

**ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS, KELOMPOK
REFERENSI, DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA
NASABAH BANK MEGA SYARIAH CABANG ISKANDAR
MUDA, MEDAN)**

SKRIPSI

**OLEH:
ATHIFAH ZALFA LESMANA
188320265**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/9/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)26/9/22

**ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS, KELOMPOK
REFERENSI, DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA
NASABAH BANK MEGA SYARIAH CABANG ISKANDAR
MUDA, MEDAN)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Di Universitas Medan Area

OLEH:

**ATHIFAH ZALFA LESMANA
NPM: 188320265**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/9/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)26/9/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan)

Nama : **ATHIFAH ZALFA LESMANA**

NPM : 188320265

Program Studi : Manajemen


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing

(Dr. Syafrida Hafni Sahir, SE., M.Si)

Pembimbing

Mengetahui :


(Ahmad Rafiq, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)
Dekan


(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 29 Juni 2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 29 Juni 2022



ATHIFAH ZALFA LESMANA

NPM: 18 832 0265

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ATHIFAH ZALFA LESMANA
NPM : 188320265
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan)** dengan Hak Bebas Royalti format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal: 29 Juni 2022,
Yang menyatakan



ATHIFAH ZALFA LESMANA
NPM. 18 832 0265

RIWAYAT HIDUP

Peneliti lahir di Bireuen Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), pada tanggal 28 Desember 2000 dari ayah Dhonny Lesmana dan ibu Yusmita Dewi.

Peneliti merupakan anak kedua dari tiga bersaudara.

Tahun 2018, peneliti lulus dari SMA Harapan 1 Medan dan pada tahun 2018 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area.

Saya yang bertanda tangan

Medan, 29 Juni 2022



ATHIFAH ZALFA LESMANA

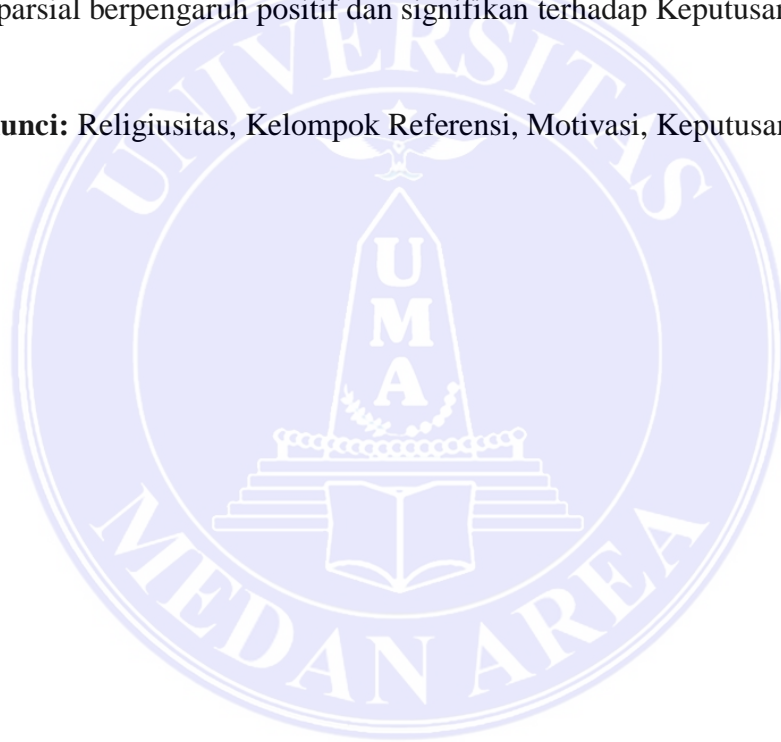
NPM. 18 832 0265



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory survey*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah primer, data diperoleh secara langsung dari responden. Dan instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan *software SPSS(Statistical Package for Social Sciences) 24 for Windows*. Dalam pengambilan sampel digunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 70 nasabah Bank Mega Syariah. Berdasarkan hasil analisis didapatkan bahwa Religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung, Kelompok Referensi secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Menabung, dan Motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung.

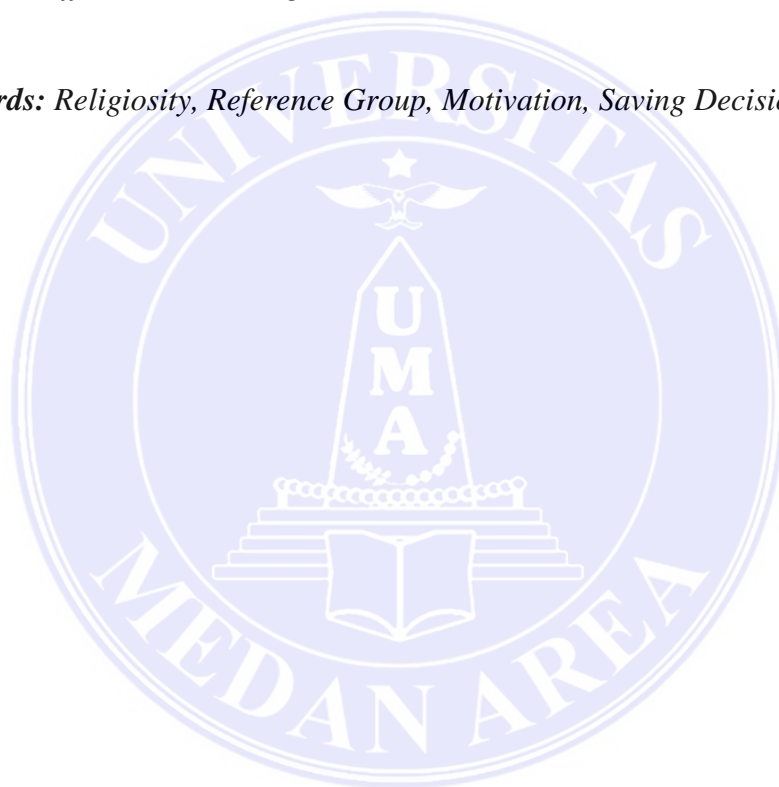
Kata kunci: Religiusitas, Kelompok Referensi, Motivasi, Keputusan Menabung.



ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the impact of religiosity, reference groups, and motivation on saving decisions at the Bank Mega Syariah Iskandar Muda Branch in Medan. The research method employed is quantitative, with an explanatory survey approach. The data is obtained directly from the respondents using a primary data collection technique and a questionnaire was used as the research instrument. The data analysis technique used is multiple linear regression which is processed by using SPSS 24. The sampling method used was accidental sampling with a total of 70 Bank Mega Syariah customers. Based on the results of the analyses, religiosity had partially positive and significant effect on the Saving Decision, the Reference Group had no and insignificant effect partially on the Saving Decision, and Motivation had partially positive and significant effect on the Saving Decision.

Keywords: *Religiosity, Reference Group, Motivation, Saving Decision.*



KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Mega Syariah KC Iskandar Muda)”** yang merupakan salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Strata 1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Dhonny Lesmana dan Ibunda Yusmita Dewi yang selalu memberikan kasih sayang, memberikan motivasi dan pengorbanan baik dari segi moril maupun materil serta segala dukungan, semangat dan doa yang selalu dipanjatkan untuk peneliti.
2. Bapak Prof. Dr Dadan Ramdan, M,Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons), MMgt, PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Sari Nuzullina R, SE, Ak, M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat Merangkap Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

5. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area serta selaku Dosen Sekretaris yang bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri seminar proposal serta seminar hasil dan memberikan masukan-masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
6. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
7. Ibu Rana Fathinah, SE, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Kerjasama dan Sistem Informasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
9. Ibu Dr. Syafrida Hafni Sahir selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan secara personal dan akademis untuk memperbaiki skripsi peneliti, dan nasehat serta dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
10. Bapak Hery Syahrial, SE, MSi selaku Pembanding/Penguji yang bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri seminar proposal serta seminar hasil dan memberikan masukan-masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
11. Ibu Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si, selaku Ketua Sidang yang bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri sidang dan memeriksa skripsi ini.

12. Teristimewa kepada mami, bunda-bunda, dan seluruh keluarga besar tercinta telah memberikan dukungan dan mendoakan dalam peneliti.
13. Teristimewa kepada kakak tersayang Nurenzia Wini Aurora Lesmana, S.Psi yang telah memberikan motivasi, saran, doa, dan segala bentuk dukungan yang diberikan secara moril dan materil untuk peneliti.
14. Teristimewa kepada adik tersayang Danish Alfathir Lesmana yang telah memberikan semangat dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Ibu Pinta Nailah Lubis, selaku Branch Manager Bank Mega Syariah KC Medan yang telah memberi izin dan kemudahan dalam proses penelitian.
16. Keluarga besar karyawan dan nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda Kota Medan yang telah membantu dengan ramah, memberikan kemudahan dan informasi yang diberikan kepada peneliti sehingga peneliti mendapatkan data untuk penelitian ini.
17. Sahabat-sahabat tersayang Dwi indi Febrianty, Desi Maretika, Rahmania Syafira, Delvi Melina Karnaen, Karina Hanna Afriaty, Kamila Zahra, Yaya Aulia Mananta, Selvy Chairunnisa, S.M, Deby Pratiwi, S.Psi dan Yufi Afrilia Nadillah, S.K.M yang telah memberikan segala bentuk dukungan kepada peneliti sehingga peneliti cepat menyelesaikan skripsi ini.
18. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada peneliti.
19. Seluruh Pegawai/Karyawan akademik yang telah membantu peneliti dalam proses penyelesaian berkas skripsi.

20. Seluruh teman-teman stambuk 2018 khususnya kelas A1 Pagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
21. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, for all this hard work, for having no days off, for never quitting. For myself Athifah Zalfa Lesmana thank you so much.*

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti ucapkan terima kasih dan berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang bersangkutan.

Medan, 20 Juni 2022

Peneliti



Athifah Zalfa Lesmana
NPM.188320265

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pengertian Keputusan Menabung.....	5
2.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menabung	6
2.1.2 Indikator Keputusan Menabung	7
2.2 Religiusitas	8
2.2.1 Pengertian Religiusitas.....	8
2.2.2 Dimensi Religiusitas	9
2.2.3 Indikator Religiusitas	10
2.3 Kelompok Referensi.....	10
2.3.1 Pengertian Kelompok Referensi	10
2.3.2 Jenis-Jenis Kelompok Referensi	11
2.3.3 Indikator Kelompok Referensi.....	13
2.4 Motivasi.....	13
2.4.1 Pengertian Motivasi	13
2.4.2 Jenis-Jenis Motivasi	14
2.4.3 Indikator Motivasi.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.6.1 Religiusitas dengan Keputusan Menabung	18
2.6.2 Kelompok Referensi dengan Keputusan Menabung.....	18
2.6.3 Motivasi dengan Keputusan Menabung.....	18
2.7 Kerangka Konseptual	19
2.8 Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis, Lokasi, & Waktu Penelitian	20
3.1.1 Jenis Penelitian.....	20
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	20
3.1.3 Waktu Penelitian	20
3.2 Populasi dan Sampel.....	21
3.2.1 Populasi	21

3.2.2	Sampel.....	21
3.3	Jenis dan Sumber Data	22
3.3.1	Jenis Data	22
3.3.2	Sumber Data.....	22
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	22
3.5	Skala Pengukuran Variabel	23
3.7	Instrumen Penelitian.....	24
3.7.1	Uji Validitas	25
3.7.2	Uji Reliabilitas	25
3.8	Uji Asumsi Klasik	25
3.8.1	Uji Normalitas.....	25
3.8.2	Uji Multikolinearitas	26
3.8.3	Uji Heteroskedastitas	26
3.9	Metode Analisis Data	27
3.9.1	Regresi Linier Berganda	27
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	29
4.1.1	Sejarah Bank Mega Syariah	29
4.1.2	Visi dan Misi Bank Mega Syariah	30
4.1.3	Struktur Organisasi Bank Mega Syariah.....	31
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
4.2.1	Uji Validitas	32
4.2.2	Uji Reliabilitas	33
4.3	Karakteristik Responden	33
4.4	Penyajian Data Variabel.....	35
4.4.1	Penyajian Data X_1 (Religiusitas).....	35
4.4.2	Penyajian Data X_2 (Kelompok Referensi)	36
4.4.4	Penyajian Data Y (Keputusan Menabung).....	40
4.5	Uji Asumsi Klasik	42
4.5.1	Uji Normalitas.....	42
4.5.2	Uji Multikolinearitas	43
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	44
4.6	Uji Hipotesis.....	44
4.6.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	44
4.6.2	Uji Parsial (Uji t).....	45
4.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.8	Pembahasan	47
4.8.1	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung ...	47
4.8.2	Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Menabung.....	47
4.8.3	Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Menabung	47
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51	



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Bank BUMN Syariah dan Bank Swasta Syariah di Indonesia.....	1
Tabel 1.2 Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Jadwal Waktu Penelitian.....	21
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	23
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Likert.....	24
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	34
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	34
Tabel 4.7 Penyajian Data Variabel X_1 (Religiusitas).....	35
Tabel 4.8 Penyajian Data Variabel X_2 (Kelompok Referensi)	36
Tabel 4.9 Penyajian Data Variabel X_3 (Motivasi)	39
Tabel 4.10 Penyajian Data Variabel Y (Keputusan Menabung).....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linier	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial(t)	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 2 Struktur Organisasi Bank Mega Syariah	31
Gambar 3 Histogram	42
Gambar 4 Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	43
Gambar 5 Grafik Scatterplot	44



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	61
Lampiran 3 Output Hasil Uji Statistika.....	73
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	75
Lampiran 5 Surat Balasan Izin Penelitian.....	76



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri keuangan Syariah merupakan salah satu unsur penting dalam pelaksanaan pembangunan perekonomian saat ini. Jika dilihat dari perkembangannya, bank Syariah memiliki potensial *market* di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penduduk yang beragama Islam yaitu 239 juta jiwa The Royal Islamic Strategic Studies Centre (2021). Dalam prakteknya bank Syariah tidak menimbulkan resistensi bagi masyarakat non Muslim sehingga nasabah dari kalangan non muslim juga tidak sedikit menggunakan jasa bank Syariah Prasetya (2017).

Saat ini bank BUMN dan bank swasta di Indonesia menjalankan 2 operasional secara konvensional dan mengikut aturan Syariah agama Islam.

Tabel 1.1

Bank BUMN Syariah dan Bank Swasta Syariah di Indonesia

No	Jenis Bank	BK	BS
1	BUMN	Mandiri	√
2		BRI	√
3		BNI	√
4		BSI	√
5		BTN	√
6	Swasta	Bca	√
7		MEGA	√
8		CIMB Niaga	√
9		PERMATA	√

Sumber: (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019), data diolah.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa Bank Syariah sudah menjadi bagian kehidupan perekonomian masyarakat di Indonesia. Bank Mega sudah melaksanakan operasional sebagai bank Syariah sejak tahun 2004 (Nofinawati, 2016).

Pada Bank Syariah dan Bank konvensional pada umumnya, ada beberapa hal memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer teknologi komputer yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan dan lain sebagainya Saputri (2021). Perbedaan mendasar di antara keduanya yaitu dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
1. Melakukan investasi - investasi yg halal saja.	1. Investasi yang halal dan haram .
2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa.	2. Memakai perangkat Bunga.
3. <i>Profit and Falah oriented.</i>	3. <i>Profit Oriented.</i>
4. Hubungan nasabah dalam bentuk kemitraan.	4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitur.
5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa dewan pengawas syariah.	5. Tidak terdapat dewan sejenis.

Sumber: Lembaga Keuangan Syariah (Afrianty et al., 2019).

Masyarakat non muslim tentu saja kurang memahami aturan syariah menurut agama Islam, namun Bank Mega Syariah memiliki keunggulan kompetitif seperti memberikan bagi hasil yang lebih besar kepada pemilik dana dibanding dengan bank konvensional sehingga tingginya minat nasabah muslim dan investor non muslim Arinta (2016). Hal ini dapat dilihat dari jumlah nasabah Non Muslim sebanyak 42% dari total nasabah Bank Mega Syariah adalah Etnis China Akbar & Ritonga (2013). Selain dari memiliki keunggulan kompetitif yang ditawarkan Bank Mega Syariah, diperkirakan nasabah mempelajari beberapa hal sebelum mengambil keputusan menabung di Bank Mega Syariah. Keputusan menabung berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi untuk menabung. Perilaku nasabah dalam mengambil keputusan menabung dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah persepsi dari kelompok referensi.

Menurut Anggelina (2020) kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku seseorang. Kelompok referensi memainkan peran penting dalam membuat keputusan menabung. Kelompok referensi termasuk teman, kolega, keluarga, dll. P. M. B. Utami (2009). Kelompok ini memiliki tingkat pemahaman terhadap aturan syariah yang lebih baik sehingga dikategorikan sebagai orang yang religius.

Religiusitas adalah tingkat pemikiran seseorang tentang agama dan tingkat kesetiaan terhadap agamanya, disertai dengan tingkat pengetahuan agama seseorang dengan memperhatikan aturan yang dilakukan. Kepatuhan terhadap

prinsip syariah menjadi alasan utama untuk tetap menggunakan produk Bank Syariah. Kepatuhan ini menumbuhkan motivasi bagi masyarakat dalam mengambil keputusan untuk memilih mitra perbankannya Zulfison et al (2020).

Motivasi berperan penting bagi nasabah untuk menentukan keputusan dalam menabung. Motivasi merupakan proses produksi kekuatan, arah, dan kegigihan oleh individu yang akan mencapai tujuan. Motivasi yang kuat mendorong nasabah untuk lebih banyak menggunakan produk perbankan Syariah Dilla (2019a).

Perilaku nasabah yang tidak multi etnis dan agama di Bank Mega Syariah dalam memutuskan untuk memilih mitra perbankannya menjadi hal yang sangat menarik untuk diteliti. Berbagai proses evaluasi dan memilih berbagai alternatif yang ada tentu saja bergantung pada manfaat yang diperoleh nasabah. Oleh karena itu peneliti merasa sangat perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan).”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank Mega Syariah?
2. Apakah kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank Mega Syariah?
3. Apakah motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung bank Mega Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh positif religiusitas terhadap keputusan menabung di bank Mega Syariah.
2. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh positif kelompok referensi terhadap keputusan menabung di bank Mega Syariah.
3. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh positif motivasi terhadap keputusan menabung di bank Mega Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Penulis

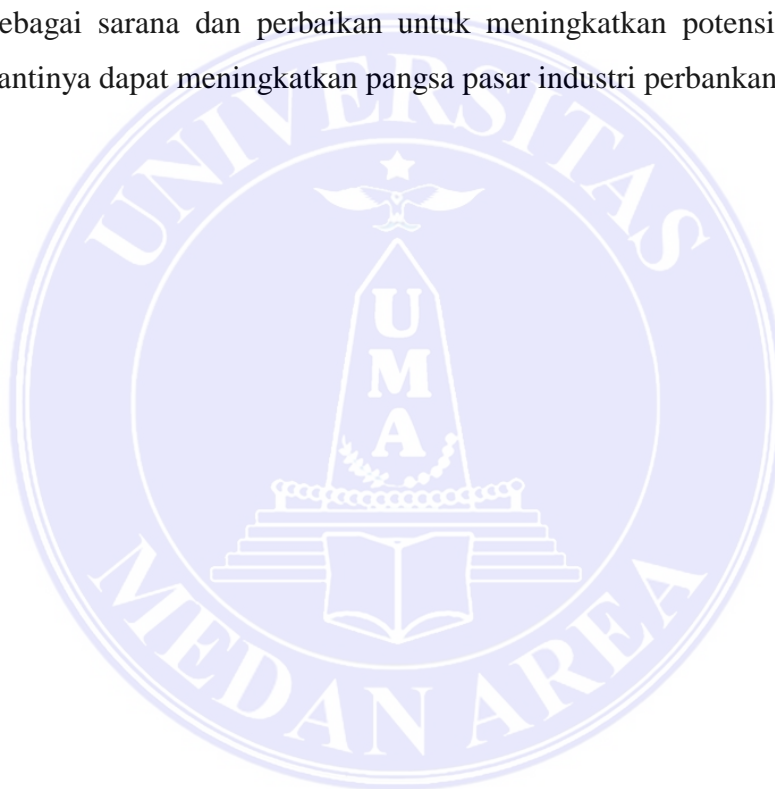
Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengembangan diri penulis/peneliti.

2. Bagi Pihak Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memperluas wawasan serta dapat menjadi penelitian selanjutnya terikat perbankan Syariah.

3. Bagi Pihak Bank Syariah

Sebagai sarana dan perbaikan untuk meningkatkan potensi nasabah agar nantinya dapat meningkatkan pangsa pasar industri perbankan Syariah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Syariah (Islam) dan tata caranya didasarkan pada ketentuan Al-Quran dan Hadis. Sehingga dalam mengambil keputusan menabung di bank tersebut, dapat dipengaruhi oleh pola pikir nasabah.

2.1 Pengertian Keputusan Menabung

Menurut buku Boediono dalam Puspitayani & Yuniawan (2015) keputusan adalah suatu pengakhiran dari pada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.

Menurut Kotler & Amstrong (2016) Keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Kotler & Amstrong (2016) juga menjelaskan yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan hingga perilaku setelah pembelian.

Menurut Ghoniyah & Ani (2013) Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Keputusan menabung adalah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah atau konsumen untuk menggunakan jasa bank Syariah Kotler et al (1999). Nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung akan melalui beberapa tahapan pengambilan keputusan. Tahapan tersebut terdiri dari, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau pengambilan keputusan, dan perilaku sesudah pembelian atau perilaku sesudah keputusan diambil Kotler et al (1999). Setelah memahami pengertian keputusan menabung berikutnya ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan menabung.

2.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menabung

Menurut Kotler & Amstrong (2016b), faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan menabung nasabah di Bank Syariah antara lain:

1. Kelompok referensi, dimana tergolong faktor Sosial, selain dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status
2. Religiusitas, dimana tergolong faktor Pribadi, selain dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
3. Motivasi, dimana tergolong ke dalam faktor Psikologis, selain dari persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian.
4. Peran budaya, dimana tergolong faktor Budaya, selain dari sub budaya dan kelas.

Sedangkan menurut Eagleton (1996) dalam faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, yaitu :

1. Hal-hal yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang emosional maupun yang rasional perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.
2. Setiap keputusan harus dapat dijadikan bahan untuk mencapai tujuan. Setiap keputusan jangan berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi harus lebih mementingkan kepentingan
3. Jarang sekali pilihan yang memuaskan, oleh karena itu buatlah alternatif-alternatif tandingan.
4. Pengambilan keputusan merupakan tindakan mental dari tindakan ini harus diubah menjadi tindakan fisik.
5. Pengambilan keputusan yang efektif membutuhkan waktu yang cukup lama.
6. Diperlukan pengambilan keputusan yang praktis untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
7. Setiap keputusan hendaknya dilembagakan agar diketahui keputusan itu benar.
8. Setiap keputusan merupakan tindakan permulaan dari serangkaian kegiatan mata rantai berikutnya.

2.1.2 Indikator Keputusan Menabung

Perilaku nasabah sesudah memutuskan untuk menabung di bank Syariah digunakan untuk mengukur keputusan nasabah. Mengukur keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank Syariah dengan menggunakan indikator Kotler et al (1999):

1. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian oleh konsumen diawali sejak pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal yaitu terjadi pada salah satu kebutuhan umum seseorang telah mencapai ambang batas tertentu dan mulai menjadi pendorong. Sedangkan rangsangan eksternal yaitu salah satu terjadi karena seseorang menonton iklan atau melihat produk baru milik tetangganya.

2. Pencarian Informasi

Setelah konsumen terangsang kebutuhannya maka konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Seseorang lebih peka terhadap informasi produk, selanjutnya orang mulai aktif mencari informasi, seperti bertanya kepada teman, mendatangi toko untuk mencari tahu atau membuka internet untuk membandingkan spesifikasi dan harga barang.

3. Keputusan Menabung atau Membeli

Suatu kasus dalam pembelian, konsumen bisa mengambil beberapa keputusan, baik dari segi merk, pemasok, waktu pelaksanaan dan metode pembayaran. Mengambil keputusan menabung diukur sesuai dengan perilaku nasabah atas keyakinan atau persepsi yang ada setelah memilih atau mengambil jasa yang akan digunakan serta apakah nasabah langsung menggunakan jasa tersebut atau tidak.

4. Perilaku Pasca Menabung

Setelah melakukan pembelian, konsumen akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Konsumen akan membandingkan produk yang telah dibeli dengan produk lainnya. Hal ini karena konsumen mengalami ketidakcocokan dengan fasilitas tertentu pada barang yang telah digunakan atau mendengar keunggulan tentang merek lain. Setelah

memahami keputusan menabung, pola pikir nasabah dalam mengambil keputusan dapat dipengaruhi oleh religiusitas

2.2 Religiusitas

2.2.1 Pengertian Religiusitas

Religiusitas adalah hubungan batin antara manusia dengan Tuhan yang dapat mempengaruhi kehidupannya. Hubungan batin antara manusia dengan Tuhan dalam kehidupan sehari-hari seperti menjalankan ibadah. Menurut Apriyandani et al (2017) religiusitas adalah potensi beragama atau berkeyakinan kepada tuhan dengan kata lain percaya adanya kekuatan diluar dirinya yang mengatur hidup dan kehidupan alam semesta. Pada tingkat religiusitas, bukan peraturan atau hukum yang bicara, akan tetapi keikhlasan, kesukarelaan, kepasrahan diri kepada Tuhan Tyanto (2018).

Tingkat religiusitas seseorang dapat ditentukan oleh tinggi rendahnya masing-masing aspek religius yang dimiliki oleh individu yang bersangkutan. Adapun ciri-ciri individu yang mempunyai tingkat religiusitas tinggi dapat dilihat dari tindakan, sikap dan perkataan serta seluruh jalan hidupnya mengikuti aturan-aturan yang diajarkan oleh agama Hasanah (2019).

Menurut Irfan (2018) menyebut religiusitas sebagai internalisasi nilai-nilai ajaran agama yang diyakini tidak mustahil dan tidak bertentangan dengan logika yang kemudian diekspresikan dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Lebih lanjut Irfan (2018) mengatakan religiusitas mencakup keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya berpikir, bersikap, bertindak laku, dan bertindak sesuai dengan ajaran agamanya.

Menurut Suganda (2018) religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

Dari kesimpulan teori di atas bahwa religiusitas adalah suatu internalisasi dari ajaran-ajaran agama yang dicerminkan dalam kehidupan sehari-hari dan akan berdampak pada perilaku sosial yang dilakukan oleh individu tersebut. Religiusitas atau nilai religius berfungsi memberikan orientasi, motivasi, dan membantu manusia untuk mengetahui, mengenal, dan memahami sesuatu yang

sakral. Setelah memahami pengertian religiusitas berikutnya ada faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas.

2.2.2 Dimensi Religiusitas

Menurut Andrianto & Dr.M.Anang Firmansyah (2019) terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu :

1. *Religious Belief*, yaitu kepercayaan seseorang terhadap agama yang dianutnya dalam hal kepercayaan pada Tuhan, malaikat, surga, dan neraka. Dimensi ini merupakan gambaran seseorang dalam hal keyakinan dan kepercayaannya terhadap agama yang dianut. Seseorang juga harus berpegang teguh pada agama yang dianutnya.
2. *Religious Practice*, merupakan dimensi religiusitas pada seseorang dalam hal menjalankan kewajiban agama seperti shalat, puasa, ibadah haji, dan perintah lainnya. Dimensi ini untuk mengetahui komitmen seseorang dalam beragama. Seseorang yang taat menjalankan kewajiban agama maka dapat memperkokoh keimanannya.
3. *Religious Feeling*, merupakan suatu dimensi yang melibatkan perasaan seseorang dalam menjalankan nilai-nilai keagamaan. Perasaan seperti merasa dekat dengan Tuhan, takut untuk berbuat dosa, dan merasa diselamatkan oleh Tuhan.
4. *Religious Knowledge*, merupakan dimensi yang menjelaskan seseorang dalam hal pengetahuannya tentang ajaran keagamaan. Dalam agama Islam seperti yang telah diajarkan dalam kitab suci Al-Quran, hadits, dan buku tentang ajaran agama Islam. Dimensi pengetahuan menunjukkan sikap seseorang dalam menerima dan mengamalkan ajaran agamanya.
5. *Religious Effect*, merupakan dimensi yang menjelaskan tentang pengaruh ajaran agama terhadap seseorang dalam kehidupan sehari-hari seperti berperilaku yang sesuai dengan norma agama, tidak melakukan hal-hal negatif seperti mencuri, minum-minuman keras, dan melakukan perilaku seksual pranikah. Dimensi ini merupakan efek dari keberhasilan seseorang dalam mengamalkan ajaran agama. Seseorang yang memiliki tingkat religius yang baik maka akan berperilaku sesuai dengan norma agama dan dapat menjauhkan diri dari hal-hal negatif

2.2.3 Indikator Religiusitas

Indikator religiusitas menurut Suganda (2018), yaitu:

1. Kepatuhan Agama

Kepatuhan agama adalah kesetiaan seorang hamba kepada Allah untuk menjalankan perintah serta meninggalkan larangan-Nya.

2. Bisnis Halal

Suatu usaha harus menjalankan usahanya sesuai Syariah Islam.

3. Larangan Riba

Larangan riba yaitu sesuatu yang tidak boleh dilakukan baik dalam penetapan bunga atau melebihi jumlah pinjaman saat pengembalian berdasarkan persentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok yang dibebankan kepada peminjam.

Selain dari pengaruh religiusitas ada juga pengaruh lain dalam mengambil keputusan yaitu pengaruh kelompok referensi.

2.3 Kelompok Referensi

2.3.1 Pengertian Kelompok Referensi

Menurut Rifky Tyanto (2018) kelompok referensi adalah kelompok - kelompok yang mempunyai andil secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Mereka berpendapat bahwa keluarga merupakan pemberi pengaruh terbesar dalam organisasi pembelian konsumen di masyarakat dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling penting di masyarakat.

Menurut Schiffman & Kanuk (2011) : “Kelompok referensi adalah setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai dasar perbandingan (atau rujukan) bagi seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum atau khusus, atau pedoman khusus bagi perilaku”.

Menurut M. Anang Firmansyah (2018) dalam pemahaman terhadap perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan

jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Studi mengenai perilaku konsumen mencakup bidang yang luas, karena termasuk didalamnya juga mempelajari tentang dampak dari proses dan aktivitas yang dilakukan konsumen ke konsumen lainnya.

Ada dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, yaitu faktor yang pertama konsumen itu sendiri, yang didorong oleh dua unsur yaitu pemikiran konsumen (kebutuhan/motivasi, persepsi, sikap) dan karakteristik konsumen (demografi, gaya hidup dan kepribadian konsumen). Faktor yang kedua adalah pengaruh lingkungan yang terdiri dari nilai budaya, pengaruh sub dan lintas budaya, kelas sosial dan situasi lain yang menentukan Nisya (2015).

Perilaku Konsumen dalam Islam Perilaku konsumen dalam Islam erat kaitannya dengan etika, dan sebagai seorang muslim sudah seharusnya memiliki karakter atau sifat yang baik. Setiap manusia memiliki tingkatan sendiri dalam memenuhi keinginannya. Untuk memastikan bahwa setiap tindakan manusia tidak melewati batas, Islam memberikan sebuah tuntunan dan indikator agar manusia tidak keluar dari hukum Islam (Syariah) Kurniati (2016).

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi merupakan orang-orang terdekat yang memiliki andil dalam merubah pola pikir individu dalam memilih suatu produk dan akhirnya membeli atau menggunakan produk tersebut. Pola pikir berubah dikarenakan perubahan zaman, perubahan konsep pribadi seseorang, dan tekanan dari kelompok yang mempengaruhi individu tersebut. Dalam kelompok referensi keluargalah yang memberikan pengaruh terkuat, dilanjutkan dengan teman sebaya. Setelah memahami pengertian kelompok referensi berikutnya ada beberapa indikator kelompok referensi.

2.3.2 Jenis-Jenis Kelompok Referensi

Menurut Nur Asia (2017) kelompok referensi dapat dikategorikan menjadi 3 jenis, sebagai berikut:

1. Kelompok formal dan informal

Kelompok formal adalah kelompok yang memiliki struktur organisasi secara tertulis dan keanggotaan yang terdaftar secara resmi, misalnya serikat pekerja indonesia, partai politik, universitas dan perusahaan. Kelompok formal

biasanya terdaftar secara hukum di pemerintah. Kelompok informal adalah kelompok yang tidak memiliki struktur organisasi secara tertulis dan resmi, sifat keanggotaan tidak tercatat. Kelompok informal biasanya terbentuk karena hubungan sosial, misalnya kelompok bermain badminton, kelompok senam kebugaran, kelompok arisan, dan kelompok rukun tetangga. Anggota kelompok informal biasanya berjumlah sedikit dan berinteraksi secara dekat dan tatap muka secara intensif dan rutin.

2. Kelompok primer dan sekunder

Kelompok primer adalah kelompok dengan keanggotaan yang terbatas, interaksi antar anggota secara langsung tatap muka, memiliki ikatan emosional antar anggota. Anggota kelompok mempunyai kesamaan dalam nilai dan sikap serta perilaku. Contoh dari kelompok primer adalah keluarga, dan kelompok yang mempunyai ikatan kekeluargaan. Kelompok sekunder mempunyai ikatan yang lebih longgar dari kelompok primer, antar anggota kelompok mungkin juga terjadi kontak tatap muka langsung, antar anggota kelompok mempunyai pengaruh kecil terhadap anggota lainnya. Contoh kelompok sekunder bisa berbentuk kelompok formal, seperti asosiasi profesi dan himpunan alumni, atau berbentuk kelompok informal, seperti kelompok arisan, kelompok rukun warga, dan teman bermain tenis.

3. Kelompok aspirasi

Kelompok aspirasi adalah kelompok yang memperlihatkan keinginan untuk mengikuti norma, nilai, maupun perilaku dari orang lain yang dijadikan kelompok referensinya. Anggota dari kelompok aspirasi berusaha membuat asosiasi dengan orang lain yang dijadikan referensinya dengan cara bersikap dan berperilaku yang sama dengan orang tersebut. Anggota kelompok aspirasi tidak harus menjadi anggota dari kelompok referensinya, atau antar anggota kelompok aspirasi tidak harus terikat dan harus saling berkomunikasi. Anak-anak muda senang meniru cara berpakaian selebriti dari Amerika, mereka bahkan berusaha meniru perilakunya. Anak-anak muda ini disebut dengan kelompok aspirasi, sedangkan selebriti Amerika sebagai kelompok referensinya. Kelompok disosiasi adalah seseorang atau kelompok yang berusaha untuk menghindari asosiasi dengan kelompok referensi.

Contohnya, para anggota Partai Keadilan selalu menunjukkan ketertiban dalam demonstrasi, yang sangat berbeda dengan perilaku demo dari kelompok lainnya. Partai Keadilan berusaha membuat citra yang berbeda dari kelompok lain. Partai Keadilan bisa dianggap sebagai kelompok disosiasi.

2.3.3 Indikator Kelompok Referensi

Menurut Apriyandani et al (2017) terdapat tiga indikator dari kelompok referensi, di antaranya:

1. Pengaruh Normatif

Pengaruh normatif adalah pengaruh dari kelompok referensi terhadap seseorang melalui norma-norma sosial yang harus dipatuhi dan diikuti.

2. Pengaruh Ekspresi Nilai

Kelompok referensi akan mempengaruhi seseorang melalui fungsinya sebagai pembawa ekspresi nilai.

3. Pengaruh Informasi

Kelompok referensi akan mempengaruhi pilihan produk atau merek dari seorang konsumen, karena kelompok referensi tersebut dapat dipercaya sarannya, karena memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih baik.

Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh para penjual untuk mendapat keuntungan yang lebih. Selain pengaruh kelompok referensi, motivasi juga penting dalam mendorong individu untuk mengambil keputusan.

2.4 Motivasi

2.4.1 Pengertian Motivasi

Beberapa pengertian mengenai motivasi yang di antaranya yaitu menurut buku Ghoniyah & Ani (2013) motivasi didefinisikan sebagai proses di mana individu mengenal kebutuhannya dan mengambil tindakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut.

Menurut Schiffman & Kanuk (2011) motivasi adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak. Motivasi merupakan sebuah dorongan bagi manusia untuk mengambil tindakan tertentu dalam upaya memenuhi kebutuhannya.

Menurut Keynes (1919), ada 8 motif yang berbeda dalam menabung yaitu:

1. Tindakan pencegahan, yang berimplikasi pada menambah cadangan untuk menghadapi keadaan yang tidak terduga,
2. Tujuan masa depan, untuk mengantisipasi perbedaan antara pendapatan dan pengeluaran belanja di masa depan,
3. Perhitungan, ingin memperoleh keuntungan/ bunga
4. Perbaikan, meningkatkan standar hidup dalam waktu yang lama,
5. Kebebasan, menunjukkan adanya kebutuhan akan kebebasan dan memiliki kekuasaan untuk melakukan sesuatu,
6. Usaha, adanya kebebasan untuk menanamkan uang ketika memungkinkan,
7. Kebanggaan, lebih tertuju pada penempatan uang untuk ahli waris dan
8. Keserakahan harta atau kekikiran yang sesungguhnya.

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu hal yang mendorong individu dalam berperilaku tertentu, seperti memulai, mengambil dan mempertahankan keputusan atau tindakan untuk mencapai tujuannya. Setelah memahami pengertian motivasi berikutnya ada faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi.

2.4.2 Jenis-Jenis Motivasi

Menurut Nurmaeni et al (2020) dalam bidang pemasaran motivasi adalah pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian. Motivasi terbagi menjadi dua, yaitu: motivasi rasional dan emosional.

1. Motivasi rasional adalah pembelian yang didasarkan kepada kenyataan-kenyataan yang ditunjukkan oleh produk kepada konsumen dan merupakan atribut produk yang fungsional serta objektif keadaannya misalnya kualitas produk, harga produk, ketersediaan barang, efisiensi kegunaan barang tersebut dapat diterima.
2. Motivasi emosional dalam pembelian berkaitan dengan perasaan, kesenangan yang dapat ditangkap oleh panca indera misalnya dengan memiliki suatu barang tertentu dapat meningkatkan status sosial, peranan merek menjadikan pembeli menunjukkan status ekonominya dan pada umumnya bersifat subyektif dan simbolik. Pada saat seseorang akan mengambil keputusan

untuk membeli suatu produk tentunya akan dipengaruhi oleh kedua jenis motivasi tersebut yaitu motivasi rasional dan emosional.

2.4.3 Indikator Motivasi

Menurut Zalina (2018) indikator motivasi yaitu:

1. Pemicu Psikologis

Keadaan psikologi seseorang pada waktu tersebut didasarkan oleh kebutuhan jasmani pada waktu tertentu. Kebanyakan isyarat psikologis tidak disadari, tetapi isyarat itu mendorong kebutuhan yang berkaitan serta menyebabkan tekanan yang tidak menyenangkan sampai kebutuhan itu terpenuhi. Riset mengemukakan bahwa program televisi sering menimbulkan pemicu psikologis (*psychological arousal*) pada penonton.

2. Pemicu Emosional

Orang yang bosan atau kecewa dalam usaha mencapai sasaran mereka sering terjerumus ke dalam lamunan (pemikiran yang autistik), di mana mereka membayangkan diri mereka dalam segala macam situasi yang diinginkan. Kadang-kadang lamunan menjadi pemicu atau rangsangan terhadap kebutuhan yang terpendam. Semua pemikiran ini cenderung merangsang kebutuhan yang tidak disadari dan dapat menimbulkan tekanan yang tidak menyenangkan serta menggerakkan mereka pada perilaku yang berorientasi pada sasaran.

3. Pemicu Kesadaran

Kadang-kadang pemikiran yang tidak disengaja dapat menimbulkan kesadaran pikiran akan kebutuhan, seperti iklan yang ditayangkan di media dapat mengingatkan seseorang akan rumahnya dapat memicu kerinduan seketika itu juga untuk berbicara dengan orangtuanya.

4. Pemicu Lingkungan

Serangkaian kebutuhan yang dialami orang pada waktu tertentu sering dihidupkan oleh berbagai isyarat khusus di lingkungannya. Sebagai contoh iklan makanan cepat saji di televisi, atau bau kue-kue di toko roti dapat memicu “kebutuhan” akan makanan. Dalam kondisi seperti itu, perubahan lingkungan mungkin diperlukan untuk mengurangi pemicu rasa lapar.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Wahyu Utami, Marijati Sangen dan M. Yudy Rachman (W. Utami et al., 2015)	Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin)	Analisis Regresi Linier berganda. Sampel penelitian sebanyak 100 sampel. Variabel Dependen: Keputusan Menabung di Bank Syariah (Y) Variabel Independen: Religiusitas (X_1) Kelompok Referensi (X_2) Motivasi (X_3)	1. Ketiga variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung. 2. Ketiga variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung. 3. Variabel yang paling berpengaruh dalam menentukan keputusan menabung adalah religiusitas.
2.	Nur Asia (Nur Asia, 2017)	Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan statistik untuk analisa data. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Variabel Dependen: Keputusan menabung di Bank Syariah (Y) Variabel Independen: Religiusitas (X_1) Kelompok Referensi (X_2) Motivasi (X_3)	1. Ketiga variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung. 2. Variabel religiusitas, kelompok referensi dan motivasi memiliki kontribusi secara bersama-sama sebesar 41,7% terhadap keputusan menjadi nasabah. 3. Variabel Motivasi mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan menjadi nasabah.
3.	Lilis Suganda (Suganda, 2018)	Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas Nasabah dan Reputasi Bank terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang	Metode penelitian kuantitatif dengan regresi linear. Variabel dependen: Keputusan Menabung di Bank Syariah Palembang (Y) Variabel independen: Pengetahuan Nasabah (X_1) Religiusitas (X_2) Reputasi (X_3)	1. Ketiga variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung. 2. Ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh secara positif terhadap keputusan menabung. 3. Variabel reputasi bank berpengaruh signifikan dominan secara positif terhadap keputusan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	1. Hasil Penelitian
				menabung di Bank Syariah.
4.	Rifky Tyanto (Tyanto, 2018)	Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, Dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Intensi Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Muslim Bank Syariah DKI Jakarta)	Metode analisis regresi linear berganda. Untuk mengumpulkan data, mengadopsi sampel purposive, sampel dari 100 orang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil Penelitian 2. Ketiga variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap intensi nasabah. 3. Secara simultan variabel religiusitas, kelompok referensi dan pengetahuan tentang bank syariah mempengaruhi secara positif intensi nasabah. 4. Variabel pengetahuan berpengaruh secara dominan terhadap intensi nasabah.
5.	Mirna Dilla (Dilla, 2019b)	Pengaruh Religiusitas, Motivasi, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh	Metode penelitian kuantitatif. Untuk analisis data menggunakan uji koefisien korelasi, regresi linier sederhana, uji f dan uji koefisien determinasi. Variabel dependen: Keputusan Menabung di Bank Syariah Banda Aceh (Y) Variabel independen: Religiusitas (X_1) Motivasi (X_2) Tingkat bagi hasil (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketiga variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung. 2. Ketiga variabel secara simultan berpengaruh positif. 3. Variabel religiusitas berpengaruh dominan signifikan terhadap keputusan menabung pada bank Syariah secara positif.
6.	Ahmad Fathurrohman (Fathurrohman, 2019)	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Kota Bekasi)	Metode penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 95 responden. Untuk analisis data menggunakan uji koefisien korelasi, regresi linier sederhana, uji f dan uji koefisien determinasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank Syariah. 2. Variabel religiusitas sebesar 9,3% dan sisanya dipengaruhi faktor lain .
7.	Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah dan Mustika Widowati (Nurmaeni et al., 2020b)	Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Semarang	Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>accidental sampling</i> . Model analisis data menggunakan model analisis regresi linier berganda.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keempat variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung. 2. Keempat variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

				3. Variabel religiusitas berpengaruh secara dominan.
--	--	--	--	--

2.6 Hubungan Antar Variabel

2.6.1 Religiusitas dengan Keputusan Menabung

Menurut penelitian yang dilakukan oleh W. Utami et al (2015), Nur Asia (2017), Suganda (2018), dan Tyanto (2018) bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada bank Syariah. Hal ini didukung oleh Hasanah (2019), Ahmad Fathurrohman (2019), dan Nurmaeni et al (2020b) adanya pengaruh religiusitas terhadap preferensi menabung pada bank Syariah dengan berpengaruh dan signifikan. Artinya preferensi menabung nasabah memang didasari rasa tanggung jawab pada agamanya (religiusitas) dan itu mempengaruhi untuk nasabah untuk menabung pada bank Syariah.

2.6.2 Kelompok Referensi dengan Keputusan Menabung

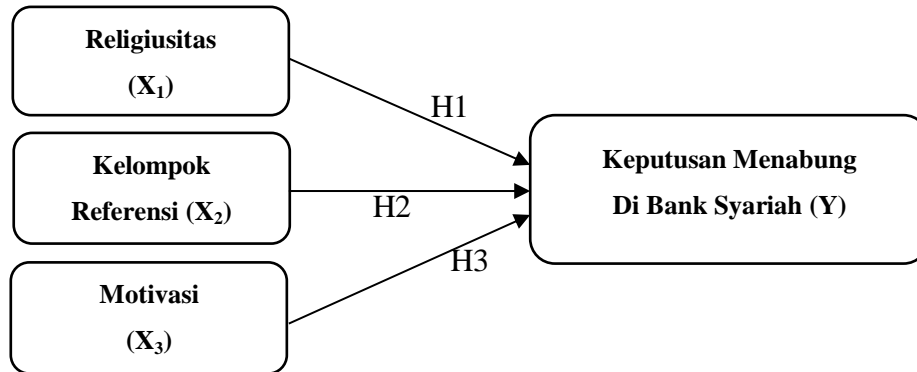
Kelompok referensi sering berperan dalam mengambil keputusan pembelian. Kelompok referensi (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok referensi dapat mempengaruhi baik langsung maupun tidak langsung dalam tindakan, termasuk dalam melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh W. Utami et al (2015), Nur Asia (2017), dan Tyanto (2018) bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada bank Syariah.

2.6.3 Motivasi dengan Keputusan Menabung

Motivasi merupakan tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Menurut W. Utami et al (2015), Nur Asia (2017), Nurmaeni et al (2020b), dan Dilla (2019a) motivasi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah dengan bentuk pengaruhnya adalah positif dikarenakan nilai koefisien regresi motivasi nasabah bernilai positif. Hal ini berarti semakin baiknya motivasi nasabah berakibat kepada meningkatnya keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah dan begitu pula sebaliknya. Untuk itu perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan motivasi nasabah menabung.

2.7 Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan Sugiyono (2019).

Sehingga berdasarkan rumusan masalah dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Diduga religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank Mega Syariah.

H2 : Diduga kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank Mega Syariah.

H3 : Diduga motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank Mega Syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, & Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif *explanatory survey* dengan mengolah data berupa angka. Pendekatan ini juga dikaitkan dengan variabel Penelitian yang berfokus pada masalah saat ini dan fenomena yang sedang terjadi, dengan hasil penelitian berupa angka yang memiliki makna Jayusman & Shavab (2020).

Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Setelah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah, kemudian dijabarkan pengaruhnya dengan pendekatan asosiatif untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Dengan penelitian ini, peneliti memerlukan bantuan program statistik seperti *Statistical Package for Social Sciency 24 for windows* (SPSS).

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Medan, Sumatera Utara dengan objek penelitian yaitu masyarakat yang menabung di Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Kota Medan.

3.1.3. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan mulai dari Januari sampai Maret 2022 dan tempat penelitian di Kota Medan, Sumatera Utara dengan objek penelitian yaitu masyarakat yang menabung di Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Kota Medan.

Tabel 3. 1
Jadwal Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2021		2022			
		Nov-Des	Jan	Feb	Mar	Juni	Agst
1.	Penyusunan Proposal						
2.	Seminar Proposal						
3.	Pengumpulan Data						
4.	Pembagian Kuisisioner						
5.	Seminar Hasil						
6.	Pengajuan Meja Hijau						
7.	Meja Hijau						

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah \pm 1000 nasabah multi etnis dan agama di Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya Sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi Arianti (2020). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memilih responden yang paling

mudah dijumpai atau diakses. Ukuran sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus Hair. Menurut Hair dalam Hidayat (2021) bahwa apabila ukuran sampel terlalu besar misalnya 400, maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran *goodness of fit* yang baik. Sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Penentuan jumlah minimum menurut Hair (2010), yaitu 5 x jumlah indikator. Penelitian ini memiliki 14 indikator, sehingga ukuran sampel dalam penelitian yaitu: $5 \times 14 = 70$ responden.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data *numeric* yang memberikan informasi dari hasil pengumpulan data yang berhubungan tentang penelitian berupa angka.

3.3.2 Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, di Kota Medan.

2. Sumber Data Sekunder

Pada penelitian ini, data sekunder secara tidak langsung atau penelitian terdahulu. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber tertulis yang terdapat dalam buku *literature*, jurnal, majalah yang terikat dengan judul penelitian Utami Marijati Sangen & Yudy Rachman (2015).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang dimaksud dalam penelitian ini, maka perlu didefinisikan variabel operasional dari masing-masing variabel untuk memahami penelitian. Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada variabel dengan menunjukkan pentingnya pembenaran suatu kegiatan atau proses yang diperlukan untuk mengukur variabel itu. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3. 2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Religiusitas (X_1)	Menurut (Suganda, 2018) religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorong untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.	1. Kepatuhan Agama 2. Bisnis Halal 3. Larangan Riba	Likert
Kelompok referensi (X_2)	Menurut (Rifky Tyanto, 2018) kelompok referensi adalah kelompok - kelompok yang mempunyai andil secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap seseorang.	1. Pengaruh Normatif 2. Pengaruh Ekspresi Nilai 3. Pengaruh informasi	Likert
Motivasi (X_3)	Menurut (Schiffman & Kanuk, 2011), motivasi adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak. Motivasi merupakan sebuah dorongan bagi manusia untuk mengambil tindakan tertentu dalam upaya memenuhi kebutuhannya.	1. Pemicu Psikologis 2. Pemicu Emosional 3. Pemicu Kesadaran 4. Pemicu Lingkungan	Likert
Keputusan Menabung (Y)	Menurut (Maupa, 2019: 5) keputusan menabung adalah Pengambilan keputusan dalam menyisihkan sebagian uang terhadap suatu produk atau jasa dan menjatuhkan pilihan kepada bank tersebut.	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Keputusan Menabung atau membeli Perilaku Pasca Menabung	Likert

3.5 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran adalah alat yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan panjang interval pendek dalam meter sehingga meter dapat memberikan data kuantitatif selama pengukuran. Metrik ini menunjukkan bahwa nilai variabel yang diukur oleh instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk numerik untuk tujuan yang lebih akurat, efisien, dan komunikatif Amaliah (2020).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner) pertanyaan/pernyataan yang ditulis oleh peneliti untuk mengetahui pendapat/pengakuan responden survei terhadap variabel penelitian. Para responden di objek penelitian yaitu pada nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan yang hasilnya tertulis tanpa tekanan dari pihak

lain dengan menggunakan skala likert, di mana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi yaitu STS, TS, KS, S, SS. Adapun maknanya adalah:

Tabel 3. 3
Skala Pengukuran Likert

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, kuesioner, observasi, dokumentasi yaitu:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Daftar Pertanyaan (*Kuesioner*)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti serta pencatatan secara sistematis.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya- karya dari seseorang.

3.7 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas sebagai alat mengkaji pertanyaan dalam kuesioner dan menggunakan model

regresi linier berganda yaitu untuk mengetahui nilai variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan di dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur (Alimin, 2018). Sah atau tidaknya suatu kuesioner dibuktikan dengan uji validitas. Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi. Validitas isi pada alat ukur berupa skala tercapai apabila butir-butir pernyataan skala mengukur aspek yang relevan. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan Teknik *Corrected Item Total Correlation Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS 24 for Windows.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu. Jika jawaban seseorang konsisten dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut reliabel. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan Teknik *Alpha Cronbach* dengan menggunakan bantuan program SPSS 24 for Windows.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti telah diketahui bahwa uji F dan uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi tersebut dilanggar maka uji statistik yang dilakukan menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil (Sugiyono, 2019). Salah satu cara untuk mendeteksi normalitas adalah dengan menggunakan pendekatan histogram dan grafik normal probability plot. Indikator pendekatan histogram dapat dilihat dari penyebaran data yang tidak tersebar ke kiri dan kanan. Sementara dalam indikator pendekatan grafik normal probability plot titik-titik harus tersebar diantara garis diagonal.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara variabel independen dengan variabel independen lainnya, yang di mana korelasi sebut seharusnya tidak terjadi di antaranya. Jika ada variabel independen berkorelasi, maka variabel - variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang memiliki nilai korelasi sama dengan nol (Sugiyono, 2019). Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi multikolinearitas, yaitu:

1. Nilai R^2 dari suatu persamaan regresi sangat tinggi, namun masing - masing dari variabel independen yang dimiliki tidak menunjukkan signifikansi yang tinggi bahkan cenderung tidak signifikan terhadap variabel dependen.
2. Menganalisis matriks korelasi variabel - variabel independen. Jika di antara variabel independen ada yang memiliki korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal tersebut mengindikasikan adanya multikolinertias.
3. Melihat nilai *tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas, tetapi apabila nilai *tolerance* kurang dari 0, 1 maka terjadi multikolinearitas. Kemudian apabila nilai VIF-nya kurang dari 10,00 maka dapat akan tidak terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya.

3.8.3 Uji Heteroskedastitas

Uji Heteroskedaritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis dengan Grafik Plots memiliki kelemahan yang cukup signifikan oleh karena jumlah pengamatan mempengaruhi hasil plotting. Semakin sedikit jumlah pengamatan, semakin sulit untuk menginterpretasikan hasil grafik plot Humaira & Sagoro (2018).

Untuk mengatasi kelemahan dari Grafik Plots tersebut, maka dalam penelitian juga akan dilakukan uji statistic untuk menjamin keakuratan hasil

pengujian statistik yang dipilih adalah uji Glejser, dasar pengambilan keputusan heteroskedastisitas melalui uji Glejser adalah:

1. Apabila sig. 2-tailed < $\alpha = 0.05$, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila sig. 2-tailed > $\alpha = 0.05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier berganda dengan bantuan analisis program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) 24 for Windows. Alasan penggunaan metode ini adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas, kelompok referensi, motivasi terhadap keputusan menabung di Bank Mega Syariah.

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk menghitung besar pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksikan variabel terikat dengan menggunakan dua data atau lebih variabel bebas. Untuk menghitung regresi linear berganda digunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Di mana:

- Y = Keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Kota Medan
 X_1 = Religiusitas
 X_2 = Kelompok Referensi
 X_3 = Motivasi
a = Intersip atau Konstant
 b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien Regresi
e = kesalahan Residu (*Error*)

3.9.2 Uji t (Parsial)

Uji t pada regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (masing - masing variabel) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen Anjani (2019). Dasar pengambilan keputusan untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel atau Sig. $<$ 0,05 maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel atau Sig. $>$ 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.9.3 Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji R² atau koefisien Determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam merangkai variabel dependen, namun untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan R *square* yang telah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R square*, karena tidak sesuai dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian Fathurrohman (2019).

Analisis koefisien determinasi adalah analisis persentase nilai Y yang dijelaskan dengan garis regresi dengan deviasi total yang diperoleh dari hasil total persentase yang tidak dapat dijelaskan *R-square* digunakan sebagai indikator untuk mengetahui pengaruhnya di antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Untuk melakukan uji koefisien determinasi tersebut menggunakan program SPSS 24 *for windows* dapat digunakan rumus Anjani (2019) sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Di mana :

Kd = Koefisien Determinasi

r² = Koefisien Korelasi

Keterangan :

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan.
2. Variabel kelompok referensi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan.
3. Variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan.

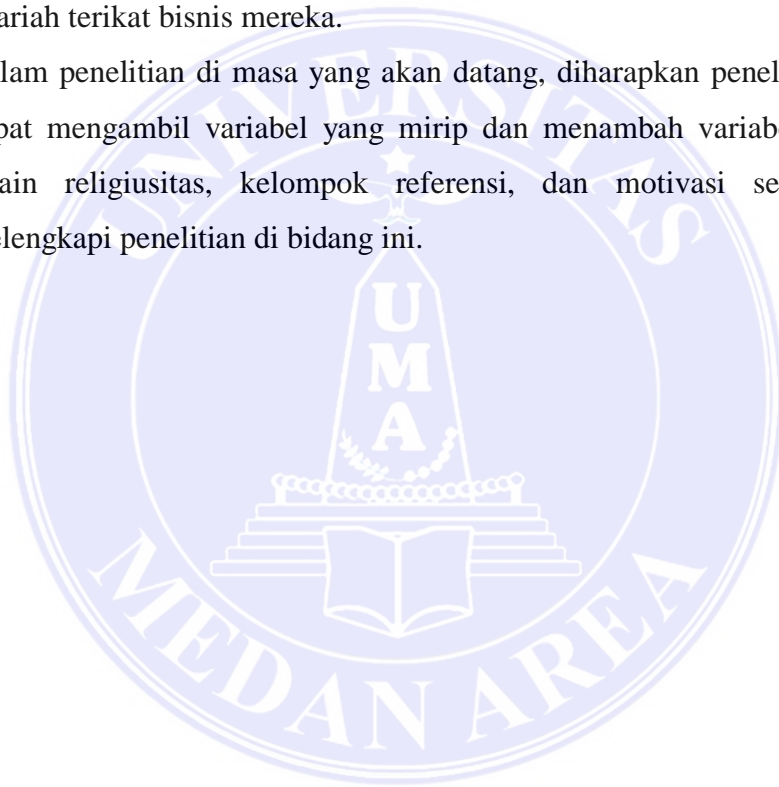
5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, terdapat beberapa saran yang bisa meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung di Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan.

1. Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan menawarkan produk-produk yang menarik dan bersifat keagamaan seperti tabungan untuk haji, dan umroh. Selanjutnya, Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan juga dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan tidak terlalu mempromosikan bahaya riba karena sebagian responden penelitian ini kurang setuju tentang riba tersebut, terlebih lagi Bank Mega Syariah menargetkan seluruh masyarakat dari berbagai agama dan etnis sebagai calon nasabah.
2. Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan tidak dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan melalui pendekatan kelompok referensi yang kurang efektif dan mengganti dengan pendekatan lain seperti promosi atau peningkatan kualitas pelayanan. Selanjutnya, Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan juga dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan meningkatkan kemampuan karyawan mereka yang berinteraksi secara langsung dengan nasabah karena sebagian responden

penelitian ini kurang setuju dengan karyawan Bank Mega Syariah yang mengarahkan bisnis mereka dengan baik dan halal.

3. Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan membuka cabang lebih banyak lagi agar lebih mudah dijangkau oleh calon nasabah di mana saja. Selanjutnya, Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan juga dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan memperbaiki pelayanan terkhusus dengan saran-saran yang diberikan kepada nasabah mereka karena sebagian responden dalam penelitian ini kurang setuju dengan saran yang diberikan oleh karyawan Bank Mega Syariah terikat bisnis mereka.
4. Dalam penelitian di masa yang akan datang, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengambil variabel yang mirip dan menambah variabel independen selain religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi sehingga dapat melengkapi penelitian di bidang ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, N., Isnaini, D., & Oktarina, A. (2019). *Lembaga Keuangan Syariah*.
- Ahmad Fathurrohman. (2019). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Study Kasus Pada Bank Bni Syariah Kota Bekasi)*.
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47624/1/AHMA D%20FATHURROHMAN-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47624/1/AHMA%20FATHURROHMAN-FDK.pdf)
- Akbar, H., & Ritonga, H. D. H. (2013). *Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan*. 19, 41–55.
- Alimin, R. (2018). Pengaruh Pendidikan Keuangan Di Keluarga Dan Pembelajaran Di Perguruan Tinggi Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa Jurusan Akuntansi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5.
- Amaliah, S. D. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga, dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Perencanaan Keuangan Ibu Rumah Tangga*.
- Andrianto, SE. , M. Ak., & Dr.M.Anang Firmansyah, SE. , MM. (2019). *MANAJEMEN BANK SYARIAH (Implementasi Teori dan Praktek)* (Qiara Media, Ed.). CV. Penerbit Qiara Media. http://repository.um-surabaya.ac.id/3453/1/BUKU_MANAJEMEN_BANK_SYARIAH.pdf
- Angelina, R. (2020). *Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame pada Masyarakat*.
- Anjani, A. (2019). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Inspektur Penerbangan Di Kantor Otoritas Bandar Udara Wilayah Ii. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1.
- Apriyandani, H., Yulianto, E., & Sunarti. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(2), 180–189.
- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36.
<https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36>
- Arinta, Y. N. (2016). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri dan Bank Mandiri). *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 119. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i1.119-140>
- Dilla, M. (2019a). *Pengaruh Religiusitas, Motivasi, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh* (Vol. 8, Issue 5).

- Dilla, M. (2019b). *Pengaruh Religiusitas, Motivasi, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh* (Vol. 8, Issue 5).
- Eagleton, T. (1996). *Literary Theory An Introduction*. In *Year's Work in English Studies* (Vol. 63, Issue 1). <https://doi.org/10.1093/ywes/63.1.492>
- Fathurrohman, A. (2019). *Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*.
- Ghonyah, N., & Ani, U. (2013). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian BlackBerry di Semarang. *Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 34, 1–19.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *Balance Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Hidayat, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Grand Garden Restaurant Bogor. *Bogor Hospitality Journal Vol 5, No.1* –.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Jurnal Nominal*, 7(1), 96–110.
- Irfan, M. (2018). *Paradigma Islam Rasional Harun Nasution : Membumikan*. 1(2).
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Learning Management System (Lms) Berbasis Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13. <https://doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>
- Keynes, J. M. (1919). The economic consequences of the peace. *The Elgar Companion to John Maynard Keynes*, 134–138. <https://doi.org/10.4337/9781788118569.00030>
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2019). *Kajian Konversi, Merger, Holding, dan Pembentukan Bank BUMN Syariah* (Vol. 53, Issue 1).
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Principles of Marketing* (P. H. Europe, Ed.).
- Kotler, Philip., & Amstrong, Gary. (2016a). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 8). Erlangga.
- Kotler, Philip., & Amstrong, Gary. (2016b). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 8). Erlangga.
- Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(1), 45–52.

- M. Anang Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*.
- Nisya, K. (2015). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen terhadap Keputusan Membeli Busana Muslimah Modern*.
- Nofinawati, N. (2016). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14(2), 168. <https://doi.org/10.31958/juris.v14i2.305>
- Nur Asia. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi terhadap Keputusan nasabah dalam memilih bank syariah*. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/2340/1/Untitled.pdf>
- Nurmaeni, R., Hasanah, S., & Widowati, M. (2020a). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank BRI Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Vol. 3(2), 303–312.
- Nurmaeni, R., Hasanah, S., & Widowati, M. (2020b). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank BRI Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Vol. 3(2), 303–312.
- Prasetya, R. G. (2017). *Non Muslim Untuk Menabung Di Bank Bri Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu , 2017 M / 1438 H*.
- Puspitayani, I. M., & Yuniawan, A. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola Di Kecamatan Semarang Selatan. *Jurnal Manajemen*, 4(4), 1–14.
- Rifky Tyanto. (2018). Analisis Pengaruh Relegiusitas, Kelompok Referensi, Dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Intensi Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Muslim Bank Syariah Dki Jakarta). <http://repository.ibs.ac.id/330/2/Rifky%20Tyanto%2C%20MKPS-IBS%2C%202018.pdf>
- Saputri, R. (2021). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Antara Bca Dengan Bca Syariah Berdasarkan Rasio Keuangan Pada Periode 2013 – 2019.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2011). Comportamiento del Consumidor - DÉCIMA EDICIÓN. In *Pearson Educación* (Vol. 12, Issue 20). <https://www.pearsoneducacion.net/mexico/Inicio/comportamiento-consumidor-schiffman-8ed-ebook1>
- Suganda, L. (2018). Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas Nasabah dan Reputasi Bank terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. *Advanced Optical Materials*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.101.089902>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.nantod.2015.04.009>
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-018-05514-9>
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-019-13856-1>
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-14365-2>

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Hadi, S. (2018). *EDUKASI TATA KELOLA MEDIA ONLINE SEBAGAI SARANA INFORMASI*.
- The Royal Islamic Strategic Studies Centre. (2021). *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims, 2021* (D. T. Elgawhary, Ed.). The Royal Islamic Strategic Studies Center. https://themuslim500.com/wp-content/uploads/2020/10/TheMuslim500-2021_Edition-low_res_20201028.pdf
- Tyanto, R. (2018). *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Pengetahuan tentang Bank Syariah terhadap Intensi Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Muslim Bank Syariah DKI Jakarta). 20141113009*, 1–17.
- Utami Marijati Sangen, W., & Yudy Rachman, M. (2015). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin). <https://scholar.archive.org/work/qimfjubswbg4lg2ip4zvrrpl3e/access/wayback/http://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/download/14/14>
- Utami, P. M. B. (2009). *Analisis Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Pemilihan Produk (Studi pada Konsumen yang Menggunakan Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Yogyakarta)*.
- Utami, W., Sangen, M., & Rachman, M. Y. (2015). Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(1), 79–90.
- Zalina, D. (2018). Pengaruh Faktor Psikologi Konsumen Etnis Tionghoa Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan (Studi Pt Bank Central Asia Tbk Bandar Lampung). *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*.
- Zulfison, Puspita, & Tyanto, R. (2020). Pengaruh religiusitas, kelompok referensi dan pengetahuan terhadap bank Syariah pada nasabah Bank Syariah DKI Jakarta. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 5(1), 1–10.



Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya, Athifah Zalfa Lesmana. Mahasiswa Universitas Medan Area, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan)”. Saya mohon kesediaan saudara/saudari, untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian ini dengan jujur dan teliti.

Atas kesediaan anda untuk mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Athifah Zalfa Lesmana

KUESIONER

“Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah” (Studi pada Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan)

I. Biodata Responden

Mohon isilah titik-titik pada pertanyaan dibawah ini, berilah tanda ceklis (√) pada salah satu pilihan yang menurut anda sesuai dengan persepsi anda.

Nama Responden _____

A. Jenis Kelamin

Perempuan

Laki-laki

B. Usia

17 tahun - 20 tahun

21 tahun – 25 tahun

25 tahun – 30 tahun

> 31 tahun

C. Status

Sudah bekerja

Pelajar

D. Agama

Islam

Kristen Protestan

Kristen Katolik

Hindu

Buddha

Konghucu

E. Suku

—

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Saya telah menyediakan berbagai pernyataan untuk anda jawab. Setiap butir pernyataan hanya boleh **dijawab satu kali** dengan mencentang (√) salah satu kotak dari lima pilihan kotak yang disediakan. Anda akan melihat lima kotak dengan kode STS, TS, KS, S, SS. Adapun maknanya adalah :

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

III. Daftar Pertanyaan

1. Religiusitas (X_1)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya percaya tatakelola keuangan mengikut syariah adalah yang terbaik.					
2.	Saya mengelola keuangan sesuai tatakelola keuangan syariah.					
3.	Saya percaya bisnis yang halal akan membawa rezeki.					
4.	Kejujuran adalah bagian dari bisnis halal.					
5.	Saya percaya riba membawa keburukan bagi umat manusia.					
6.	Menghindari riba adalah membawa kebaikan bagi semua umat manusia.					

2. Kelompok Referensi (X_2)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Rekan bisnis saya mengarahkan untuk melakukan bisnis secara baik dan halal.					
2.	Rekan bisnis saya memberikan pengarahan sesuai dengan ajaran agama Islam.					
3.	Saya mengikuti perilaku lingkungan dalam mengelola keuangan.					
4.	Bank Mega Syariah mendukung kegiatan bisnis saya dengan sangat baik					
5.	Bank Mega Syariah memberikan layanan dan informasi yang sangat jelas dan membantu kita dalam					

	melaksanakan bisnis.					
6.	Lingkungan saya memberikan rekomendasi yang baik terhadap Bank Mega Syariah.					

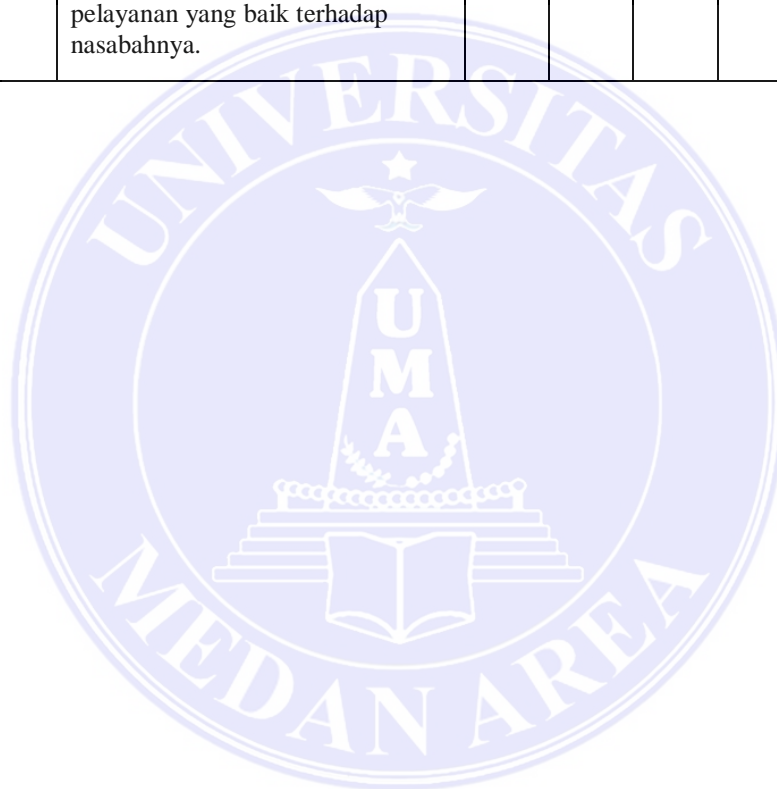
3. Motivasi (X_3)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa sangat nyaman berhubungan dengan Bank Mega Syariah.					
2.	Saya merasa Bank Mega Syariah mendukung semua aktivitas keuangan dan bisnis.					
3.	Bank Mega Syariah senantiasa memberikan saran atas tindakan yang berhubungan dengan bisnis saya.					
4.	Bank Mega Syariah memberikan keringanan atas kesulitan dan kendala yang dihadapi nasabahnya.					
5.	Informasi yang diberikan Bank Mega Syariah membuat saya tertarik untuk berhubungan secara terus menerus.					
6.	Bank Mega Syariah sangat komunikatif dalam memasarkan produk, sehingga saya memahaminya dengan baik.					
7.	Lingkungan saya adalah nasabah Bank Mega Syariah.					
8.	Lingkungan saya adalah pebisnis yang sukses dengan menjalankan keuangannya secara syariah.					

4. Keputusan Menabung (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Bank Mega Syariah menawarkan fasilitas keuangan yang saya butuhkan.					
2.	Bank Mega Syariah memahami kebutuhan saya.					
3.	Bank Mega Syariah memberikan informasi yang baik dan sangat jelas.					

4.	Bank Mega Syariah selalu terbuka untuk diajak berdiskusi terhadap masalah masalah keuangan.					
5.	Bank Mega Syariah sangat terpercaya dalam mengelola keuangan.					
6.	Bank Mega Syariah mempermudah berbagai transaksi yang saya butuhkan.					
7.	Bank Mega Syariah senantiasa melindungi kepentingan nasabahnya.					
8.	Bank Mega Syariah memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabahnya.					



Lampiran 2**Tabulasi Data Keputusan Menabung (Y)**

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
1	4	4	3	3	4	4	4	4	30
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	4	4	3	4	5	4	31
4	4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	4	5	5	5	4	4	5	5	37
6	5	5	4	4	4	4	4	4	34
7	4	4	3	4	3	4	5	5	32
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	5	4	4	3	5	4	5	34
11	4	4	4	3	2	4	3	4	28
12	5	5	4	4	4	5	4	4	35
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	3	4	3	3	4	4	29
18	4	4	5	4	3	4	4	3	31
19	5	5	5	5	5	5	5	4	39
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	3	4	4	4	3	3	3	4	28
22	4	4	3	3	4	4	4	4	30
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	5	5	3	5	5	5	3	4	35
25	4	4	4	3	4	4	4	3	30
26	4	4	4	4	3	4	2	4	29
27	4	4	5	3	4	4	5	3	32
28	5	5	4	5	5	5	5	5	39
29	4	4	4	4	4	4	5	4	33
30	4	4	4	4	4	5	4	4	33

31	3	4	4	4	3	3	3	4	28
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	3	3	4	4	2	3	27
34	5	5	5	5	5	5	5	4	39
35	5	5	5	5	3	5	5	4	37
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	4	4	4	5	3	5	5	4	34
39	5	5	4	4	3	3	4	5	33
40	3	4	4	4	2	4	3	4	28
41	4	4	5	4	4	4	3	3	31
42	4	4	5	4	4	4	5	4	34
43	5	4	4	5	5	2	3	4	32
44	5	4	4	4	3	3	5	3	31
45	4	5	4	4	3	4	4	4	32
46	4	5	5	5	2	5	4	4	34
47	5	5	4	4	3	4	3	5	33
48	4	4	4	5	3	4	5	4	33
49	5	4	4	4	3	3	4	4	31
50	5	5	5	4	5	5	3	2	34
51	4	4	4	4	4	2	4	3	29
52	5	4	5	4	4	5	4	4	35
53	4	4	4	5	4	5	5	5	36
54	3	4	4	3	4	5	2	4	29
55	4	4	4	3	3	5	2	5	30
56	5	4	5	4	2	4	4	4	32
57	5	4	5	5	5	4	5	4	37
58	3	5	5	2	3	4	4	4	30
59	4	3	4	4	4	3	2	5	29
60	4	4	4	4	4	4	3	5	32
61	4	5	5	5	3	5	4	4	35
62	3	4	4	4	2	4	2	4	27
63	4	5	4	4	3	4	5	4	33

64	4	4	5	3	3	4	3	4	30
65	5	4	4	4	3	3	5	2	30
66	4	3	4	2	4	5	5	4	31
67	4	5	4	4	3	4	3	4	31
68	3	5	4	4	4	5	4	5	34
69	4	3	5	5	1	4	4	4	30
70	3	4	2	4	2	5	4	4	28



Tabulasi Data Religiusitas (X_1)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	4	4	3	3	4	4	22
2	5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	4	3	4	22
4	4	4	4	4	3	4	23
5	4	5	5	5	4	4	27
6	5	5	4	4	4	4	26
7	4	4	3	4	3	4	22
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	5	4	4	3	5	25
11	4	4	4	3	2	4	21
12	5	5	4	4	4	5	27
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	3	4	3	3	21
18	4	4	5	4	3	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	3	4	4	4	3	3	21
22	4	4	3	3	4	4	22
23	4	4	4	4	4	4	24
24	5	5	3	5	5	5	28
25	4	4	4	3	4	4	23
26	4	4	4	4	3	4	23
27	4	4	5	3	4	4	24
28	5	5	4	5	5	5	29
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	5	25
31	3	4	4	4	3	3	21

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

65	5	4	4	4	3	3	23
66	4	3	4	2	4	5	22
67	4	5	4	4	3	4	24
68	3	5	4	4	4	5	25
69	4	3	5	5	1	4	22
70	3	4	2	4	2	5	20



Tabulasi Data Kelompok Referensi (X₂)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	4	4	4	4	4	3	23
2	5	3	5	5	5	2	25
3	3	4	3	4	4	2	20
4	3	3	4	4	3	5	22
5	4	4	4	5	5	4	26
6	4	3	5	5	5	5	27
7	3	3	4	4	3	4	21
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	4	5	25
10	3	4	4	5	4	3	23
11	2	3	4	4	2	4	19
12	4	4	5	5	4	4	26
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	4	5	5	4	5	28
16	4	4	4	4	4	4	24
17	3	4	4	4	3	3	21
18	3	3	4	4	3	4	21
19	5	3	5	5	5	5	28
20	5	5	5	5	4	5	29
21	3	3	3	4	4	3	20
22	4	3	4	4	3	4	22
23	4	3	4	4	3	4	22
24	5	4	5	5	4	5	28
25	4	2	4	4	2	3	19
26	3	3	4	4	3	3	20
27	4	3	4	4	4	4	23
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	4	4	4	4	2	22
30	4	3	4	4	3	3	21
31	3	3	3	4	4	3	20

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

65	3	3	5	4	4	5	24
66	4	4	4	3	4	3	22
67	3	5	4	5	3	2	22
68	4	5	3	5	4	3	24
69	1	2	4	3	1	3	14
70	2	3	3	4	5	3	20



Tabulasi Data Motivasi (X₃)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
1	4	4	3	3	3	4	3	3	27
2	5	5	3	4	4	3	3	3	30
3	3	4	4	4	5	4	2	2	28
4	3	4	3	3	2	3	3	3	24
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	4	4	4	5	4	3	5	5	34
7	3	4	2	4	4	3	4	5	29
8	4	3	4	4	3	4	2	2	26
9	4	4	4	5	4	4	4	5	34
10	3	5	5	2	3	4	4	3	29
11	2	4	4	4	3	3	4	4	28
12	4	5	3	2	4	4	2	3	27
13	5	5	5	5	5	5	5	4	39
14	4	4	3	4	4	4	4	5	32
15	5	5	5	5	5	4	5	3	37
16	4	4	4	4	4	4	4	3	31
17	3	3	4	2	4	4	2	3	25
18	3	4	3	4	4	3	3	3	27
19	5	5	4	5	5	3	4	4	35
20	5	5	5	5	5	5	4	4	38
21	3	3	3	3	4	3	2	3	24
22	4	4	3	4	3	3	4	4	29
23	4	4	3	4	4	3	4	5	31
24	5	4	4	4	3	4	2	3	29
25	4	4	2	2	2	2	4	5	25
26	3	4	3	4	3	3	4	4	28
27	4	4	4	3	4	4	5	3	31
28	5	5	5	5	5	5	4	3	37
29	4	4	4	3	4	4	3	4	30
30	4	5	3	4	4	3	2	3	28
31	3	3	3	3	4	3	4	4	27

32	4	4	3	4	4	3	3	3	28
33	4	4	2	2	2	2	2	4	22
34	5	5	5	5	5	2	4	3	34
35	3	5	4	3	4	3	3	4	29
36	5	5	5	5	5	5	5	4	39
37	4	4	3	4	4	3	2	3	27
38	3	5	4	4	4	4	5	4	33
39	3	3	3	4	3	4	5	3	28
40	2	4	2	4	4	4	4	4	28
41	4	4	3	4	3	5	5	4	32
42	4	4	4	4	4	4	3	3	30
43	5	2	3	4	4	5	5	4	32
44	3	3	4	3	5	4	3	4	29
45	3	4	3	3	4	2	4	3	26
46	2	4	3	3	3	4	3	4	26
47	3	4	4	4	4	4	5	3	31
48	3	4	4	3	3	5	4	4	30
49	3	3	3	4	3	4	3	4	27
50	5	5	3	4	3	5	3	3	31
51	4	3	3	4	3	4	4	3	28
52	4	5	3	3	4	2	4	4	29
53	4	5	4	4	3	3	4	4	31
54	4	5	4	3	3	5	4	4	32
55	3	5	5	3	5	3	3	3	30
56	2	4	3	4	5	4	2	2	26
57	5	4	4	4	5	4	2	3	31
58	3	4	4	4	4	4	3	4	30
59	4	3	3	3	4	5	3	3	28
60	4	4	4	3	5	5	4	4	33
61	3	5	4	3	5	4	4	5	33
62	2	4	4	3	5	5	4	3	30
63	3	4	3	4	5	4	5	4	32
64	3	4	3	4	4	4	5	4	31

65	3	3	3	4	3	3	4	5	28
66	4	5	3	4	5	4	5	5	35
67	3	4	4	5	3	5	4	3	31
68	4	5	3	3	5	5	4	4	33
69	4	4	3	4	4	2	4	4	29
70	2	3	3	2	3	3	3	4	23



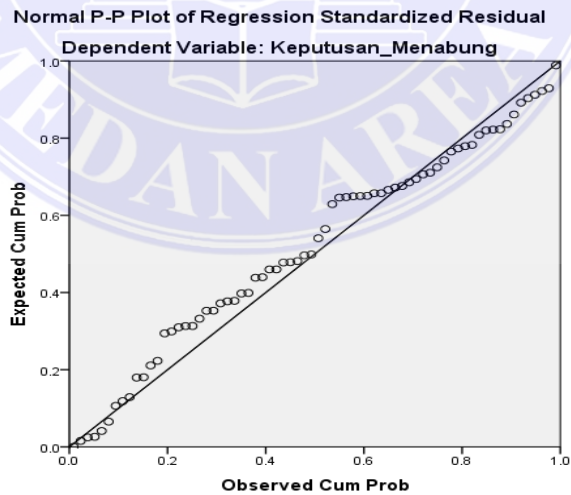
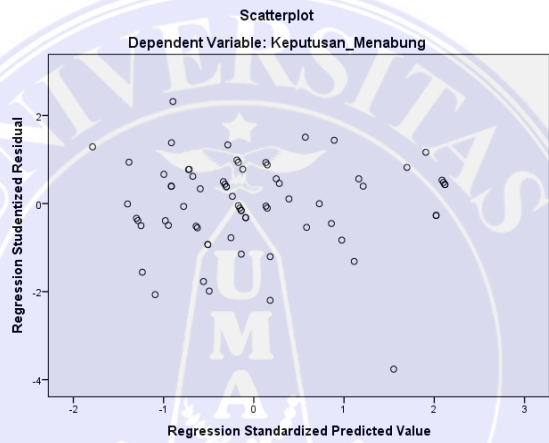
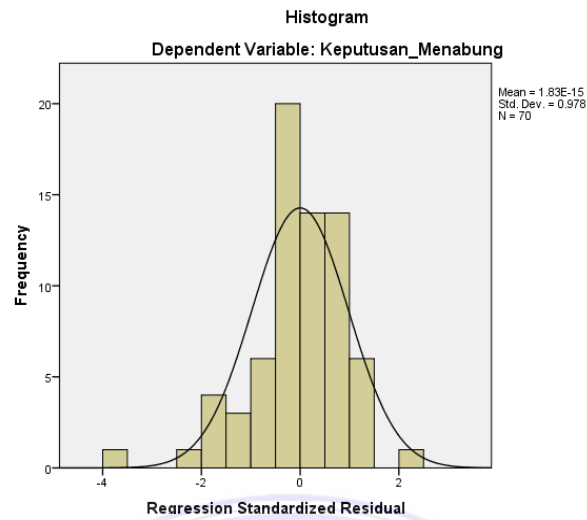
Lampiran 3

Regression

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Motivasi, Religiusitas, Kelompok_Referensi ^b		Enter
a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.957 ^a	.915	.911	1.025
a. Predictors: (Constant), Motivasi, Religiusitas, Kelompok_Referensi				
b. Dependent Variable: Keputusan_Menabung				

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.006	1.199		1.673	.099			
	Religiusitas	1.167	.075	.917	15.664	.000	.375	2.664	
	Kelompok_Referensi	-.056	.071	-.047	-.788	.434	.358	2.797	
	Motivasi	.109	.048	.113	2.272	.026	.515	1.940	
a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung									



Lampiran Surat Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1640 /FEB / 01.1/1/2022
Lamp
Perihal : Izin Research / Survey

31 Januari 2022

Kepada, Yth
Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapakan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : ATHIFAH ZALFA LESMANA
N P M : 188320265
Program Studi : Manajemen
Judul : **Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan)**

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang
Kependidikan, Penelitian Dan Pengabdian





Sari Muzaffina Ramadhan, SE,M.Acc,Ak

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Peringgal

Lampiran Surat Selesai Riset

	Head Office Menara Mega Syariah Jl. HR, Rasuna Said Kav. 19A Jakarta 12950 T+62 21 2985 2000 F+62 21 2985 2200 www.megasyariah.co.id 06 Juni 2022
Nomor	: 028/KC-MDN/20009/VI/2022
Hal	: Surat Pemberitahuan Selesai Riset
Kepada Yth : Dekan/ Wakil Dekan Bidang Kependidikan, Penelitian Dan Pengabdian Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi Dan Bisnis	
Assalamu'alaikum Wr.Wb	
Bersama ini kami sampaikan, bahwa untuk Mahasiswa Universitas Medan Area, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yaitu atas nama:	
1. Nama	: Athifah Zalfa Lesmana
NIM	: 188320265
Program Studi	: Manajemen
Judul Riset	: Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Iskandar Muda, Medan)
Telah selesai melakukan Riset , dengan judul diatas yaitu pada tanggal <u>1 April 2022</u> , dengan mekanisme pengisian Google Form , yang sudah dilakukan oleh beberapa nasabah Bank Mega Syariah. Demikian surat pemberitahuan selesai Riset ini kami sampaikan. Untuk dapat digunakan dengan semestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.	
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh	
 Pinta Nailah Lubis Branch Manager KC Medan	