlah responden 34 orang (34%). Hal ini dikarenakan rata-rata responden yang peneliti jumpai kalangan pedagang kaki lima dan mahasiswa. Kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai buruh dengan jumlah responden 22 orang (22%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar sampel penelitian adalah PNS dan petani yang tidak tersebut dalam kuesioner penelitian ini.

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut pengalaman dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang mempunyai pengalaman menabung 4 tahun dengan jumlah responden 48 orang (48%). Hal ini dikarenakan responden yang peneliti jumpai sudah menjadi masyarakat tetap Gampong Rukoh sejak tahun 2017 hingga saat ini. Kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai pengalaman menabung selama 3 tahun dengan jumlah responden 29 orang (29%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah yang

menjadi sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai pengalaman menggunakan jasa PT. Bank Aceh Syariah 3 – 4 tahun.

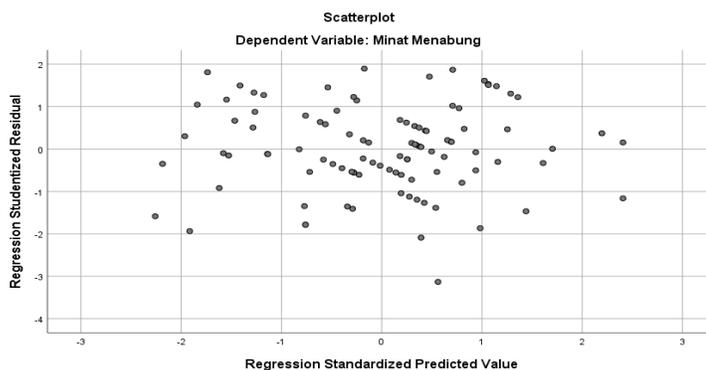
Berdasarkan tabel hasil uji validitas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya dinyatakan valid, karena mempunyai koefisien korelasi di atas dari nilai kritis korelasi yaitu sebesar 0,321 sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

Hasil perhitungan uji reabilitas dengan menggunakan software SPSS dapat dilihat pada *Cronbach's Alpha*. Data dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

Berdasarkan tabel normalitas output SPSS, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas ini, dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Tolerance dan VIF. Berdasarkan tabel output "*Coefficients*" pada bagian "*Collinearity Statistics*" diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel ( $X_1$ ) sebesar 0,654 dan variabel ( $X_2$ ) sebesar 0,676 dan variable ( $X_3$ ) sebesar 0,556 lebih besar dari 0,10. Sementara, nilai VIF untuk variabel ( $X_1$ ) sebesar 1,530 variabel ( $X_2$ ) sebesar 1.480 dan variable ( $X_3$ ) sebesar 1,798 lebih kecil dari 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas dalam model regresi.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar hasil uji SPSS di bawah ini:



Gambar. 1 *Scatterplot* Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas kita bisa melihat hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* telah memenuhi syarat heteroskedastisitas karena pada grafik *scatterplot* diatas titik-titiknya tidak membentuk pola tertentu dan tidak teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas atau bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel "*Unstandardized Coefficients B*" memberikan informasi tentang persamaan regresi yaitu seberapa besar variabel motif rasional ( $X_1$ ) pengetahuan ( $X_2$ ) dan variabel

religiusitas ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat menabung ( $Y$ ). Adapun rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,784 + 0,297 (X_1) + 0,124 (X_2) + 0,249 (X_3) + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Koefisien regresi  $X_1$ , yang diperoleh dari nilai ( $b_1$ ) yaitu sebesar 0,297 atau 29,7% atau 1% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel motif rasional mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat minat sebesar 0,297.
2. Koefisien regresi  $X_2$ , yang diperoleh dari nilai ( $b_2$ ) yaitu sebesar 0,124 atau 12,4% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel pengetahuan mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat tingkat minat sebesar 0,124.
3. Koefisien regresi  $X_3$ , yang diperoleh dari nilai ( $b_3$ ) yaitu sebesar 0,249 atau 24,9% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel religiusitas mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat tingkat minat sebesar 0,249.

Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  maka dapat dilakukan kaidah pengujiannya dengan nilai  $t_{tabel}$ ,  $\alpha = 0,05$  dan  $n = 100$ , uji satu pihak  $dk = n - k - 1 / dk = 100 - 4 - 1 = 95$ , sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel} = 1,661$  dan hasilnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Motif Rasional ( $X_1$ )

Nilai  $t_{hitung}$  variabel motif rasional ( $X_1$ ) sebesar 3,531 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,661 menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,531 > 1,661$ ), dengan nilai signifikan ( $0,001 < 0,05$ ) sehingga dapat diartikan bahwa variabel motif rasional ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat ( $Y$ ).

2. Pengetahuan ( $X_2$ )

Nilai  $t_{hitung}$  variabel pengetahuan ( $X_2$ ) sebesar 2,567 dengan nilai  $t_{tabel}$  menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $2,567 < 1,661$ ), dengan nilai signifikan ( $0,199 > 0,05$ ) sehingga dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan ( $X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat ( $Y$ ).

3. Religiusitas ( $X_3$ )

Nilai  $t_{hitung}$  variabel religiusitas ( $X_3$ ) sebesar 1,626 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,660 menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $3,376 < 1,660$ ), dengan nilai signifikan ( $0,107 > 0,05$ ) sehingga dapat diartikan bahwa variabel religiusitas ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat ( $Y$ ).

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar atau  $F_{hitung} 33,099 > 3,94$  dan probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motif rasional ( $X_1$ ) pengetahuan ( $X_2$ ) dan variabel religiusitas ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat

masyarakat menabung (Y). Dengan demikian, maka persyaratan agar kita dapat memaknai nilai koefisien determinasi dalam analisis regresi linear berganda sudah terpenuhi.

Berdasarkan tabel output SPSS "Model Summary" diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,508. Nilai R Square 0,508 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu  $0,713 \times 0,713 = 0,508$ . Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,508 atau sama dengan 50,8%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel motif rasional ( $X_1$ ), pengetahuan ( $X_2$ ) dan variabel religiusitas ( $X_3$ ) sebesar 48,9% mempengaruhi variabel minat menabung masyarakat. Sedangkan sisanya ( $100\% - 50,8\% = 49,2\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti, seperti kualitas pelayanan, produk, promosi dan sebagainya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Aceh Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel motif rasional ( $X_1$ ), berdasarkan uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan variable motif rasional berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat Rukoh pada Bank Aceh Syariah.
- 2) Variabel pengetahuan ( $X_2$ ), berdasarkan uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan variable pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat Rukoh pada Bank Aceh Syariah.
- 3) Variabel religiusitas ( $X_3$ ), berdasarkan uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan variable religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat Rukoh pada Bank Aceh Syariah.
- 4) Variabel motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berdasarkan uji yang telah dilakukan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Rukoh pada Bank Aceh Syariah.

## **REFERENSI**

- Asnawi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Suka Yogyakarta.
- Bakhtiar, A. (2014). *Filsafat Ilmu: Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dipyantoro, Nirwan R dan Ade R. (2013). Pengaruh Motif Rational terhadap Keputusan Pembelian Steak (Studi Kasus di Waroeng Steak and Shake. Jalan Amgkatan 66 *Machfirah: Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan, dan Religiusitas*

- No. 426 Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, Vol. 3. No. 2.
- Djaali. (2014). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Jalaluddin. (2012). *Psikologi Agama* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mukhlis dan Miskarina. (2016). Pengetahuan Masyarakat Umum Dan Masyarakat Santri Terhadap Bank Syariah. *Journal Of Economic Management & Business*. Vol,17. No,1. 2016.
- Muksal, M., Furqani, H., & Mustika, R. J. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah. *EKOBIS SYARIAH*, 7(1), 26-33.
- Muksal, M., Ayumiati, A., & Yuliadra, T. F. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Asuransi Syariah. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(2), 148-160.
- Fariza, C., Ayumiati, A., & Muksal, M. (2023). PENGARUH PEMBIAYAAN MURABAHAH TERHADAP RETURN ON ASSET (ROA) PADA PT. BANK ACEH SYARIAH. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 5(1), 39-50.
- Notoatmodjo S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Slameto. (2011). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&R*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni. (2008). Pengaruh Motivasi, Presepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Surabaya. *Jurna Manajemen dan Kewirausahaan Vol 10 Nomor 1*.
- Sari, & dkk. (2019). Pengaruh Latar Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Rejang Lebong. *Skripsi*. IAIN Curup.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2012). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Peter, J. P. D. & Olson, J. C. (2009). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, edisi kesembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Muslimin, Imam. (2013). *Pemimpin Perubahan*. Malang: UIN Maliki Press.