

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Bank Syariah

1. Landasan Hukum

- a. Surat Al-Baqarah ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۗ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”²⁰

²⁰ Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemah...* hal. 47

b. Surat Ali-Imran ayat 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۚ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”²¹

c. Surat An-Nisa’ ayat 29²²

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

d. Surat Al-Maidah ayat 1-2²³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا
يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحَلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۚ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ
وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا

²¹ Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemah...* hal. 66

²² *Ibid*, hal. 83

²³ Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemah...* hal 120

وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۖ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ
 الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا
 عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya."*

Sedangkan undang-undang yang mengatur tentang perbankan syariah yaitu Undang Undang Nomor 21 tahun 2008 yang berisi:²⁴

Bab satu berisi ketentuan umum, bab dua berisi asas, tujuan dan fungsi, bab tiga berisi perizinan, bentuk badan hukum, anggaran dasar dan kepemilikan, bab empat berisi jenis dan kegiatan usaha, kelayakan penyaluran dana, dan larangan bank syariah dan unit usaha

²⁴ Undang Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

syariah, bab lima berisi pemegang saham pengendali, dewan komisaris, DPS, direksi dan tenaga kerja asing, bab enam berisi tata kelola, prinsip kehati-hatian, dan pengelolaan risiko perbankan syariah, bab tujuh berisi rahasia bank, bab delapan berisi pembinaan dan pengawasan, bab sembilan berisi penyelesaian sengketa, bab sepuluh berisi sanksi administratif, bab 11 berisi ketentuan pidana, bab 12 berisi ketentuan peralihan, dan bab 13 berisi ketentuan.

2. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1, menjelaskan macam-macam bank berdasar prinsip yang digunakan:²⁵

- 1) Bank Konvensional adalah badan usaha yang dalam kegiatannya mengambil untung berupa bunga dan keuntungan diambil dari bunga pinjaman dikurangi dengan bungan simpanan.
- 2) Bank berdasarkan prinsip syariah, dibedakan menjadi dua macam, yaitu:
 - a) BUS atau Bank Umum Syariah, pengertiannya sama dengan bank pada umumnya hanya saja dalam aktifitasnya berprinsip pada hukum Islam dan dilarang mengambil riba. Riba adalah tambahan karena keterlambatan pembayaran dan memberatkan salah satu pihak.

²⁵ *Undang Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*

b) UUS atau Unit usaha syariah, merupakan cabang dari bank konvensional hanya saja dalam kegiatannya menggunakan prinsip syariat Islam.

b. Produk-produk Perbankan Syariah

Secara garis besar produk perbankan syariah dapat di bagi menjadi 3 yaitu produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, dan produk jasa yang diberikan bank kepada nasabahnya.

1) *Financing* atau penyaluran dana / pembiayaan

Produk pembiayaan bank syariah merupakan yang menyediakan sejumlah dana kepada nasabah dan mengembalikannya sesuai perjanjian antara pihak bank dan nasabah, yaitu:²⁶

a) Prinsip Jual Beli

Jual beli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan di depan dan termasuk harga dari harga yang dijual. Terdapat tiga jenis jual beli dalam pembiayaan modal kerja dan investasi dalam bank syariah, yaitu:

1) *Ba'i Al Murabahah*,

Jual beli dengan harga asal ditambah keuntungan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yg kemudian

²⁶ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan (Edisi Revisi)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 244

bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan.

2) *Ba'i As salam,*

Jual beli dimana nasabah bertindak sebagai pembeli dan pemesan memberikan uangnya di tempat akad sesuai dengan harga yang dipesan dan sifat barang telah disebutkan sebelumnya.

3) *Ba'i Al Istishna,*

Merupakan bagian dari *Ba'i Assalam* namun *ba'i al ishtishna* biasa digunakan dalam bidang manufaktur. Seluruh ketentuan *Ba'i Al Istishna* mengikuti *Ba'i Assalam* namun pembayaran dapat dilakukan beberapa kali pembayaran.²⁷

b) Prinsip sewa

Sewa menyewa berbentuk *Ijarah* dan *Ijarah Muntahiya Bittamlik*. *Ijarah*, adalah sewa menyewa antara pihak penyewa dan pihak yang menyewakan barang dan atau jasa dengan memberikan imbalan sesuai dengan kesepakatan. *Ijarah muntahiya bittamlik*, adalah sewa menyewa dengan pemberian opsi untuk membeli atau tidak objek sewa tersebut.

c) Prinsip Bagi Hasil

1) *Musyarakah*, salah satu produk bank syariah yang mana

²⁷ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*.....hal. 244-245

terdapat dua pihak atau lebih yang bekerjasama untuk meningkatkan asset yang dimiliki bersama dimana seluruh pihak memadukan sumber daya yang mereka miliki baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud.

2) *Mudharabah*, merupakan bentuk kerjasama dua pihak atau lebih dimana pemilik dana memberikan kepercayaan kepada pengelola dana dengan perjanjian pembagian keuntungan.²⁸

d) Prinsip meminjam

Pinjam meminjam, berbentuk Piutang *Qardh*. Piutang *Qardh*, yaitu kegiatan pinjam meminjam antara pihak yang meminjam dan pihak peminjam, dimana uang harus dikembalikan sesuai dengan jumlah yang dipinjam tanpa tambahan sepeser pun, dapat dikembalikan secara tunai atau angsuran sesuai dengan perjanjian yang sudah disepakati kedua pihak.

e) Multijasa

Berbentuk *Ijarah* dan *Kafalah*. *Ijarah*, adalah sewa menyewa antara pihak penyewa dan pihak yang menyewakan barang dan atau jasa dengan memberikan imbalan sesuai dengan kesepakatan. *Kafalah* atau jaminan, adalah penjaminan yang dilakukan tiga pihak, dimana pihak pertama menunjuk penjamin yaitu pihak ketiga untuk menjamin hutang dari pihak kedua.

²⁸ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*.....hal. 249

f) *Funding* atau penghimpunan dana

Semua kegiatan yang mempunyai kegiatan untuk menarik dana dari nasabah termasuk dalam bagian *funding*. Prinsip yang digunakan adalah wadiah atau tabungan, diantaranya yaitu: Giro Syariah, adalah dana simpanan yang setiap saat dibutuhkan bisa diambil dengan perantara *bilyet giro* atau *cek*. Tabungan Syariah, adalah simpanan yang tidak dapat diambil dengan *bilyet giro* atau *cek* atau yang disamakan dengan itu. Deposito Syariah, adalah simpanan yang dapat diambil sesuai dengan perjanjian atau kesepakatan bersama dan pada waktu tertentu sesuai kesepakatan.²⁹

g) Pelayanan jasa (*service*)

- 1) L/C atau *Letter of Credit Import* Syariah, yaitu surat diterbitkan oleh bank yang berisi pernyataan akan membayar kepada eksportir dengan persyaratan tertentu atas perintah importir.
- 2) Bank Garansi Syariah, pihak ketiga mendapatkan jaminan dari bank atas terpenuhinya kewajiban nasabah.
- 3) *Sharf* atau Penukaran Valas, pihak bank memberikan jasa untuk melakukan penukaran valuta asing baik yang sama maupun berbeda sesuai keinginan nasabah.³⁰

²⁹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*.....hal. 244

³⁰ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*.....hal. 253

3. Produk dan Layanan Bank Muamalat KCP Tulungagung

Dalam menawarkan dan memasarkan produk ke masyarakat, PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung menggunakan prinsip-prinsip syariah. Semua transaksi menggunakan akad syariah dan harus diiringi dengan tujuan yang jelas. Prinsip utama terletak pada tata cara atau pemberian imbalan yang dilakukan dengan sistem bagi hasil, dimana nasabah akan menerima imbalan sesuai dengan pendapatan hasil investasi yang dilakukan bank. Jadi, keuntungan akan dibagi dua sesuai dengan nisbah dan kerugian akan ditanggung bersama antara bank dengan nasabah. Berikut dipaparkan produk yang ada pada Bank Muamalat KCP Tulungagung:

a) Tabungan³¹

- 1) Tabungan iB Muamalat Haji Arafah dan Haji Arafah Plus, adalah tabungan bagi nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji yang terencana namun belum memiliki dana yang cukup, maka bank bisa memberikan talangan dan nasabah bisa mengangsurnya.
- 2) Tabungan iB Muamalat Umrah, adalah tabungan bagi nasabah yang ingin menunaikan ibadah umrah dengan aman dan nyaman.
- 3) Tabungan iB Muamalat, adalah tabungan yang digunakan untuk kenyamanan transaksi, berbelanja, layanan pembayaran, hingga kemudahan pembayaran ZIS (*zakat, infaq, shodaqoh*) melalui *mobile banking* dan *internet banking*.

³¹ Diakses melalui website <https://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer> pada 16 Juni 2020

- 4) Tabungan iB Muamalat Valas, adalah tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) dan Singapore Dollar (SGD) yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang melibatkan mata uang USD dan SGD.
 - 5) TabunganKu, adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan.
 - 6) Tabungan iB Muamalat Rencana, adalah produk perencanaan keuangan untuk mewujudkan rencana masa depan sesuai prinsip syariah, misalnya rencana pendidikan, pernikahan, perjalanan ibadah dan wisata.
 - 7) Tabungan iB Muamalat Prima, adalah tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan. Tabungan ini dilengkapi fasilitas *Shar-E Debit Gold* yang dapat digunakan seluruh jaringan Visa.
- b) Giro³²
- 1) Giro iB Muamalat Attijary, adalah produk giro dengan akad *wadiah* sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah baik perorangan maupun non-perorangan dengan fasilitas *Cash Management*.
 - 2) Giro iB Muamalat Ultima, adalah giro dengan akad *mudharabah* yang memberikan fleksibilitas transaksi juga mampu

³² Diakses melalui website <https://www.bankmuamalat.co.id/giro-consumer> pada 16 Juni 2020

mengakomodir investasi nasabah non-perorangan dengan adanya pembagian bagi hasil yang kompetitif.

c) Deposito³³

- 1) Deposito iB Muamalat Mudharabah, adalah produk deposito dengan akad *mudharabah* dengan pilihan jangka waktu 1, 3, 6, hingga 12 bulan dengan bagi hasil yang kompetitif.
- 2) Deposito iB Muamalat Fulinves, adalah produk deposito dengan akad *mudharabah* dilengkapi fasilitas asuransi jiwa.
- 3) Deposito iB Muamalat Pensiun, produk yang digunakan untuk persiapan ketika pensiun dari suatu pekerjaan.

B. Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.³⁴ Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat adalah suatu yang penting bagi seseorang dalam melakukan kegiatan dengan baik. Sebagai suatu aspek kejiwaan, minat bukan saja mewarnai perilaku seseorang, tetapi lebih daripada itu minat mendorong orang untuk

³⁴ Heny Agustina, "Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)", *Jurnal Manajemen KINERJA*, Vol. 3 Nomor 1 Februari 2017 hal. 21

melakukan kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya untuk terikat pada suatu kegiatan.³⁵

Menurut Winkel dalam jurnal Pratiwi minat merupakan kecenderungan yang menetap dalam diri subjek untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam itu. Pengertian minat juga disebutkan menurut Hidayat adalah suatu hal yang bersumber dari perasaan yang berupa kecenderungan terhadap suatu hal sehingga menimbulkan perbuatan-perbuatan atau kegiatankegiatan tertentu. Seperti beberapa pengertian yang telah dikemukakan di atas, minat erat kaitannya dengan perasaan senang dan minat bisa terjadi karena sikap senang kepada sesuatu.³⁶

Minat timbul karena adanya perasaan senang pada diri seseorang yang menyebabkan selalu memerhatikan dan mengingat secara terus menerus. Oleh karena itu, keinginan atau minat dan kemauan atau kehendak sangat memengaruhi corak perbuatan yang akan diperhatikan seseorang. Sekalipun seseorang itu mampu mempelajari sesuatu, tetapi bila tidak mempunyai minat, tidak mau, atau tidak ada kehendak untuk mempelajari, ia tidak akan bisa mengikuti proses belajar.³⁷ Dalam hal ini tentunya minat atau keinginan erat pula hubungannya dengan perhatian yang dimiliki, karena perhatian

³⁵ Noor Komari Pratiwi, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa Smk Kesehatan di Kota Tangerang", *Jurnal Pujangga Volume 1, Nomor 2, Desember 2015*, hal. 88

³⁶ Noor Komari Pratiwi, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa Smk Kesehatan di Kota Tangerang", *Jurnal Pujangga Volume 1, Nomor 2, Desember 2015*, hal. 88-89

³⁷ Zainul, Ayumiati, Zakia, "Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, Dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh", *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Volume 8, Nomor 1, Juni 2020* hal. 12

mengarahkan timbulnya kehendak pada diri seseorang. Dengan adanya minat seseorang akan memusatkan atau mengarahkan seluruh aktivitas fisik maupun psikisnya ke arah yang diamatinya.³⁸

C. Teknologi Informasi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah sedemikian cepat sehingga tanpa disadari sudah mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia. Dewasa ini produk teknologi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari dalam menjalankan aktivitas kehidupan. Penggunaan internet sudah bukan menjadi hal yang aneh ataupun baru lagi, khususnya di kota-kota besar bahkan sudah menjadi media paling penting dalam media pemasaran. Bahkan media seperti televisi, gadget, internet, smartphone, laptop bukan hanya beredar di perkotaan namun telah menjangkau hingga pelosok-pelosok desa.³⁹

Dalam *The Dictionary of Computers, Information Processing and Telecommunications*, teknologi informasi diberi batasan sebagai teknologi pengadaan, pengolahan, penyimpanan, dan penyebaran berbagai jenis informasi dengan memanfaatkan komputer dan telekomunikasi yang lahir karena adanya dorongan-dorongan kuat untuk menciptakan teknologi baru yang dapat mengatasi kelambatan manusia mengolah informasi. Kelambatan itu terasa sebab volume informasi semakin cepat membengkak. Pendit

³⁸Roni Andespa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah", *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017*

³⁹Zuli Dwi Rahmawati, "Penggunaan Media Gadget Dalam Aktivitas Belajar dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Anak", *Ta'Lim : Jurnal Studi Pendidikan Islam Vol.3 No.1 Januari 2020*, Hal. 98

menambahkan bahwa teknologi informasi memungkinkan konsumsi informasi dalam jumlah besar dan kecepatan luar biasa. Kemampuan tersebut terutama disebabkan oleh “ujung tombak” teknologi informasi, yakni komputer.⁴⁰

Charles Sanders Peirce mengemukakan dalam filosofi "*triadic*"-nya bahwa teknologi informasi adalah salah satu sudut segitiga sama sisi yang melambangkan teknologi, dua sudut lainnya adalah energi dan materi. Teknologi informasi sendiri lahir sekitar 1947 ditandai dengan ditemukannya komputer sebagai komponen utamanya, setelah masa teknologi yang mengeksploitasi materi 50.000 tahun sebelum Masehi sampai abad ke-18 dan masa teknologi yang mengeksploitasi energi mulai abad ke-18 sampai 1947.⁴¹

D. Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan berarti segala sesuatu yang diketahui atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Menurut Soekidjo Notoatmodjo, pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*overt behaviour*). Karena itu dari pengalaman dan penelitian ternyata perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng daripada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Pengetahuan merupakan hasil dari

⁴⁰ Ardoni, “Teknologi Informasi: Kesiapan Pustakawan Memanfaatkannya”, *Pustaha: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol.1, No.2, Desember 2005, hal. 33

⁴¹ Erlisa Dwi Ananda, “Pemanfaatan Teknologi Informasi (Studi Deskriptif Mengenai Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada SMK Negeri 1 dan SMK Negeri 4 Surabaya)”, *Jurnal Publikasi 2015*, hal. 12

mengingat suatu hal, termasuk mengingat kembali kejadian yang pernah dialami baik secara sengaja maupun tidak sengaja dan terjadi setelah orang melakukan kontak atau pengamatan terhadap suatu objek tertentu.⁴²

Menurut Yasin, Zarlis & Nasution, pengetahuan merupakan suatu ilmu atau pemahaman seseorang yang didapat setelah seseorang tersebut melakukan suatu penelitian terhadap objek tertentu. Definisi yang paling sederhana dari pengetahuan adalah kapasitas untuk melakukan tindakan. Jadi pengetahuan adalah berbagai informasi dan data yang telah kita ketahui kemudian setelah mengetahui tersebut kemudian muncullah berbagai pertanyaan untuk mengevaluasi kemampuan yang telah diperoleh.⁴³

2. Jenis-jenis Pengetahuan

Nasabah memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, dalam pengetahuan ini dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru, serta untuk menimbulkan suatu minat terhadap suatu produk dan membuat pilihan keputusan. Adapun pengetahuan dibagi menjadi empat jenis, yaitu:

- a) Pengetahuan atas produk
- b) Pengetahuan jenis dan ragam produk

⁴² Syahriyal, "Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah di Banda Aceh", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 4 Nomor 1, Maret 2018*, hal. 143

⁴³ Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 4(02), 2018, 136-147*, hal. 140

- c) Pengetahuan tentang sistem yang digunakan dalam produk
- d) Pengetahuan akan manfaat dari suatu produk.

Persaingan yang semakin meningkat dalam dunia lembaga keuangan mendorong lembaga keuangan untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Diperlukan pengetahuan sebagai upaya untuk mendukung dalam memahami konsumen serta perilakunya.⁴⁴

Pada dasarnya nasabah itu perlu memahami terlebih dahulu berbagai produk dalam lembaga keuangan agar tepat dalam melakukan pengambilan keputusan untuk memilih lembaga keuangan syariah sebagai pilihannya, baik itu dalam tingkat resiko yang akan dihadapi serta pihak lembaga keuangan harus transparan dalam menjelaskan setiap produk dan jasa yang ditawarkan kepada calon nasabah maupun nasabah lama. Sedangkan menurut Minor membagi pengetahuan konsumen ke dalam beberapa jenis pengetahuan yaitu:

- a. Pengetahuan produk
- b. Pengetahuan harga
- c. Pengetahuan pembelian
- d. Pengetahuan pemakaian⁴⁵

⁴⁴ Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 2018, 136-147, hal. 139

⁴⁵ Claudia Meidisa, Febsri Susanti, "Pengaruh Preferensi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang", *Jurnal Edukasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Kbp"* hal. 31

E. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Pengertian religiusitas adalah satu sistem yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat ketuhanan. Religiusitas adalah suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama (*being religious*), dan bukan sekadar mengaku mempunyai agama (*having religion*). Religiusitas meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengamalan ritual agama, pengalaman agama, perilaku (*moralitas*) agama, dan sikap sosial keagamaan. Dalam Islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syariah, dan akhlak, atau dengan ungkapan lain: iman, Islam, dan ihsan.⁴⁶

Bila semua unsur itu telah dimiliki oleh seseorang, maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya. Di dalam buku ilmu jiwa agama, Dradjat mengemukakan istilah kesadaran agama (*religious consciousness*) dan pengalaman agama (*religious experience*). Kesadaran agama merupakan segi agama yang terasa dalam pikiran dan dapat diuji melalui introspeksi, atau dapat dikatakan sebagai aspek mental dari aktivitas agama.⁴⁷ Pengalaman agama adalah unsur perasaan dalam

⁴⁶ Annisa Fitriani, "Peran Religiusitas dalam Meningkatkan *Psychological Well Being*", *Al-Adyan/Vol.XI, No.1/Januari-Juni/2016*, hal. 5

⁴⁷ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah", *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 7, Nomor 3, Tahun 2018* hal. 7

kesadaran agama, yaitu perasaan yang membawa kepada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan. Apapun istilah yang digunakan oleh para ahli untuk menyebut aspek religius di dalam diri manusia, menunjuk kepada suatu fakta bahwa kegiatan keagamaan itu memang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. didalamnya terdapat berbagai hal menyangkut moral atau akhlak, serta keimanan dan ketakwaan seseorang.⁴⁸

2. Dimensi Religiusitas

Menurut *R. Stark dan C.Y. Glock* dalam Ancok (1996), religiusitas mempunyai lima dimensi yang terdiri dari :

- a) *Dimensi Ritual (syari'ah)*
- b) *Dimensi ideologis (aqidah)*
- c) *Dimensi Intelektual (ilmu)*
- d) *Dimensi pengalaman atau penghayatan (experiential)*
- e) *Dimensi konsekuensial (pengamalan).*⁴⁹

Hubungan antara religiusitas dan pekerjaan dalam literatur barat yang sekuler sering dianalogikan seperti “minyak dan air” untuk merepresentasikan bahwa kedua hal tersebut berada dalam dua domain yang tidak dapat bahkan atau tidak seharusnya bercampur.

Hill and Smith menemukan bukti bahwa selama dekade antara tahun 1994 sampai dengan tahun 2004, persentase karyawan yang mulai

⁴⁸ Yulmaida Amir & Diah Rini Lesmawati, “Religiusitas dan Spiritualitas: Konsep yang Sama atau Berbeda?”, *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris Vol. 2., No. 2., 2016. Hal. 67-73*, Hal. 68

⁴⁹ *Ibid*, hal. 69

merasakan bahwa mereka membutuhkan pengalaman spiritual dalam pekerjaannya semakin meningkat, dari 30% menjadi 78%. Karena perubahan yang dramatis ini, peneliti organisasional telah memulai melakukan riset yang meneliti tentang pengaruh religiusitas dan spiritualitas terhadap hasil kerja atau kinerja individu. Beberapa studi terbaru telah menguji hubungan antara keyakinan religious (dan spiritual) dengan Variabelvariabel seperti : *job performance* (Pfeffer,J.,2002); *organization-based selfesteem* (Milliman,Czaplewski,Ferguson, 2003) dan *organizational frustration* (Kolodinsky,Giacalone,Jurkiewi cz.,2008) serta *job commitment*.⁵⁰

⁵⁰ Wahyudin dkk, “Dimensi Religiusitas Dan Pengaruhnya Terhadap *Organizational Citizenship Behaviour* (Studi Pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)”, hal. 3

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Kajian Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti | Tujuan | Hasil | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|---|--|---|---|
| 1. | Fifi Afiyanti Triuspitorini ⁵¹ | 1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variable religiustas terhadap minat mahasiswa politeknik negeri Bandung untuk menabung di Bank Syariah | 2. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa politeknik negeri Bandung untuk menabung di Bank Syariah | 1. Menggunakan penelitian kuantitatif 2. Variabel dependen sama yaitu minat menabung 3. Variabel independen sama yaitu religiusitas | 1. Variabel indepede penelitian terdahulu religiusitas sedangkan penelitian ini menggunakan teknonologi informasi, pengetahuan masyarakat, dan religiusitas. 2. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2019 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021. 3. Tempat penelitian terdahulu diakukan di Politeknik Negeri Bandung sedangkan penelitian ini di Kecamatan Kedungwaru Tulungagung. |
| 2. | Syahriyal ⁵² | 1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi nilai, dan pengetahuan masyarakat terhadap | 1. Pengaruh langsung antara X dan Z adalah 0,060. Sedangkan pengaruh | 1. Variabel dependen sama yaitu minat menabung 2. Variabel independen | 1. Variabel indepede penelitian terdahulu persepsi nilai, pengetahuan sedangkan penelitian ini menggunakan |

⁵¹ Fifi Afiyanti Triuspitorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Di Bank Syariah", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Volume 4 Nomor 2*, Tahun 2019

⁵² Syahriyal, "Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah di Banda Aceh", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 4 Nomor 1*, Maret 2018

| | | | | | |
|----|---|---|---|--|--|
| | | minat menabung serta dampaknya terhadap keputusan menabung pada perbankan syariah di Banda Aceh. | tidak langsung nya yang melalui Y lebih besar yaitu 0,1008 2. Pengaruh langsung antara variabel independent Pengetahuan (X2) terhadap variabel dependent yaitu Keputusan menabung (Z), lebih kecil dibandingkan pengaruh nya bila melalui variabel intervening Minat menabung (Y). Pengaruh langsung antara X dan Z adalah 0,220 | sama yaitu religiusitas | teknologi informasi, pengetahuan masyarakat, dan religiusitas. 2. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2018 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021. 3. Tempat penelitian terdahulu dilakukan di Banda Aceh sedangkan penelitian ini di Tulungagung. |
| 3. | Claudia Meidisa, Fabsri Susanti ⁵³ | 1. Untuk mengetahui pengaruh preferensi dan pengetahuan produk terhadap minat menabung masyarakat pada bank nagari unit layanan syariah cabang pasar raya padang. | 1. Terdapat hubungan yang tidak signifikan antara Preferensi (X1) dengan minat menabung (Y) 2. Terdapat hubungan yang signifikan antara Pengetahuan Produk (X2) Dengan | 1. Menggunakan penelitian kuantitatif. 2. Variabel dependen sama yaitu minat menabung. 3. Variabel independen sama yaitu pengetahuan. 4. Analisis data sama | 1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen prefensi dan pengetahuan produk, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel teknologi informasi, pengetahuan masyarakat, dan religiusitas. |

⁵³ Claudia Meidisa, Fabsri Susanti, "Pengaruh Preferensi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang", *Jurnal Edukasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Kbp"*

| | | | | | |
|----|--|---|--|--|---|
| | | | minat menabung (Y) | yaitu analisis linier berganda. | 2. Tempat penelitian terdahulu di PT Bank Nagari Unit Layanan Syariah cabang Pasar Raya Padang sedangkan penelitian ini di Bank Muamalat KCP Tulungagung. |
| 4. | Siti Nazariah Nasution, Susianto ⁵⁴ | untuk menganalisis Pengaruh Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCPSy Belawan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. hasil uji koefisien determinasi model summary diperoleh nilai R adalah 0.774 atau 77,4%. 2. pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCPSy Belawan dipengaruhi oleh variabel pengetahuan masyarakat yaaitu 77,4%. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel independen sama yaotu pengetahuan. 2. Menggunakan penelitian kuantitatif. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen pengetahuan, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel teknologi informasi, pengetahuan masyarakat, dan religiusitas. 2. Penelitian terdahulu menggunakan variabel dependen minat menjadi nasabah sedangkan penelitian ini menggunakan minat menabung 3. Tempat penelitian dahulu di Bank Syariah Mandiri KCP Syariah Belawan sedangkan penelitian ini di Bank Muamalat KCP Tulungagung . |

⁵⁴ Siti Nazariah Nasution, Susianto, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Kcpsy Belawan (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Belawan II)", *Jurnal Feb*, Vol. 1 No.1

| | | | | | |
|----|-----------------------------|--|--|--|--|
| 5. | Ida Mentayani ⁵⁵ | 1. Untuk mengetahui bukti empiris mengenai pengaruh mengenai pengaruh kemampuan teknologi, kemudahan, risiko, dan fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking pada Bank BRI di Kota Banjarmasin. | Adanya bukti empiris bahwa kemampuan teknologi informasi secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking, kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking, risiko secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Sedangkan secara simultan kemampuan teknologi informasi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan | 1. Menggunakan penelitian kuantitatif. 2. Variabel dependen sama yaitu minat menabung. 3. Variabel independen sama yaitu teknologi informasi, pengetahuan. | 1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan sedangkan penelitian ini menggunakan variabel teknologi informasi, pengetahuan masyarakat, dan religiusitas. 2. Penelitian terdahulu dilakukan pada Tahun 2016 sedangkan penelitian ini pada Tahun 2021 3. Tempat penelitian dahulu di BMT Buana Mulur Sukoharjo Sedangkan penelitian ini di Bank Muamalat KCP Tulungagung .Tulungagung. |
|----|-----------------------------|--|--|--|--|

⁵⁵ Ida Mentayani , Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Kota Banjarmasin) *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.9 No.2* September 2016

| | | | | | |
|----|---------------------------|--|---|--|--|
| | | | internet banking. Nilai koefisien determinasi adjusted R Square menunjukkan nilai sebesar 0,553 atau 55,3%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa minat nasabah bank dalam menggunakan internet banking dapat dijelaskan oleh kemampuan teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan sebesar 55,3%. Jika nilai adjusted R Square memiliki nilai > 0,5 s/d 1, berarti memiliki pengaruh kuat. | | |
| 6. | Putri, dkk, ⁵⁶ | 1. Untuk menganalisis strategi meningkatkan minat menabung di Bank Syariah melalui penerapan religiusitas dan minat menabung di Bank Syariah | 1. Hubungan religiusitas termasuk dalam kategori rendah, tetapi mengarah positif. 2. Pengujian yang dilakukan secara | 1. Variabel independen sama yaitu religiusitas. 2. Variabel dependen sama yaitu minat menabung. | 1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen religiusitas, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel teknologi informasi, pengetahuan masyarakat, dan |

⁵⁶ Putri, dkk, "Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa* Vol.16, No. 1 Maret 2019

| | | | | | |
|----|--|--|--|--|---|
| | | | parsial variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Lingkungan Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung. | | religiusitas. 2. Penelitian terdahulu dilakukan pada Tahun 2019 sedangkan penelitian ini pada Tahun 2021 3. Tempat penelitian dahulu di Bandung sedangkan penelitian ini di Bank Muamalat KCP Tulungagung .. |
| 7. | Zainul, Ayumiati, Zakia, ⁵⁷ | 1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi teknologi informasi, kualitas pelayanan, dan motif religius terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Banda Aceh. | 1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi, kualitas pelayanan, dan motif religius secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah | 1. Menggunakan penelitian kuantitatif 2. Variabel independen sama yaitu teknologi informasi | 1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen teknologi informasi, kualitas pelayanan, dan motif religius sedangkan penelitian ini menggunakan variabel teknologi informasi, pengetahuan masyarakat, dan religiusitas. 2. Penelitian terdahulu menggunakan variabel dependen kepuasan nasabah sedangkan penelitian ini minat menabung. 3. Tempat penelitian dahulu di PT Bank Syariah Mandiri Banda Aceh sedangkan penelitian ini di Bank |

⁵⁷ Zainul, Ayumiati, Zakia, "Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, Dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh", *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Volume 8, Nomor 1, Juni 2020

| | | | | | Muamalat KCP Tulungagung |
|----|------------------------------|--|--|---|---|
| 7. | Supriyadi, ⁵⁸ | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengaruh persepsi teknologi informasi pada minat ulang nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i>, 2. Pengaruh kemudahan dalam penggunaan pada minat ulang nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i>, 3. Pengaruh resiko transaksi pada minat ulang nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i>, 4. Pengaruh fitur layanan pada minat ulang nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil dari penelitian ini adalah hipotesis pertama, kedua, ketiga, dan keempat terbukti dimana ada pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, resiko transaksi, dan fitur layanan pada minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan penelitian kuantitatif 2. Variabel independen sama yaitu teknologi informasi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen teknologi informasi, kemudahan dalam pnggunaan, resiko transaksi, dan fitur layanan sedangkan penelitian ini menggunakan variabel teknologi informasi, pengetahuan masyarakat, dan religiusitas. 2. Penelitian terdahulu menggunakan variabel dependen <i>internet banking</i> sedangkan penelitian ini minat menabung. 3. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2018 sedangkan penelitian ini pada tahun 2021. |
| 8. | Heny Agustina, ⁵⁹ | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan penelitian ini adalah untuk | <ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan penelitian | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel |

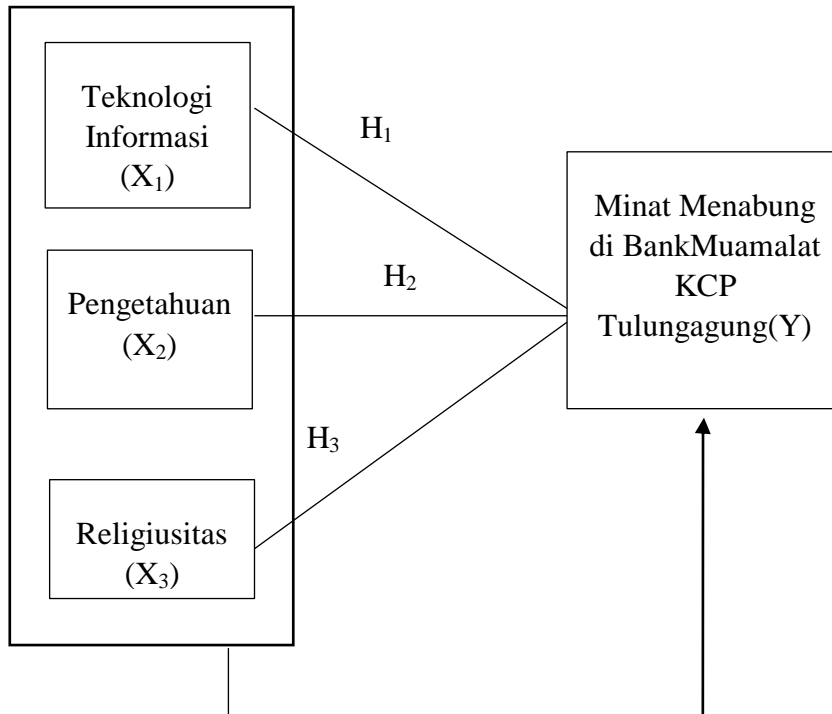
⁵⁸ Supriyadi, "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Resiko Transaksi, dan Fitur Layanan Pada Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking", *Jurnal Edukasi 2018*

⁵⁹ Heny Agustina, "Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)", *Jurnal Manajemen KINERJA, Vol. 3 Nomor 1 Februari 2017*

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | mengetahui apakah terdapat pengaruh antara teknologi informasi, kemudahan, dan fitur layanan terhadap nasabah dalam menggunakan internet banking.. | teknologi informasi, kemudahan dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking | kuantitatif 2. Variabel independen sama yaitu teknologi informasi | independen teknologi informasi, kemudahan dalam pnggunaan, dan fitur layanan sedangkan penelitian ini menggunakan variabel teknologi informasi, pengetahuan masyarakat, dan religiusitas. 4. Penelitian terdahulu menggunakan variabel dependen <i>internet banking</i> sedangkan penelitian ini minat menabung. 5. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2017 sedangkan penelitian ini pada tahun 2021. |
|--|--|--|--|--|--|

G. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan:

H₁: Teknologi informasi (X₁) berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah (Y) didukung oleh penelitian terdahulu Fadhilatul Fitri.⁶⁰

H₂: Pengetahuan (X₂) berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah (Y) didukung oleh penelitian terdahulu Syahrial⁶¹, Claudia Meidisa dan Febsri Susanti⁶², Saidah Mushoffa Rohmah⁶³

⁶⁰ Fadhilatul Fitri, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Medan)", Tesis, *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, 2016

H₃: Religiusitas (X₃) berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah. (Y) di dukung oleh penelitian terdahulu Fifi Afiyanti Tripuspitorini⁶⁴, Sayyidatul Maghfiroh⁶⁵

H₄: Teknologi informasi (X₁), Pengetahuan (X₂), dan Religiusitas (X₃) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara dalam penelitian. Hipotesis merupakan hasil akhir dari proses berfikir deduktif. Logika deduktif menganut asas koherensi, mengingat premis merupakan informasi yang bersumber dari pernyataan yang kebenarannya telah teruji, maka hipotesis yang dirumuskan akan mempunyai derajat kebenaran yang tidak jauh berbeda dengan premis.⁶⁶ Hipotesis dikatakan baik apabila hipotesis sesuai dengan tujuan penelitian, hipotesis harus dapat diuji, dan hipotesis merupakan

⁶¹ Syahriyal, "Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah di Banda Aceh", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 4 Nomor 1, Maret 2018*

⁶² Claudia Meidisa, Febsri Susanti, "Pengaruh Preferensi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang", *Jurnal Edukasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Kbp"*

⁶³ Saidah Mushoffa Rohmah, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah Pada Anggota BMT Buana Mulur Sukoharjo", Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017, hal 20.

⁶⁴ Fifi Afiyanti Tripuspitorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Di Bank Syariah", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Volume 4 Nomor 2, Tahun 2019*

⁶⁵ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat", *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 7, Nomor 3, Tahun 2018*

⁶⁶ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)*, (Depok : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) hal. 76

pernyataan yang, singkat, jelas, dan tidak mempunyai banyak interpretasi.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Teknologi Informasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Muamalat KCP Tulungagung.

H₀: Tidak terdapat pengaruh teknologi informasi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Muamalat KCP Tulungagung

H₁: Terdapat pengaruh teknologi informasi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Muamalat KCP Tulungagung

2. Pengaruh Pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Muamalat KCP Tulungagung.

H₁: Tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Muamalat KCP Tulungagung.

H₂: Terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Muamalat KCP Tulungagung.

3. Pengaruh Religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Muamalat KCP Tulungagung.

H₁: Tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Muamalat KCP Tulungagung.

H₂: Terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Muamalat KCP Tulungagung.