

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Organisasi Remaja Masjid Agung Al-Munawwar Tulungagung atau yang biasa disingkat REMAS AL-MUNAWWAR Tulungagung adalah perkumpulan pemuda masjid yang melakukan aktivitas sosial dan ibadah di lingkungan masjid Al-Munawwar. Organisasi ini berkedudukan di Masjid Agung Al-Munawwar Tulungagung Jalan KH. Wahid Hasyim No. 2 Telp. (0355) 322883 Tulungagung 66211. Organisasi ini didirikan sampai waktu yang tidak ditentukan.

Adapun mengenai sarana-sarana yang dimiliki oleh REMAS AL-MUNAWWAR adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Sarana dan Prasarana Remas Al-Munawwar

No.	Jenis Alat	Jumlah
1.	Sekretariat Remas	1 ruangan
2.	LCD Proyektor	1 set
3.	AC	1 Buah
4.	Kipas Angin	1 Buah
5.	Papan Tulis	1 Buah
6.	Meja	1 Buah
7.	Lemari	2 Buah
8.	Meja Komputer	1 Buah
9.	Komputer	1 Set
10.	Rak Buku	1 Buah

Sumber: Dokumentas Remas Al-Munawwar

Dengan sarana-sarana yang dimiliki saat ini, masih perlu ditambah lagi kelengkapan-kelengkapan lainnya yang dapat menunjang kelancaran kegiatan yang dilaksanakan Remas Al-Munawwar.⁴¹

B. Visi dan Misi

1. REMAS AL-MUNAWWAR Tulungagung mempunyai visi yakni **“Membentuk Manusia yang Beriman, Bertaqwa dan Berakhlak Mulia”**.
2. REMAS AL-MUNAWWAR Tulungagung memiliki misi yakni **“Memakmurkan Masjid”**.

C. Keanggotaan Organisasi

Jumlah anggota REMAS AL-MUNAWWAR Tulungagung berjumlah 90 orang. Berikut tabel beserta keterangan umur anggota REMAS AL-MUNAWWAR Tulungagung:

Tabel 4.2 Tabel Anggota Remas Al-Munawwar

No.	Nama	Janis Kelamin	Umur
1.	Dimas Bayu Kurniawan	Laki-laki	19 tahun
2.	Dyah Ayu Candra Shakti	Perempuan	22 tahun
3.	M. Fikri Afthoni	Laki-laki	19 tahun
4.	Dias Vetry S.	Perempuan	22 tahun
5.	Aris Nurbatnirizal	Laki-laki	24 tahun
6.	Rosita Elok Puja Iklima	Perempuan	21 tahun
7.	Nurina Mizanina Zahwa	Perempuan	21 tahun

⁴¹ Sigit Kurniawan, *Ketua Umum REMAS AL-MUNAWWAR Tulungagung, Wawancara Pribadi, Tulungagung, 12 Agustus 2020.*

No.	Nama	Janis Kelamin	Umur
8.	Sigit Kurniawan	Laki-laki	25 tahun
9.	Nur Kumala Jati	Perempuan	-
10.	Erma Tri Oktaria	Perempuan	24 tahun
11.	Ima Nikhen Fadilla S.	Perempuan	-
12.	Ach. Ilham Sulaiman	Laki-laki	20 tahun
13.	Anggi Fikri Aula	Perempuan	-
14.	Robby Sugiarto	Laki-laki	21 tahun
15.	Miftaqul Huda	Laki-laki	22 tahun
16.	Asfiatun Nahdiah	Perempuan	21 tahun
17.	Auriel Rahma Sanita S.	Perempuan	20 tahun
18.	Amantul Wakhid	Laki-laki	25 tahun
19.	Feni Nurmawati	Perempuan	18 tahun
20.	Niyatus Solikah	Perempuan	22 tahun
21.	Rahayu Nur Fatmawati	Perempuan	23 tahun
22.	Zidni Nur Ilman Najib	Laki-laki	19 tahun
23.	Wahyu Aulia Alfa Rizky	Perempuan	21 tahun
24.	Septi Fatma Fauziyah	Perempuan	22 tahun
25.	Cahyani Islamiah	Perempuan	21 tahun
26.	Yuna Wirul Fitriani	Perempuan	23 tahun
27.	Yusrilia Khuriyatul Fadlilah	Perempuan	22 tahun
28.	Roudlotul Ilma Khasanah	Perempuan	22 tahun
29.	Fahri Qo'id Khoirullah	Laki-laki	17 tahun
30.	Hafis Bagus Fauzi	Laki-laki	20 tahun
31.	Antri Arta	Laki-laki	20 tahun
32.	Indra Wiantoro	Laki-laki	22 tahun
33.	Rescy Asropi	Laki-laki	25 tahun
34.	Enggar Minarrianti	Perempuan	21 tahun
35.	Lilis Dita Nur Azizah	Perempuan	18 tahun
36.	Aqidatul Rohmah	Perempuan	20 tahun
37.	Indah Khoirun Nisa	Perempuan	17 tahun
38.	Rio Arhanza Putra	Laki-laki	18 tahun
39.	M. Khasan Noto Raharjo	Laki-laki	19 tahun
40.	M. Rizki Fauzan Saputra	Laki-laki	19 tahun
41.	Nur Afifah	Perempuan	20 tahun
42.	Whita Fatimatuz Zahro	Perempuan	21 tahun
43.	Siti Zahrotun Nisa	Perempuan	22 tahun

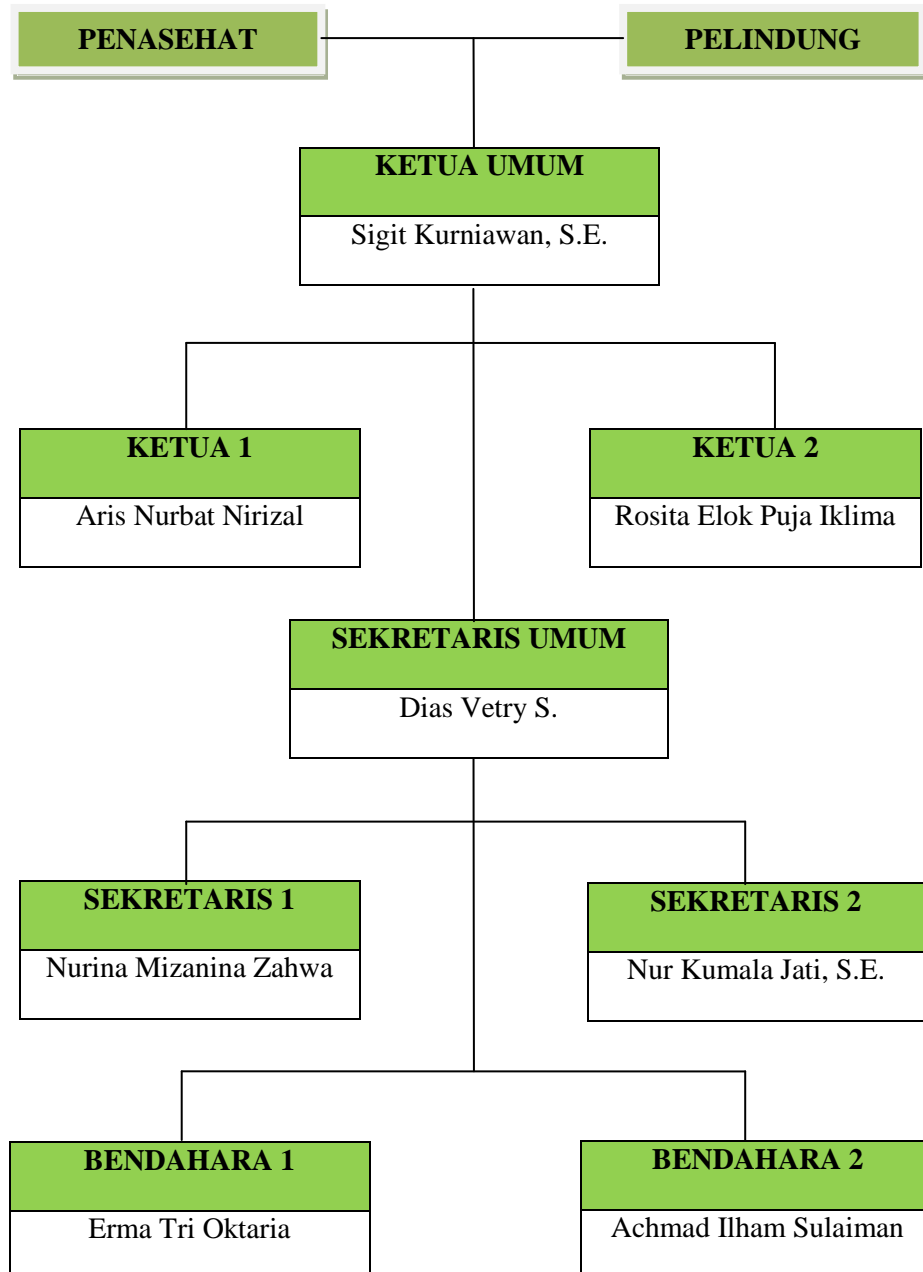
No.	Nama	Janis Kelamin	Umur
44.	Giri Nurul Furqon	Laki-laki	21 tahun
45.	Ulfatun Nisak	Perempuan	22 tahun
46.	Abdul Rohman	Laki-laki	21 tahun
47.	Zen Ali Mahasin	Laki-laki	21 tahun
48.	Juan Angela Alma	Perempuan	19 tahun
49.	Risma Dwi Astuti	Perempuan	23 tahun
50.	Afifah Hardiyah Asy'ari	Perempuan	22 tahun
51.	Yudha Agung Prasetya	Laki-laki	20 tahun
52.	Salsabilla Hibatullah	Perempuan	21 tahun
53.	Khabib Khoiri	Laki-laki	19 tahun
54.	Hajar Nava Khunafi	Perempuan	21 tahun
55.	Umi Nafisah	Perempuan	23 tahun
56.	M. Alif Al-Ghibran	Laki-laki	17 tahun
57.	Ishitsuka Ayumi Rena	Perempuan	18 tahun
58.	Sayla Rizqiyah	Perempuan	21 tahun
59.	Afifah Afra Amatullah	Perempuan	17 tahun
60.	Diyah Tri Astuti	Perempuan	25 tahun
61.	Zida Amalia	Perempuan	23 tahun
62.	Charir Nuravivah	Perempuan	22 tahun
63.	Refy Ristiani	Perempuan	22 tahun
64.	Lathifatul Hasanah	Perempuan	19 tahun
65.	Syauqi Al-Amin	Laki-laki	20 tahun
66.	M. Nur Aziz	Laki-laki	21 tahun
67.	Ilham Baihaki Zulfanur	Laki-laki	18 tahun
68.	Risqi Kurniawan	Laki-laki	22 tahun
69.	Khoiun Nisak	Perempuan	23 tahun
70.	Arfian Widya Mukti	Laki-laki	19 tahun
71.	Lutfiah Manzilina Majidah	Perempuan	21 tahun
72.	Linaa Uswatun Chasanah	Perempuan	20 tahun
73.	Wendi Hesti Lia Makin	Perempuan	22 tahun
74.	M. Alwi Abdilah	Laki-laki	18 tahun
75.	Annisa Uswatun Hasanah	Perempuan	22 tahun
76.	M. Rizky Maulana	Laki-laki	21 tahun
77.	Ilma Sauma Azzahro'	Perempuan	17 tahun
78.	M. Amir Mahmud	Laki-laki	19 tahun
79.	Clariya Devi Utami	Perempuan	18 tahun
80.	Nabila Rahmatika	Perempuan	22 tahun
81.	Titis Duwi Sundari	Perempuan	20 tahun

No.	Nama	Janis Kelamin	Umur
82.	Arina Qurotul A'yun	Perempuan	21 tahun
83.	Qutru Nada Munawaroh	Perempuan	18 tahun
84.	Naala Akmala H. A.	Perempuan	23 tahun
85.	Mutiara Anggun Fitria	Perempuan	21 tahun
86.	Hana Pertiwi	Perempuan	23 tahun
87.	Bayu Perdana Saputra	Laki-laki	21 tahun
88.	Firdaus Chamaru Z.	Laki-laki	25 tahun
89.	Fahmi Lathif	Laki-laki	21 tahun
90.	M. Langgeng Priyo Utomo	Laki-laki	20 tahun

D. Struktur Pengurus Remas Al-Munawwar

Struktur pengurus adalah cerminan untuk menggambarkan suatu keadaan formal dari sebuah organisasi, hal ini bertujuan agar mengetahui tugas pokok dan fungsi dari masing-masing anggota dalam organisasi tersebut. Pemilihan ketua REMAS AL-MUNAWWAR di laksanakan secara musyawarah dan mufakat dari anggota atau biasa disebut dengan MUSREM (Musyawarah Remas). Pemilihan ketua ataupun pengurus diadakan sebagai penyegaran dan memberikan kesempatan pada remaja yang lain untuk menjadi pengurus REMAS AL-MUNAWWAR. Berikut struktur pengurus remaja masjid Al-Munawwar Tulungagung:

Bagan 4.1 Struktur Pengurus REMAS AL-MUNAWWAR⁴²



⁴² Sigit Kurniawan, *Ketua Umum REMAS AL-MUNAWWAR Tulungagung, Wawancara Pribadi, Tulungagung, 05 Agustus 2020.*

E. Program Kegiatan Remas Al-Munawwar

Organisasi Remas Al-Munawwar memiliki program-program kegiatan tahun 2020 yang harus dilaksanakan dalam 1 tahun kedepan yaitu:⁴³

1. Kegiatan harian, berupa:
 - a. Kajian hadist setiap hari senin dan jum'at.
 - b. Pembinaan guru TPQ setiap hari selasa.
 - c. Pagar Nusa (PN) setiap hari rabu.
 - d. Shalawat Al-Habsy dan Muhibbin setiap hari kamis malam.
 - e. Pembinaan qiroat setiap hari sabtu.
2. Kegiatan mingguan, berupa kajian hadist setiap hari minggu.
3. Kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI), berupa:
 - a. Peringatan 1 Muharram
 - b. Peringatan Maulid
 - c. Peringatan Isra' Mi'raj
 - d. Peringatan Nuzulul Qur'an
 - e. Peringatan Hari Raya Idul Adha
 - f. Peringatan Hari Raya Idul Fitri
4. Kegiatan tahunan, berupa:
 - a. Bina Siswa Qur'ani (BIWANI)
 - b. Youth Education Online Seminar Al-Munawwar (YEOSA)
 - c. Khotmil Qur'an

⁴³ Sigit Kurniawan, *Ketua Umum REMAS AL-MUNAWWAR Tulungagung, Wawancara Pribadi, Tulungagung, 05 Agustus 2020.*

- d. Bootcamp
- e. Selling Car Free Day
- f. Penerimaan anggota baru Remas A-Munawwar (PAB)
- g. Pembuatan Kartu Tanda Anggota (KTA)
- h. Pengaktifan kembali Media Sosial (Medsos) Remas
- i. Senam Hijaiyah
- j. Sinawang kekancan
- k. Musyawarah Remas (Musrem)

Sedangkan program-program kegiatan tahun 2019 yang sudah berhasil dilaksanakan oleh Remas Al-Munawwar adalah sebagai berikut:⁴⁴

1. Goes El-Muna
2. Futsal El-Muna
3. Ziaroh wali dan study banding masjid
4. Silaturahmi Remas se-ASEAN
5. *Car Free Day* Kewirausahaan
6. FASI XI
7. Khotmil Qur'an
8. Pelatihan dasar-dasar Qiraat se-Kabupaten Tulungagung
9. Gema shalawat 2019
10. Bedah buku sejarah masjid

⁴⁴ Sigit Kurniawan, *Ketua Umum REMAS AL-MUNAWWAR Tulungagung, Wawancara Pribadi, Tulungagung, 12 Agustus 2020.*

Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan sesuai kesepakatan bersama antara pengurus dan anggota Remas Al-Munawwar dan diusahakan agar semua remaja masjid dapat ikut aktif dalam kegiatan tersebut. Dengan mengikuti kegiatan tersebut, maka para remaja akan mendapat pengalaman keagamaan dan menambah kemantapan iman dan ketaqwaan kepada Allah SWT.

F. Deskripsi Data Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 40 orang, dimana orang-orang tersebut adalah anggota remaja masjid Al-Munawwar yang sudah mempunyai rekening bank syariah.

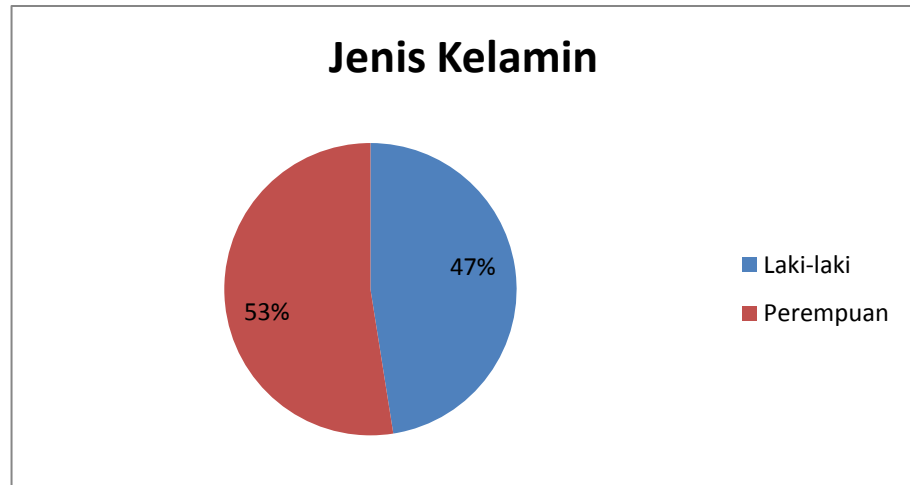
Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	19	47,5 %
2.	Perempuan	21	52,5 %
Jumlah		40	100 %

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari total 40 responden, 19 oran berjenis kelamin laki-laki dan 21 orang berjenis kelamin perempuan.

Gambar 4.1
Diagram Lingkaran
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4.1 menunjukkan bahwa dari 40 responden, 47,5 % berjenis kelamin laki-laki, dan 52,5 % lainnya berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

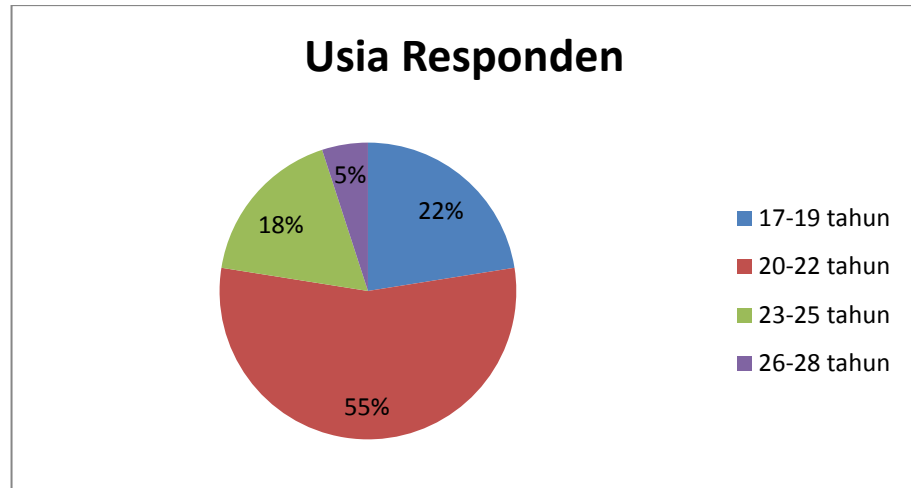
Berdasarkan data yang diperoleh, kisaran usia responden dalam penelitian ini adalah kurang lebih berumur antara 17 tahun-26 tahun.

Berikut tabel yang menjelaskannya:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Umur	Jumlah	Presentase
1.	17-19	9	22,5 %
2.	20-22	22	55 %
3.	23-25	7	17,5 %
4.	26-28	2	5 %
Jumlah		40	100 %

Gambar 4.2
Diagram Lingkaran
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan tabel 4.4 dan gambar 4.2 Diagram Lingkaran, dapat diketahui dari 40 responden bahwa jumlah responden yang berusia 17-19 tahun sebanyak 22%, 20-22 tahun sebanyak 55%, 23-25 tahun sebanyak 18%, dan 26-28 tahun sebanyak 5%. Data tersebut menjelaskan bahwa usia responden yang paling banyak adalah antara umur 20-22 tahun.

G. Deskripsi Variabel

1. Variabel Religiusitas (X_1)

Religiusitas dalam penelitian ini diukur oleh 3 indikator, yaitu pendidikan, pengalaman, dan faktor kehidupan. Dari ketiga indikator tersebut, diubah menjadi 3 pertanyaan. Selanjutnya data yang telah

terkumpul dari jawaban responden tentang religiusitas dapat dijelaskan secara rinci, pada tabel dibawah ini:

a. Pendidikan ($X_{1.1}$)

Tabel 4.5

Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Pendidikan ($X_{1.1}$)

Saya sudah belajar keagamaan sejak di Sekolah Dasar				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	32	80 %
2.	Setuju	4	8	20 %
3.	Netral	3	0	0
4.	Tidak Setuju	2	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber : Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 dalam pernyataan $X_{1.1}$ yang berbunyi “Saya sudah belajar keagamaan sejak di Sekolah dasar”, dapat diketahui jawaban dari 40 responden, sebanyak 32 responden atau 80 % menyatakan sangat setuju dan sebanyak 8 responden atau 20 % menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan pembelajaran keagamaan sejak dini.

b. Faktor Pengalaman ($X_{1.2}$)

Tabel 4.6

**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Faktor
Pengalaman ($X_{1.2}$)**

Saya merasa takut untuk berbuat dosa				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	26	65 %
2.	Setuju	4	13	32,5 %
3.	Netral	3	1	2,5 %
4.	Tidak Setuju	2	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 dalam pernyataan $X_{1.2}$ yang berbunyi “Saya merasa takut berbuat dosa”, dapat diketahui jawaban dari 40 responden, sebanyak 26 responden atau 65 % menyatakan sangat setuju, 13 responden atau 32,5 % menyatakan setuju, dan 1 responden atau 2,5 % menyatakan netral. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan ketakutannya untuk berbuat dosa.

c. Faktor Kehidupan ($X_{1.3}$)

Tabel 4.7

**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Faktor Kehidupan
($X_{1.3}$)**

Segala hal baik akan kembali baik kepada diri sendiri				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	28	70 %
2.	Setuju	4	11	27,5 %
3.	Netral	3	1	2,5 %
4.	Tidak Setuju	2	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 dalam pernyataan $X_{1.3}$ yang berbunyi “Segala hal baik akan kembali baik kepada diri sendiri”, dapat diketahui jawaban dari 40 responden, sebanyak 28 responden atau 70% menyatakan sangat setuju, 11 responden atau 27,5 % menyatakan setuju, dan 1 responden atau 2,5 % menyatakan netral. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan segala hal baik yang akan kembali baik juga kepada diri sendiri.

2. Variabel Promosi (X_2)

Promosi dalam penelitian ini diukur menggunakan 4 indikator yaitu periklanan, personal selling, publisitas, dan promosi penjualan. Ketiga indikator tersebut telah diubah menjadi lima pernyataan. Selanjutnya data yang telah terkumpul dari jawaban responden tentang promosi dapat dijelaskan secara rinci, pada tabel dibawah ini:

a. Periklanan (X_{2,1})

Tabel 4.8

Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Periklanan (X_{2,1})

Bank Syariah menggunakan media massa sebagai sarana promosi				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	3	7,5 %
2.	Setuju	4	15	37,5 %
3.	Netral	3	20	50 %
4.	Tidak Setuju	2	2	5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 dalam pernyataan X_{2,1} yang berbunyi “Bank Syariah menggunakan media massa sebagai sarana promosi”, dapat diketahui jawaban dari 40 responden, sebanyak 3 responden atau 7,5 % menyatakan sangat setuju, 15 responden atau 37,7 % menyatakan setuju, 20 responden atau 50 % menyatakan netral, dan 2 responden atau 5 % menyatakan tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden netral dengan media massa yang digunakan bank syariah sebagai sarana promosi.

b. Personal Selling (X_{2.2})

Tabel 4.9

**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Personal Selling
(X_{2.2.1})**

Bank Syariah melakukan promosi sebagai pihak sponsor pada acara-acara tertentu				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	4	10 %
2.	Setuju	4	10	25 %
3.	Netral	3	24	60 %
4.	Tidak Setuju	2	2	5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 dalam pernyataan X_{2.2.1} yang berbunyi “Bank Syariah melakukan promosi sebagai pihak sponsor pada acara-acara tertentu”, dapat diketahui jawaban dari 40 responden, sebanyak 4 responden atau 10 % menyatakan sangat setuju, 10 responden atau 25 % menyatakan setuju, 24 responden atau 60% menyatakan netral, dan 2 responden atau 5 % menyatakan tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden netral dengan promosi yang dilakukan bank syariah melalui keikutsertaannya sebagai pihak sponsor pada acara-acara tertentu.

Tabel 4.10**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Personal Selling****(X_{2.2.2})**

Bank Syariah melakukan promosi melalui acara-acara tertentu seperti jalan sehat dan stand layanan publik				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	4	10 %
2.	Setuju	4	17	42,5 %
3.	Netral	3	15	37,5 %
4.	Tidak Setuju	2	4	10 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 dalam pernyataan X_{2.2.2} yang berbunyi “Bank Syariah melakukan promosi melalui acara-acara tertentu seperti jalan sehat dan layanan publik”.

Dapat diketahui jawaban dari 40 responden, sebanyak 4 responden atau 10 % menyatakan sangat setuju, 17 responden atau 42,5 % menyatakan setuju, 15 responden atau 37,5 % menyatakan netral, dan 4 responden atau 10 % menyatakan tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden setuju dengan kegiatan bank syariah yang melakukan promosi melalui acara-acara tertentu seperti jalan sehat dan stand layanan publik.

c. Publisitas ($X_{2,3}$)

Tabel 4.11

Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Publisitas ($X_{2,3}$)

Bank Syariah menggunakan media cetak (brosur, pamvlet, dll) sebagai sarana promosi				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	10	25 %
2.	Setuju	4	22	55 %
3.	Netral	3	7	17,5 %
4.	Tidak Setuju	2	1	2,5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 dalam pernyataan $X_{2,3}$ yang berbunyi “Bank Syariah menggunakan media cetak (brosur, pamvlet, dll) sebagai sarana promosi”, dapat diketahui jawaban dari 40 responden, sebanyak 10 responden atau 25 % menyatakan sangat setuju, 22 responden atau 55 % menyatakan setuju, 7 responden atau 17,5 % menyatakan netral, dan 1 responden atau 2,5 % menyatakan tidak setuju. Hasil ini berarti bahwa responden setuju dengan penggunaan media cetak seperti brosur dan pamvlet sebagai sarana promosi bank syariah.

d. Promosi Penjualan ($X_{2,4}$)

Tabel 4.12

**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Promosi
Penjualan ($X_{2,4}$)**

Promosi yang dilakukan bank syariah sangat menarik				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	6	15 %
2.	Setuju	4	15	37,5 %
3.	Netral	3	18	45 %
4.	Tidak Setuju	2	1	2,5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 dalam pernyataan $X_{2,4}$ yang berbunyi “Promosi yang dilakukan bank syariah sangat menarik”, dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 6 responden atau 15% sebanyak 15 responden atau 37,5 % menyatakan setuju, 18 responden atau 45 % menyatakan netral, dan 1 responden atau 2,5 % menyatakan tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden netral terhadap promosi yang dilakukan oleh bank syariah.

3. Variabel Informasi Produk Bank Syariah (X_3)

Informasi produk bank syariah dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 indikator yaitu pengetahuan, pengalaman, dan pemberitaan media massa. Ketiga indikator tersebut diubah menjadi lima pernyataan, dimana indikator pengetahuan terdiri dari 2 pernyataan, indikator pengalaman terdiri dari 2 pernyataan, dan

indikator pemberitaan media massa terdiri dari 1 pernyataan. Selanjutnya data yang telah terkumpul dari jawaban responden tentang informasi produk bank syariah dapat dijelaskan secara rinci, pada tabel dibawah ini:

a. Pengetahuan ($X_{3.1}$)

Tabel 4.13

Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Pengetahuan

($X_{3.1.1}$)

Saya menabung di bank syariah karena tidak mengandung riba				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	12	30 %
2.	Setuju	4	16	40 %
3.	Netral	3	10	25 %
4.	Tidak Setuju	2	2	5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 dalam pernyataan $X_{3.1.1}$ yang berbunyi “Saya menabung di bank syariah karena tidak mengandung riba”. Dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 12 responden atau 30 % menyatakan sangat setuju, 16 responden atau 40 % menyatakan setuju, 10 responden atau 25 % menyatakan netral, dan 2 responden atau 5 % menyatakan tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden setuju dengan menabung di bank syariah adalah untuk menghindari riba.

Tabel 4.14**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Pengetahuan****(X_{3.1.2})**

Bank Syariah memiliki produk dan layanan sesuai dengan prinsip syariah				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	15	37,5 %
2.	Setuju	4	19	47,5 %
3.	Netral	3	5	12,5 %
4.	Tidak Setuju	2	1	2,5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 dalam pernyataan X_{3.1.2} yang berbunyi “Bank Syariah memiliki produk dan layanan sesuai dengan prinsip syariah”.Dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 15 responden atau 37,5 % menyatakan sangat setuju, 19 responden atau 47,5 % menyatakan setuju, 5 responden atau 12,5 % menyatakan netral, dan 1 responden atau 2,5 % menyatakan tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden setuju bahwa bank syariah memiliki produk dan layanan sesuai dengan prinsip syariah.

b. Pengalaman ($X_{3.2}$)

Tabel 4.15

**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Pengalaman
($X_{3.2.1}$)**

Saya menabung di bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil yang lebih adil				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	10	25 %
2.	Setuju	4	18	45 %
3.	Netral	3	12	30 %
4.	Tidak Setuju	2	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.15 dalam pernyataan $X_{3.2.1}$ yang berbunyi “Saya menabung di bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil yang lebih adil”.

Dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 10 responden atau 25 % menyatakan sangat setuju, 18 responden atau 45 % menyatakan setuju, dan 12 responden atau 30% menyatakan netral. Hal ini berarti bahwa responden setuju bahwa menabung di bank syariah menggunakan sistem bagi hasil yang lebih adil.

Tabel 4.16**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Pengalaman****(X_{3.2.2})**

Bank Syariah menyalurkan dananya pada usaha yang halal dan menguntungkan bagi kemaslahatan umat				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	13	32,50%
2.	Setuju	4	15	37,50%
3.	Netral	3	12	30,00%
4.	Tidak Setuju	2	0	0,00%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100%

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.16 dalam pernyataan X_{3.2.2} yang berbunyi “ Bank Syariah menyalurkan dananya pada usaha yang halal dan menguntungkan bagi kemaslahatan umat”, dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 13 responden atau 32,5 % menyatakan sangat setuju, 15 responden atau 37,5 % menyatakan setuju, dan 12 responden atau 30 % menyatakan netral. Hal ini berarti bahwa responden setuju dengan bank syariah yang menyalurkan dananya pada usaha yang halal dan menguntungkan bagi kemaslahatan umat.

c. Pemberitaan Media Massa ($X_{3,3}$)

Tabel 4.17

**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Pemberitaan
Media Massa ($X_{3,3}$)**

Saya mengetahui informasi tentang bank syariah melalui media elektronik				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	11	27,5 %
2.	Setuju	4	18	45 %
3.	Netral	3	8	20 %
4.	Tidak Setuju	2	2	5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	2,5 %
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 dalam pernyataan $X_{3,3}$ yang berbunyi “Saya mengetahui informasi tentang bank syariah melalui media elektronik”,.

Dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 11 responden atau 27,5 % menyatakan sangat setuju, 18 responden atau 45 % menyatakan setuju, 8 responden atau 20 % menyatakan netral, 2 responden atau 5 % menyatakan tidak setuju dan 1 responden atau 2,5 % menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden setuju mengetahui tentang bank syariah melalui media elektronik.

4. Variabel Minat Menabung (Y)

Minat menabung dalam penelitian ini diukur oleh 3 indikator yaitu faktor pribadi, motif sosial, dan faktor emosional. Ketiga indikator tersebut telah diubah menjadi tiga pernyataan, masing-masing indikator satu pertanyaan. Selanjutnya data yang telah terkumpul dari jawaban responden tentang promosi dapat dijelaskan secara rinci, pada tabel dibawah ini:

a. Faktor Pribadi (Y₁)

Tabel 4.18

Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Faktor Pribadi

(Y₁)

Saya menabung di bank syariah karena keinginan saya sendiri				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	14	35 %
2.	Setuju	4	8	20 %
3.	Netral	3	16	40 %
4.	Tidak Setuju	2	2	5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 dalam pernyataan Y₁ yang berbunyi “Saya menabung di bank syariah karena keinginan saya sendiri”, dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 14 responden atau 35% menyatakan sangat setuju, 8 responden atau 20 % menyatakan setuju, 16 responden atau 40% menyatakan netral, dan 2 responden atau 5 % menyatakan tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden

netral terhadap keputusan menabung di bank syariah karena keinginan diri sendiri.

b. Motif Sosial (Y₂)

Tabel 4.19

Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Motif Sosial (Y₂)

Saya menabung di bank syariah karena pengaruh dari keluarga, teman, dan masyarakat sekitar				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	6	15 %
2.	Setuju	4	6	15 %
3.	Netral	3	22	55 %
4.	Tidak Setuju	2	5	12,5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	2,5 %
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.19 dalam pernyataan Y₂ yang berbunyi “Saya menabung di bank syariah karena pengaruh dari keluarga, teman, dan masyarakat sekitar”.

Dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 6 responden atau 15 % menyatakan sangat setuju, 6 responden atau 15 % menyatakan setuju, 22 responden atau 55 % menyatakan netral, 5 responden atau 12,5 % menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 2,5 % menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden netral terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah karena pengaruh dari keluarga, teman, dan masyarakat sekitar.

c. Faktor Emosional (Y₃)

Tabel 4.20

**Hasil Skor Kuesioner Pernyataan Indikator Faktor Emosional
(Y₃)**

Saya merasa tenang ketika meninggalkan bank konvensional dan berpindah ke bank syariah				
No.	Item	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	13	32,5 %
2.	Setuju	4	8	20 %
3.	Netral	3	17	42,5 %
4.	Tidak Setuju	2	1	2,5 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	2,5 %
Jumlah			40	100 %

Sumber: Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 dalam pernyataan Y₃ yang berbunyi “Saya merasa tenang ketika meninggalkan bank konvensional dan berpindah ke bank syariah”.

Dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 13 responden atau 32,5 % menyatakan sangat setuju, 8 responden atau 20% menyatakan setuju, 17 responden atau 42,5 % menyatakan netral, 1 responden atau 2,5 % menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 2, 5 % menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini berarti bahwa responden netral dengan ketenangan yang mereka rasakan ketika meninggalkan bank konvensional dan berpindah ke bak syariah.

H. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data guna mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan / pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Data dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam penelitian ini, data diolah menggunakan SPSS 20 dengan taraf signifikansi 5%.

Adapun terdapat ketentuan pada uji validitas ini antara lain:

- a. Jika $r_{hitung} > 0,3120 r_{tabel}$ maka dikatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < 0,3120 r_{tabel}$ maka dikatakan data tidak valid.

Berikut adalah hasil dari uji validitas data pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.21

Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.2	0,567	0,312	Valid
	X1.1	0,335	0,312	Valid
	X1.3	0,373	0,312	Valid
Promosi (X2)	X2.1	0,684	0,312	Valid
	X2.2.1	0,616	0,312	Valid
	X2.2.2	0,64	0,312	Valid
	X2.3	0,515	0,312	Valid
	X2.4	0,476	0,312	Valid

Variabel	No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Informasi Produk Bank Syariah (X3)	X3.1.1	0,435	0,312	Valid
	X3.1.2	0,499	0,312	Valid
	X3.2.1	0,615	0,312	Valid
	X3.2.2	0,66	0,312	Valid
	X3.3	0,383	0,312	Valid
Minat Menabung (Y)	Y1	0,475	0,312	Valid
	Y2	0,344	0,312	Valid
	Y3	0,674	0,312	Valid

Sumber: Data Kuesioner diolah SPSS 20, 2020

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dalam suatu penelitian dilakukan sebab berkaitan dengan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.

Adapun skala dari uji ini sebagai berikut:

- a. 0,00 sampai dengan 0,20 berarti nilai *Alpha Cronbach* dikatakan kurang reliabel.
- b. 0,21 sampai dengan 0,40 berarti nilai *Alpha Cronbach* dikatakan agak reliabel.
- c. 0,41 sampai dengan 0,60 berarti nilai *Alpha Cronbach* dikatakan cukup reliabel.
- d. 0,61 sampai dengan 0,80 berarti nilai *Alpha Cronbach* dikatakan reliabel.
- e. 0,81 sampai dengan 1,00 berarti nilai *Alpha Cronbach* dikatakan sangat reliabel.

Hasil uji reabilitas dari masing-masing variabel dapat dilihat berikut ini:

a. Variabel Religiusitas (X_1)

Tabel 4.22

Hasil Uji Reabilitas Variabel Religiusitas (X_1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,604	,624	3

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.22, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel religiusitas X_1 sebesar 0,604 (masuk dalam skala 0,41 sama dengan 0,60) hal ini menunjukkan bahwa instrumen dari variabel religiusitas dinyatakan cukup reliabel.

b. Variabel Promosi (X_2)

Tabel 4.23

Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi (X_2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,801	,802	5

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.23 nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel promosi X_2 sebesar 0,801 (masuk dalam skala 0,61 sampai dengan 0,80) hal ini menunjukkan bahwa instrumen dari variabel promosi dinyatakan reliabel.

c. Variabel Informasi Produk Bank Syariah (X_3)

Tabel 4.24

**Hasil Uji Reabilitas Variabel Informasi Produk Bank Syariah
(X_3)**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,744	,755	5

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20, 2020

Berdasarkan tabel 2.24, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel informasi produk bank syariah (X_3) sebesar 0,744 (masuk dalam skala 0,61 sampai dengan 0,80) hal ini menunjukkan bahwa instrumen dari variabel informasi produk bank syariah dinyatakan reliabel.

d. Variabel Minat Menabung (Y)

Tabel 2.25

Hasil Uji Reabilitas Variabel Minat Menabung (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,676	,672	3

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20,2020

Berdasarkan tabel 4.25 nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel minat menabung Y sebesar 0,676 (masuk dalam skala 0,61 sampai dengan 0,80) hal ini menunjukkan bahwa instrumen dari variabel minat menabung dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*, dengan taraf signifikansi 5%. Untuk pengambilan keputusan harus memperhatikan beberapa ketentuan dibawah ini:

1. Jika (Sig.) > 0,05, maka residual berdistribusi normal.
2. Jika (Sig.) < 0,05, maka residual tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.26

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal	Mean	0E-7
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2,15290197
Most	Absolute	,101
Extreme	Positive	,101
Differences	Negative	-,062
Kolmogorov-Smirnov Z		,637
Asymp. Sig. (2-tailed)		,812

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20,2020

Berdasarkan tabel 4.26 menunjukkan bahwa nilai signifikansi atau *Asymp.Sig* (2-tailed) $> 0,05$ atau $,812 > 0,05$, hal ini menyatakan residual berdistribusi normal sesuai dengan ketentuan yang ada apabila *Sig.* $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas berguna untuk menguji terjadi atau tidaknya multikolinieritas pada suatu data, dengan melihat nilai dari *Variance Inflation Factors* (VIF) dan *Tolerance*. Jika angka *Tolerance* diatas 0,1 dan $VIF < 10$ dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas, dan sebaliknya.

Tabel 4.27

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8,289	5,335		1,554	,129		
X1	-,093	,321	-,045	-,290	,773	,999	1,001
X2	-,113	,135	-,139	-,841	,406	,889	1,125
X3	,298	,130	,378	2,291	,028	,890	1,124

a. Dependent Variable: Y

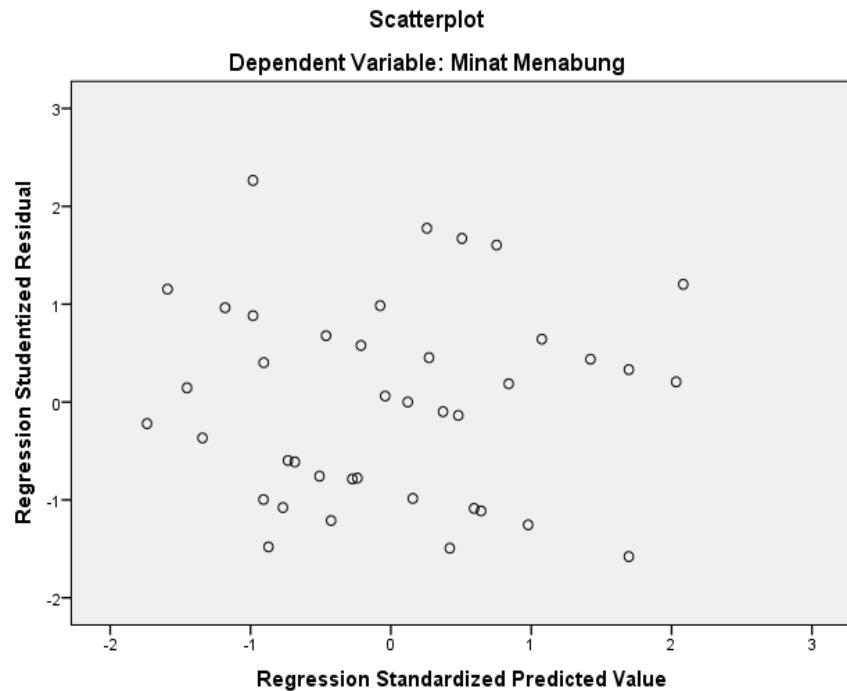
Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.27 menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas variabel religiusitas dengan VIF sebesar 1,001 dan *tolerance* 0,999, variabel promosi dengan VIF sebesar 1,125 dan *tolerance* 0,889, variabel informasi produk bank syariah dengan VIF sebesar 1,124 dan *tolerance* 0,890, maka dengan demikian data penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas karena nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* diatas 0,1.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model dan hal ini dapat dilihat pada pola gambar scatterplot. Adapun ketentuan yang harus diperhatikan jika tidak terdapat heteroskedastisitas antara lain:

1. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.
2. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas ataupun hanya di bawah saja.

Gambar 4.1**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20, 2020

Berdasarkan gambar 4.1 hasil penelitian menunjukkan bahwa gambar scatterplot penyebaran titik-titiknya tidak berpola, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 dan titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas ataupun di bawah saja. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian dengan tujuan guna mengetahui ada atau tidaknya

pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.28

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,289	5,335		1,554	,129
Religiusitas	-,093	,321	-,045	-,290	,773
Promosi	-,113	,135	-,139	-,841	,406
Informasi Produk Bank Syariah	,298	,130	,378	2,291	,028

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.28 dapat diketahui bahwa analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel religiusitas sebesar -0,093, variabel promosi sebesar -0,113, dan variabel informasi produk bank syariah sebesar 0,298 dengan nilai constant sebesar 0,289. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Atau

$$Y = 8,289 - 0,093 - 0,113 + 0,298$$

Keterangan:

- 1) Constant sebesar 8,289 artinya jika variabel religiusitas, variabel promosi, dan variabel informasi produk bank syariah dalam keadaan tetap atau sama dengan 0, maka minat menabung masyarakat mengalami peningkatan sebesar 8,289.
- 2) Koefisien regresi variabel religiusitas sebesar -0,093. Jika variabel religiusitas nilainya -0,093 artinya terjadi penurunan minat menabung masyarakat di bank syariah yang disebabkan oleh variabel religiusitas. Koefisien dengan nilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara religiusitas dengan minat menabung masyarakat di bank syariah, semakin naik nilai variabel religiusitas maka semakin turun minat menabung di bank syariah.
- 3) Koefisien regresi variabel promosi sebesar -0,11. Jika variabel promosi nilainya -0,113 artinya terjadi penurunan minat menabung masyarakat di bank syariah yang disebabkan oleh variabel promosi. Koefisien dengan nilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara promosi dengan minat menabung masyarakat di bank syariah, semakin naik nilai variabel promosi maka semakin turun minat menabung di bank syariah.
- 4) Koefisien regresi variabel informasi produk bank syariah sebesar 0,298, hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 1 skala dalam jawaban responden, maka informasi produk bank syariah

akan meningkatkan minat menabung masyarakat di bank syariah sebesar 0,298. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara informasi produk bank syariah dengan minat menabung masyarakat di bank syariah, semakin baik faktor informasi produk bank syariah akan semakin meningkat pula minat menabung masyarakat.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t atau uji parsial tujuannya untuk mengetahui apakah dalam regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, yang mana jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka uji regresi dikatakan signifikan, atau dengan melihat angka signifikan jika nilai sig. $< 0,05$ maka secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.29
Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,289	5,335		1,554	,129
Religiusitas	-,093	,321	-,045	-,290	,773
Promosi	-,113	,135	-,139	-,841	,406
Informasi Produk Bank Syariah	,298	,130	,378	2,291	,028

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20,2020

Besarnya angka t tabel berdasarkan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n-k)$ dengan n (jumlah responden) dan k (jumlah variabel independen) atau $(40-3) = 37$ sehingga memperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,6870. Adapun ketentuannya sebagai berikut: Dari tabel 4.29 dapat diketahui masing-masing pengaruh variabel sebagai berikut:

1) Variabel Religiusitas terhadap Minat Menabung

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan dari religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,290 dan t_{tabel} sebesar 1,6870 atau $t_{hitung} = -0,290 < 1,6870 = t_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0

diterima dan $H\alpha$ ditolak, dimana berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.

2) Variabel Promosi terhadap Minat Menabung

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari promosi terhadap minat menabung di bank syariah.

$H\alpha$: Terdapat pengaruh yang signifikan dari promosi terhadap minat menabung di bank syariah.

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,841 dan t_{tabel} sebesar 1,6870 atau $t_{hitung} = -0,841 < 1,6870 = t_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan $H\alpha$ ditolak, dimana berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap minat menabung di bank syariah.

3) Variabel Informasi Produk Bank Syariah terhadap Minat Menabung

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari promosi terhadap minat menabung di bank syariah.

$H\alpha$: Terdapat pengaruh yang signifikan dari religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.

Dari tabel *coefficient* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,291 dan t_{tabel} sebesar 1,6870 atau $t_{hitung} = 2,291 > 1,6870 = t_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan

H_0 diterima, dimana berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel informasi produk bank syariah dengan minat menabung di bank syariah.

b. Uji f (Simultan)

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Hasil uji f atau uji simultan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.30

Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	26,836	3	8,945	1,781	,168 ^b
Residual	180,764	36	5,021		
Total	207,600	39			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Informasi Produk Bank Syariah, Religiusitas, Promosi

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.30 hasil output ANOVA menunjukkan F sebesar 1,781 dengan nilai signifikansi 0,168. Sehingga dapat diketahui bahwa apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka dapat dikatakan uji regresi signifikan atau jika nilai sig. $< 0,05$ maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ialah signifikan. Hasil

dari uji f pada penelitian ini menunjukkan nilai f_{tabel} sebesar $1,781 < f_{hitung} 2,87$, artinya secara bersama-sama variabel independen religiusitas, promosi, dan informasi produk bank syariah tidak mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah. dan hal ini menunjukkan jawaban dari hipotesis H4 berbunyi “*Variabel Religiusitas, Promosi, dan Informasi Produk Bank Syariah berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Menabung Remaja Masjid pada Bank Syariah tidak dapat diterima*”.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Fungsi dari uji koefisien determinasi adalah untuk mengetahui besarnya seberapa besar presentase kontribusi pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Berikut ini rumus koefisien determinasi:

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

Keterangan:

R^2 : Koefisien Determinasi

r^2 : Koefisien Korelasi

Tabel 4.31**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,360 ^a	,129	,057	2,241

a. Predictors: (Constant), Informasi Produk Bank Syariah, Religiusitas, Promosi

Sumber: Data kuesioner diolah SPSS 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.31 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,129 atau 12,9%, mengandung arti bahwa variabel religiusitas, variabel promosi, dan variabel informasi produk bank syariah berpengaruh dan memberi kontribusi sebesar 12,9%, sedangkan sisanya $100\% - 12,9\% = 87,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lain dimana tidak diteliti dalam penelitian ini.