

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
INTENSI MENABUNG MASYARAKAT BANJARNEGARA DI  
BANK SYARIAH**



DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI

Oleh:

ARI FITRI YANI

Nim: 14820062

Pembimbing:

Dian Nuriyah Solissa, S.H.I., M.Si

NIP. 19840216 200912 2 004

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

2018

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B- 2127 /Un.02/DEB/PP.00.9/08/2018

Skripsi / tugas akhir dengan judul:

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI MENABUNG MASYARAKAT BANJARNEGARA DI BANK SYARIAH”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ari Fitri Yani  
Nomor Induk Mahasiswa : 14820062  
Telah diujikan pada : Kamis, 2 Agustus 2018  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang



**Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si.**

**NIP. 19840216 200912 2 004**

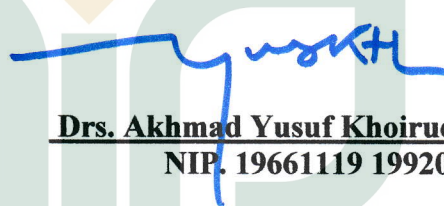
Penguji I



**Farid Hidayat, S.H.I., M.S.I**

**NIP. 19810726 201503 1 002**

Penguji II



**Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.**

**NIP. 19661119 199203 1 002**

Yogyakarta, 2 Agustus 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



**Dr. H. Syaifuddin Mahmadah Hanafi, M.Ag.**

**NIP. 19670518 199703 1 003**



**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal : Skripsi Saudari Ari Fitri Yani

Kepada  
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
Di Yogyakarta.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ari Fitri Yani  
NIM : 14820062  
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI INTENSI MENABUNG  
MASYARAKAT BANJARNEGARA DI BANK  
SYARIAH**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 15 Agustus 2018  
Pembimbing

**Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si.**  
**NIP. 19840216 200912 2 004**

## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari FitriYani

Nim : 14820062

Jurusan/Parodi: Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung Masyarakat Banjarnegara di Bank Syariah” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu*

Yogyakarta, 15 Juli 2018

Penyusun



Ari Fitri Yani

14820062

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Fitri Yani

Nim : 14820062

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

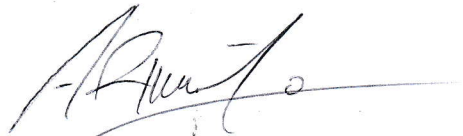
**“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung Masyarakat  
Banjarnegara di Bank Syariah”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga berhak menyimpan, mengalih media/format kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 15 Juli 2018

Yang Menyatakan



Ari Fitri Yani  
14820062

**MOTTO**

**ALWAYS BE YOURSELF  
NO MATTER WHAT THEY SAY AND NEVER BE ANYONE ELSE  
EVEN IF THEY LOOK BETTER THAN YOU**

Hamba Allah



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat dislesaikan dengan baik.

### **Skripsi ini saya persembahkan untuk:**

Ayahanda tersayang **TULUS** dan Ibunda tersayang **WATIAH**, terimakasih telah memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanannya hingga tiada tara. Hanya balasan doa yang dapat purtrimu panjatkan dan beribu-ribu maaf atas segala sikap, tingkah laku serta tutur kata yang salah.

Kakakku **NDANK RIFANTO** dan **OKIH RIFANTI** serta sahabat-sahabatku **AMANDA BUANA, IFFAH FIANTI, LULUK RUSDIANA, MAYA MELINDA, MAYA KHOLIDA, AINUR ROFIAH, TRI SUSANTI, EKLESYA MONICHA** dan seluruh sahabat **PERBANKAN SYARIAH 2014** terimakasih telah dengan tulus memberikan doa, semangat dan dukungan selama ini.



## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang digunakan dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	Be
ت	Tā'	t	Te
ث	Ṡā'	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	Je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	Kadan ha
د	Dāl	d	De
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	Es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fā'	f	Ef



ق	Qāf	q	Qi
ك	Kāf	k	Ka
ل	Lām	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nūn	n	En
و	Waw	w	W
ه	Hā'	h	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap




متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

### C. Ta'marbūtah

Semua *Ta'marbūtah* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang dikutip oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
	Dammah	Ditulis	<i>u</i>

#### E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

#### F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya mati		Ditulis	<i>Ai</i>
		بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2	Dammah + wawumati		Ditulis	<i>au</i>
		قول	Ditulis	<i>qaul</i>

#### G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

#### H. Kata sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القران	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti oleh huruf *Syamsiyah* ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyah* tersebut.

السماء	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

### I. Penyusunan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-Furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah. Penelitian ini menguji beberapa variabel yang diduga mempengaruhi intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif, *perceived behavior control*, religiusitas dan citra merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sampel yang diambil harus sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat Banjarnegara yang berdomisili di wilayah kabupaten Banjarnegara dan berusia sekitar 17 sampai 50 tahun. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *regresi linier berganda*, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subjektif, *perceived behavior control*, religiusitas, dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah. Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah, sedangkan variabel *perceived behavior control* dan religiusitas berpengaruh dan tidak signifikan terhadap intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah.

**Kata kunci:** sikap, norma subjektif, *perceived behavior*, religiusitas, citra merek, intensi menabung.



## ABSTRACT

This study aims to determine the factors that affect the intention of savings Banjarnegara community in sharia banks. This study examines several variables that allegedly affect the savings intention of the people of Banjarnegara in syaria bank, namely attitudes (attitudes), subjective norms, perceived behavior control, religiosity and brand image. This study uses a quantitative approach with a sample size of 100 people. Sampling technique in this research use purposive sampling method, that is sample taken must be according to criterion determined by researcher. Samples in this study are Banjarnegara people who live in the district Banjarnegara and aged around 17 to 50 years. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analyst, that is to know the effect of variable X to Y. The result of this research shows that attitude variable, subjective norm, perceived behavior control, religiosity, and brand image simultaneously influence to the intention of saving the society of Banjarnegara in syariah bank. based on the result of partial test shows that attitude variable, subjective norm and brand image have positive and significant influence to savings intention of Banjarnegara society in syariah bank, while variable of perceived behavior control and religiosity influence and insignificant to intention to save society Banjarnegara in syariah bank.

**Keywords:** attitude, subjective norm, perceived behavior, religiosity, brand image, saving intention.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* *rabbal'alam*, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam selalu penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa penulis tunggu syafaatnya di *yaumul qiyamah* nanti. Setelah melalui proses yang cukup panjang, *Alhamdulillah* skripsi atau tugas akhir ini dapat diselesaikan meskipun masih jauh dari kesempurnaan.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dian Nuriyah Solissa, S.H.I., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Program Studi dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Orang tua tercinta Bapak (Tulus) dan Ibu (Watiah) serta seluruh keluarga atas segala doa, motivasi dan dukungan, serta kasih sayang terbaik kepada penulis.

8. Sahabat yang selalu memberikan masukan dan motivasi, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sampaikan satu per satu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka semua dengan karunia-Nya serta semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. *Amiin Yaa Rabbal Alaamin.*

Yogyakarta, 15 Juli 2018

Ari Fitri Yani

14820062



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
D. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Telaah Pustaka .....	12
B. Landasan Teori .....	14
1. Theory of Planned Behavior .....	14
2. Perilaku Konsumen .....	18
3. Sikap ( <i>Attitude</i> ) .....	23
4. Norma Subjektif .....	27
5. Perceived Behavior Control .....	29
6. Citra Merek .....	31



7. Religiusitas .....	33
8. Intensi Menabung .....	40
a. Intensi .....	40
b. Menabung .....	43
9. Bank Syariah .....	45
C. Pengembangan Hipotesis .....	48
D. Kerangka Pemikiran .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
A. Metode Penelitian .....	55
1. Jenis dan sifat Penelitian .....	55
2. Populasi dan Sampel .....	55
3. Sumber dan Jenis Data .....	57
4. Definisi Operasional Variabel .....	58
5. Pengujian Instrumen .....	60
6. Teknik Analisis Data .....	62
7. Analisis Linier Berganda .....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A. Analisis Deskriptif .....	67
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	71
1. Uji Validitas .....	71
2. Uji Reabilitas .....	74
C. Uji Asumsi Klasik .....	76
1. Uji Normalitas .....	76
2. Uji Heterokedasitas .....	77
3. Uji Multikolonieritas .....	78
D. Analisis Linier Berganda .....	79
E. Analisis Persamaan Regresi .....	83
1. Uji Determinasi .....	83
2. Uji Simultan .....	84
3. Uji Parsial .....	85

F. Pembahasan .....	87
1. Pengaruh sikap terhadap intensi menabung .....	88
2. Pengaruh norma subjektif terhadap intensi menabung .....	89
3. Pengaruh perceived behavior control terhadap intensi menabung .....	91
4. Pengaruh religiusitas terhadap intensi menabung .....	93
5. Pengaruh citra merek terhadap intensi menabung .....	95
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>97</b>
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>107</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jaringan Perbankan Syariah di Indonesia .....	2
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert .....	57
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	60
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....	68
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan .....	69
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	71
Tabel 4.4 Uji Reabilitas .....	75
Tabel 4.5 Uji Normalitas .....	76
Tabel 4.6 Uji Heterokedasitas .....	77
Tabel 4.7 Uji Multikolonieritas .....	78
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	79
Tabel 4.9 Uji Determinasi .....	83
Tabel 4.10 Uji F (Simultan) .....	84
Tabel 4.11 Uji T (Parsial) .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Theory Of Planned Behavior .....	17
Gambar 2.2 Komponen Sikap .....	26
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	68
Gambar 4.2 Sumber Penghasilan .....	70



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Lembaga keuangan syariah adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak di bidang jasa keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Lembaga ini terdiri dari bank dan non bank. Lembaga keuangan bank merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan (Mardani, 2015). Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat (BPRS) termasuk jenis dari lembaga keuangan syariah dalam bentuk bank (Fatmawati, 2015).

Bank Syariah merupakan bank yang melakukan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariat Islam. Penggunaan prinsip syariat Islam dalam sistem operasional bank syariah inilah yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional. Hal tersebut telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 2 yang menyebutkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian (Rizal, *et all*, 2009). Dimana dalam sistem operasionalnya, bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya di semua jenis transaksi yang dilakukan. Jadi, penggunaan prinsip syariah Islam dalam perbankan syariah salah satunya tidak adanya riba dalam sistem operasionalnya.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia bisa dikatakan cukup baik. Dalam pertumbuhan jaringan bank syariah di negara ini cenderung mengalami kenaikan. Hal ini dapat dilihat dari data tabel berikut.

**Tabel 1.1**  
**Jaringan Perbankan Syariah di Indonesia**  
**Periode 2015 sampai Januari 2018**

Jumlah Kantor	2015	2016	2017	2018 Januari
Bank Umum Syariah	1.990	1.869	1.825	1.824
Unit Usaha Syariah	311	332	344	346
BPRS	446	453	441	446

*Sumber: statistik ojk 2018.*

Dari data di atas dapat dilihat bahwa jumlah jaringan kantor BUS mengalami penurunan dari 1.990 kantor pada tahun 2015 turun menjadi 1.824 kantor pada tahun 2018. Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nelson Tampubolon menjelaskan bahwa penurunan jaringan kantor disebabkan bank di Indonesia melakukan efisiensi, yang artinya jika keberadaan kantornya tidak memberikan kontribusi yang maksimal pasti bank akan melakukan evaluasi, salah satunya bank akan menutup kantor cabangnya jika memiliki kontribusi yang rendah<sup>1</sup>.

Sedangkan untuk Unit Usaha Syariah (UUS) cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya, dari 311 kantor pada tahun 2015 meningkat menjadi 346 kantor pada tahun 2018. Namun, untuk jumlah jaringan kantor BPRS

---

<sup>1</sup>Yusuf Waluyo Jati, "Ini Penyebab Jumlah Kantor di Indonesia Menyusut," <http://finansial.bisnis.com/read/20160720/90/567471/ini-penyebab-jumlah-kantor-bank-di-indonesia-menyusut> diakses pada tanggal 23 April 2018 pukul 20:07 WIB.

cenderung mengalami pasang surut, dari 446 kantor pada tahun 2015 naik menjadi 453 ditahun 2016 dan turun menjadi 441 kantor di tahun 2017 dan kemudian meningkat kembali menjadi 446 kantor di tahun 2018. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kuantitas jaringan kantor perbankan syariah mengalami kenaikan pada tahun 2015 sampai januari 2018.

Hal tersebut juga diimbangi dengan kenaikan dari jumlah aset yang dimiliki oleh bank syariah. Menurut data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, bahwa dari tahun 2016 hingga tahun 2017 jumlah aset bank syariah meningkat sebesar Rp 61,6 triliun atau tumbuh sebesar 20,28%. Hal itu menunjukkan bahwa perbankan syariah telah menunjukkan kinerja yang baik selama setahun belakangan ini.

Meskipun jumlah aset perbankan syariah mengalami peningkatan. Namun, perbankan syariah belum mampu menyamai bahkan mengungguli perbankan konvensional. Dilihat dari data yang dilansir OJK, bahwa market share perbankan syariah di tahun 2017 yang hanya 5,4% terhadap seluruh aset industri perbankan nasional. Hal ini terbilang masih sangat rendah bagi negara dengan mayoritas beragama Islam. hal itu juga menunjukkan bahwa masyarakat muslim Indonesia belum sepenuhnya tertarik untuk menggunakan produk bank syariah. Sebagian besar dari mereka masih mempercayakan bank konvensional untuk menyimpan dan melakukan pembiayaan disana.

Menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat merupakan salah satu dari fungsi bank. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 4 menyebutkan bahwa bank syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun

dan menyalurkan dana kepada masyarakat (Rizal, *et al*, 2014). Salah satu kegiatan untuk menghimpun dana dari masyarakat adalah dengan menabung. Menabung merupakan kegiatan menyimpan uang atau barang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan. Kebutuhan di masa depan ini tidak dapat diprediksi, sehingga menabung merupakan hal yang penting untuk dilakukan oleh masyarakat.

Namun, perilaku menabung masyarakat Indonesia bisa dikatakan rendah. Menurut data sensus yang digelar Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010, jumlah penduduk Indonesia sekitar 241 juta orang. Dari jumlah tersebut hanya 60 juta orang yang memiliki tabungan di bank. Padahal, industri perbankan Indonesia mencatat ada 175 juta rekening pada tahun 2015<sup>2</sup> dan meningkat menjadi 198,98 juta rekening pada februari 2017<sup>3</sup>. Dari 198,98 juta rekening di perbankan Indonesia, hanya 25,82 juta rekening yang menggunakan perbankan syariah<sup>4</sup>.

Menurut Publikasi Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), perbedaan jumlah penduduk Indonesia yang memiliki rekening di bank dengan jumlah rekening yang tercatat di industri perbankan Indonesia dikarenakan ada banyak nasabah yang memiliki lebih dari dua rekening. Jadi, dapat dikatakan hanya seperempat masyarakat Indonesia yang menabung di bank. Hal

---

<sup>2</sup>Reza Pahlevi, "Hari Gini Tak Seperempat Jumlah Orang Indonesia Punya Rekening", <https://ekonomi.kompas.com/read/2016/03/21/073700826/Hari.Gini.Tak.Seperempat.Jumlah.Oran.g.Indonesia.Punya.Rekening>, diakses pada tanggal 12 Maret 2018 pukul 9:45 WIB.

<sup>3</sup>Elisa Valenta Sari, "LPS: Simpanan Nasabah Bank Capai Rp 4.922 Triliun Per Februari", <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170407102436-78-205660/lps-simpanan-nasabah-bank-capai-rp4922-triliun-per-februari>, diakses pada tanggal 13 Maret 2018 pukul 10:00 WIB.

<sup>4</sup>Snapshot Perbankan Syariah 2017, <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-2017.aspx> diakses pada tanggal 21 Februari 2018 pukul 09:45 WIB.



tersebut mengindikasikan bahwa kesadaran perilaku menabung masyarakat Indonesia masih rendah dan hanya setengah dari jumlah seluruh rekening nasabah perbankan Indonesia yang mempercayakan uang mereka untuk di simpan di bank syariah.

Menabung adalah kegiatan menyimpan uang disuatu tempat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan. Menabung juga merupakan aktivitas yang memerlukan adanya keinginan untuk menyisihkan dan menyimpan uang di bank. Menabung memerlukan niat dari pelakunya agar dapat terealisasi dengan baik (Vita, 2011). Menurut ajzen (2005) dalam *Theori of Planned Behaviour* menyatakan bahwa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu tingkah laku, dapat dijelaskan melalui konsep intensi. Intensi dalam individu menggambarkan aspek-aspek internal dan eksternal yang mempengaruhi orang tersebut untuk merealisasikan suatu perilaku.

Intensi (niat) merupakan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang dibuktikan dengan sebuah tindakan. Dalam TBC, intensi pada individu ditentukan oleh tiga faktor, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan *perceived behavior control*. Menurut Ajzen (dalam Priaji, 2011) sikap merupakan besarnya perasaan positif dan negatif terhadap suatu objek, dimana objek yang dimaksud adalah suatu tingkah laku. Norma subjektif merupakan persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Sedangkan, *Perceived behavior control* adalah dorongan atau hambatan yang dipersepsikan individu untuk menampilkan tindakan. jadi ketiga faktor tersebut mempengaruhi intensi

individu untuk melakukan suatu perilaku yang ditampilkan dalam bentuk tindakan.

Intensi memiliki hubungan yang kuat dengan perilaku. Sehingga intensi menabung individu berhubungan dengan perilaku menabung individu. Ketiga faktor-faktor yang mempengaruhi intensi, juga berpengaruh terhadap perilaku menabung individu. Intensi menabung individu di bank syariah dapat dipengaruhi oleh karakteristik bank tersebut. Sikap individu yang diperoleh dari pengalamannya dan prosesnya belajar, sehingga kemudian dia bertindak berdasarkan perasaannya. Jadi, seseorang harus mengenal tentang perbankan syariah dan mengetahui informasi tentang bank syariah untuk dapat menentukan apakah mereka akan menggunakan bank syariah untuk menyimpan uang mereka atau tidak.

Selain ketiga faktor yang terdapat pada *Theory of Planned Behavior* untuk mempengaruhi intensi menabung, ada juga faktor lain yang mempengaruhi intensi masyarakat untuk menabung di bank syariah. Citra merek suatu bank syariah juga menjadi faktor pertimbangan masyarakat untuk menyimpan uang mereka di bank tersebut. Kotler dan Fox mendefinisikan citra sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan, dan keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Apabila persepsi masyarakat terhadap citra bank syariah baik, maka akan mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap bank tersebut. Hal ini dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Tiyo (2016), ia menyatakan

bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap niat menabung di bank mandiri Surabaya.

Banjarnegara merupakan salah satu kabupaten di wilayah Jawa Tengah yang mayoritas masyarakatnya beragama muslim. Menurut data yang dilansir di BPS menyebutkan bahwa jumlah masyarakat Banjarnegara sebanyak 868.913 jiwa dan sekitar 863.181 jiwa adalah masyarakat beragama Islam. Dilihat dari data tersebut menunjukkan bahwa wilayah kabupaten Banjarnegara memiliki potensi yang cukup besar untuk pertumbuhan perbankan syariah. Namun, potensi ini belum dapat di manfaatkan dengan baik oleh bank syariah. Faktanya masih banyak masyarakat banjarnegara yang belum menggunakan perbankan syariah untuk menyimpan dan mengelola dana mereka.

Kabupaten Banjarnegara juga termasuk dalam eks Karisidenan Banyumas. Menurut data dari OJK menyebutkan bahwa jumlah Bank Syariah di wilayah eks Karisidenan Banyumas sebanyak 9 kantor, dimana itu tersebar diseluruh wilayah anggota eks karisidenan. Di wilayah Banjarnegara sendiri terdapat dua kantor bank syariah yaitu bank syariah mandiri dan bank mega syariah dan hanya ada tiga jaringan ATM bank syariah mandiri di wilayah ini. jaringan ATM bank syariah mandiri di Banjarnegara terletak di BPRS Surya Yudha Banjarnegara, BSM KCP Banjarnegara dan RS. Emanuel<sup>5</sup>. Sedangkan kantor bank syariah hanya berpusat di wilayah kabupaten kota saja sehingga tidak dapat menjangkau keseluruhan masyarakat Banjarnegara. Sungguh

---

<sup>5</sup>Layanan Nasabah, <https://bsm.co.id/layanan-nasabah/jaringan>, diakses pada tanggal 20 April 2018 pukul 17.45 WIB.

ironis memang, dimana Banjarnegara merupakan wilayah yang memiliki 21 kecamatan, hanya memiliki 2 kantor bank syariah dan 3 jaringan ATM di wilayah ini, jadi tidak mengherankan jika masih banyak masyarakat Banjarnegara yang masih enggan untuk menggunakan bank syariah.

Bank syariah merupakan bank yang melakukan kegiatan operasionlanya berdasarkan prinsip syariat Islam, sehingga bank ini mempunyai karakteristik beragama. Alasan sebagian umat muslim Indonesia menggunakan produk bank syariah juga dikarenakan mereka ingin terhindar dari riba atau hal-hal yang tidak sesuai dari syariat Islam. jadi, tingkat religiusitas seseorang dapat menentukan perilaku orang akan menggunakan bank syariah atau tidak. Dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Nugroho dkk tentang “The Influence Of Religiusity and Self-efficacy on The Saving Behaviour Of The Islamic Bank” menyimpulkan bahwa religiusity mempengaruhi seseorang untuk menggunakan produk perbankan syariah.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung Masyarakat Banjarnegara di Bank Syariah.**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah sikap, norma subjektif, perceived behavior, religiusitas, dan citra merek berpengaruh simultan terhadap intensi menabung?

2. Apakah sikap (*attitude*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah?
3. Apakah norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah?
4. Apakah kontrol perilaku (*perceived behavior control*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah?
5. Apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah?
6. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh sikap (*attitude*) terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah.
2. Menganalisis pengaruh norma subjektif (*subjective norm*) terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah.
3. Menganalisis pengaruh kontrol perilaku (*perceived behavior belief*) terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah.
4. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah.

5. Menganalisis religiusitas terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak:

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat guna meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti tentang pengaruh Sikap (*Attitude*), Norma Subjektif (*Subjective Norm*), Kontrol Perilaku (*perceived behavior belief*), Citra Merek, dan Religiusity terhadap Intensi Menabung Masyarakat Banjarnegara di Bank Syariah.
2. Bagi Manajemen Bank Syariah, penelitian ini diharapkan menjadi referensi guna meningkatkan minat menabung masyarakat di bank syariah, khususnya masyarakat Banjarnegara.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran kepada banyak pihak yang menabung di bank syariah.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Penyusunan sistematika pembahasan menggambarkan alur pemikiran dalam penelitian ini yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi pendahuluan yang merupakan landasan awal dan sebagai acuan dalam penelitian. Bab ini meliputi latar belakang yang menguraikan alasan dan motivasi dilakukannya penelitian ini, rumusan masalah sebagai inti penelitian, serta tujuan dan manfaat penelitian dan yang terakhir adalah sistematika pembahasan untuk mengetahui arah penulisan dalam penelitian.

Bab II berisi tentang Landasan Teori. Bab ini berisi telaah pustaka yang dijadikan referensi penelitian mengenai hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, uraian mengenai landasan teori yang mendasari penelitian, yaitu *theory of planned behavior*, sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), *perceived of behavior control*, citra merek, religiusitas dan intensi menabung. Serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang akan diuji kebenarannya.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian mengenai gambaran, cara atau teknik yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel, sumber dan jenis data serta teknik analisis data sebagai alat proses analisis yang digunakan.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan. Bab ini berisi tentang hasil analisis dari pengolahan data, baik analisis deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Analisis tersebut diinterpretasikan terhadap hasil pengolahan data dengan menggunakan teori.

Bab V Penutup. Bab ini memuat kesimpulan hasil penelitian dan saran yang mungkin berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah di bank syariah.

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1 KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung Masyarakat Banjarnegara di Bank Syariah dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan (bersama-sama) variabel sikap (*Attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), *perceived behavior*, religiusitas dan citra merek menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap intensi menabung masyarakat banjarnegara di bank syariah. Jadi, variabel sikap, norma subjektif, *perceived behavior*, religiusitas dan citra merek secara bersama-sama mempengaruhi intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah.
2. Variabel sikap (*attitude*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung masyarakat Bannjarnegara di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu sebesar  $3,130 > 1,661$  dan nilai nilai sig  $<$  tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ), yaitu sebesar  $0,002 < 0,05$ . Jadi, semakin baik sikap individu terhadap bank syariah, maka semakin tinggi intensi untuk menabung di bank syariah. Hal ini disebabkan karena sikap positif/persaan senang terhadap suatu bank akan mempengaruhi perilaku seorang individu untuk menggunakan jasa bank tersebut.
3. Variabel norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank



syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $3,729 > 1,661$  dan nilai  $sig < \text{tingkat kepercayaan } (\alpha)$  yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi, semakin banyak dorongan dari seseorang untuk menabung di bank syariah, maka akan semakin tinggi intensi untuk menabung di bank syariah. hal ini disebabkan karena dorongan dari pihak yang dianggap penting oleh individu, akan mempengaruhi perilaku individu tersebut.

4. Variabel *perceived behavior control* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi menabung masyarakat Banjarnegara di Bank syariah. hal ini, dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu sebesar  $0,279 < 1,661$  dan nilai  $sig > \text{tingkat kepercayaan } (\alpha)$  yaitu sebesar  $0,781 > 0,05$ . Tidak berpengaruh signifikannya variabel *perceived behavior control* kemungkinan karena faktor-faktor pendorong dan penghambat intensi menabung yang diyakini individu bukan benar-benar merupakan faktor yang dapat mendorong dan menghambat masyarakat Banjarnegara untuk menabung di bank syariah.
5. Variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah. hal ini, dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $1,705 > 1,661$  dan nilai  $sig > \text{tingkat kepercayaan } (\alpha)$  yaitu  $0,097 > 0,05$ . Tidak signifikannya pengaruh variabel religiusitas terhadap intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah disebabkan karena mereka masih mengutamakan pada aspek yang bersifat ekonomi atau keuntungan daripada faktor agama dalam memilih jasa perbankan.

6. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu sebesar  $2,014 > 1,661$  dan nilai  $sig < tingkat\ kepercayaan\ (\alpha)$ , yaitu sebesar  $0,047 < 0,05$ . Jadi, semakin baik citra merek bank syariah, semakin tinggi intensi mereka untuk menggunakan bank syariah. Hal ini disebabkan karena apabila suatu bank memiliki citra yang positif atau telah di percaya oleh masyarakat akan mempengaruhi seorang individu untuk menggunakan jasa bank tersebut.

## V.2 SARAN

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kesalahan kekurangan didalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutan yang terkait penelitian serupa. Beberapa saran diajukan sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya menabahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi intensi menabung masyarakat Banjarnegara di bank syariah seperti pendapatan, usia, pendidikan, persepsi, dan aksestabilitas. Mengingat dalam penelitian ini hanya menggunakan empat variabel ( sikap, norma subjektif, perceived behavior, religiusitas dan citra merek).
2. Penelitian ini menggunakan sampel masyarakat Banjarnegara dengan jumlah sampel hanya 100 orang. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan

menggunakan wilayah yang berbeda dan menabahkan jumlah sampel yang lebih banyak agar hasil penelitiannya lebih akurat.

3. Bagi manajemen bank syariah sebaiknya lebih gencar untuk melakukan sosialisasi mengenai perbankan syariah di masyarakat karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang perbankan syariah, selain itu perbankan syariah seharusnya juga menambah jumlah kantor di berbagai wilayah sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKAN

- Ajzen, Icek. 1991. *The Theory Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 50. Amherst: Academica Press. Inc.
- Ajzen, Icek. 2002. *Perceived Behavior Control, Self efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior*. Vol 3. Journal of Applied Social Psychology.
- Anshori, muslich dan Sri Iswati. 2009. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat penerbitan dan percetakan (AUP).
- Ar-Rifa'i, Muhammad Nasib. 2012. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Maktabah Ma'arif, Riyadh.
- Ariefianto, Moch. Dody. 2011. *Ekonometrika Esensi dan Aplikasi dengan Menggunakan Eviews*. Jakarta: Erlangga.
- Arista, E. Desi, dan Sri Rahayu triastuti. 2011. *Analisis Pengaruh Iklan Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen*. Vol.13 no.1. ISSN. 1693-928X.
- Azwar, Saifuddin. 1998. *Sikap Manusia Teori dan Pengukuran*. Yogyakarta: Pustaka pelajar offset.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: Lkis Yogyakarta.
- [ekonomi.kompas.com/read/2016/03/21/073700826/Hari.Gini.Tak.Seperempat.Jumlah.Orang.Indonesi.Punya.Rekening](http://ekonomi.kompas.com/read/2016/03/21/073700826/Hari.Gini.Tak.Seperempat.Jumlah.Orang.Indonesi.Punya.Rekening). diakses pada tanggal 12 maret 2018 pukul 10.45.
- Fatmawati, Desi. 2015. *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri*

*Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.*

Fauzy, Achmad. 2017. *Variabel yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pesantren untuk Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Vol.2. no.1.

Firdaus, Muhammad. 2011. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: Sinar Graffika Ofset.

Ghozali, Imam. 2004. *Aplikasi Analisis Multivariatif dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hapidah, Nur. 2017. *Pengaruh Faktor Personal, Faktor Sosial dan Faktor Informasi terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Buleleng Tahun 2016*. Vol. 9. No. 1.

Hatmawan, Aglis Andhita. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat pada Perilaku Nasabah Menabung di Perbankan Syariah dengan Agama sebagai Variabel Kontrol.* Vol.5. No.2. *Jurnal. Akuntansi dan Pendidikan*.

Husein, Umar. 2008. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

<http://economy.okezone.com/read/2017/10/320/1789544/market-share-perbankan-syariah-baru-5-ketua-ojk-20-juga-bisa>. diakses tanggal 13 maret 2018 pukul 09.00.

<http://m.ccnindonesia.com/ekonomi/20170407102436-78-205660/lps-simpanan-nasabah-bank-capai-rp4922-triliun-per-februari> diakses pada tanggal 13 Maret 2018 pukul 10:00 WIB.

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-2017.aspx> diakses pada tanggal 21 Februari 2018 pukul 09:45 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/layanan-nasabah-jaringan> diakses pada tanggal 20 April 2018 pukul 17.45 WIB.

<https://wilyleo.wordpress.com/2012/03/05/planned-behavior-theoryplanned-behavior-theory> diakses 20 Maret 2018 pukul 17:00 WIB.

[Kajianpustaka.com/2012/12/citra-merek-brand-image.html?m=1](http://Kajianpustaka.com/2012/12/citra-merek-brand-image.html?m=1) diakses 20 maret 2018 pukul 19:00 WIB.

Keller, L. 1993. *How to Manage Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip, Amstrong, Gary, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran, Alih Bahasa: Alexander Sindoro*. Jakarta: Prenhallindo.

Kuncoro, Mudrajat. 2011. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN.

Luthfiati, Robi'ah. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah*. Skripsi IAIN Salatiga.

Mardani. 2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta; PT Kharisma Putra Utama.

Muhammad. 2011, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta; Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Muhamad. 2014, *Manajemen Dana Bank Syarih*, Jakarta; Rajawali Pers.

Muhlis. 2011. *Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah. Disertasi Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang*.

- Noor, Juliansyah. 2013. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Pratama, Ramdhani Harri. 2013. *Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kota Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Priaji, Vita Widyan. 2011. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah*. Skripsi UIN Syarif Hidayatulloh.
- Prihandono, Aditya Putra Pratama. 2017. *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Motif Rasional Terhadap Proses Keputusan Dosen Menggunakan Bank Syariah*. Skripsi UIN Syarif Hidayatulloh.
- Purwanto, 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta; 2011.
- Rahmah. 2011. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control terhadap Intensi Membeli Buku Referensi Kuliah Ilegal pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatulloh*. Skripsi UIN Syarif Hidayatulloh.
- Reza Pahlevi, “*Hari Gini Tak Seperempat Jumlah Orang Indonesia Punya Rekening*”, <https://ekonomi.kompas.com/read/2016/03/21/073700826/Hari.Gini.Tak.Seperempat.Jumlah.Orang.Indonesia.Punya.Rekening>, diakses pada tanggal 12 Maret 2018 pukul 9:45 WIB.
- Rohmawati, Aisyah. 2016. *Pengaruh Citra Merek Bank terhadap Intensi Menabung pada Mahasiswa*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sanjaya, Benny. *Analisis Sikap dan Minat Nasabah dalam Menabung di Bank BRI Syariah KCP Lawang*. Jurnal. Universitas Negeri Malang.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.

Sujarweni, V Wiratna. 2007. *Belajar Mudah Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Ardana Media.

Sukardi. 2015. *Niat Menabung pada Bank Syariah Bagi Pengelola UMKM Muslim Kota Yogyakarta*. Vol.XII.

Sulisyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi*. Purwokerto: CV Andi Offset.

Teo, Timothy & Lee, B.C. 2010. *Examining the Efficiency of the Theory Planned Behavior Control (TPB) to Understand Pre-service teachers Intention to Use Technology*. Sydney: Ascilite.

Tiyo, Adis. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Citra merek, Kualitas Layanan terhadap Niat Nasabah Menabung pada Bank Mandiri di Surabaya*. Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.

Umar, Husein. 2003. *Metodelogi Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia pustaka Utama.

Yaya, Rizal, Aji Erlangga, dan Ahim Abdurahim, 2014. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta; Salemba Empat.

Yuliana, Imelda dan Suprihadi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian*. Vol. 5. No.6. Jurnal. Ilmu dan Riset Manajemen.

Yusuf Waluyo Jati, "Ini Penyebab Jumlah Kantor di Indonesia Menyusut," <http://finansial.bisnis.com/read/20160720/90/567471/ini-penyebab-jumlah-kantor-bank-di-indonesia-menyusut> diakses pada tanggal 23 April 2018 pukul 20:07 WIB.

[www.ojk.com](http://www.ojk.com). Diakses pada tanggal 28 maret 2018 pada pukul 08.00.

[www.kajianpustaka.com](http://www.kajianpustaka.com). Diakses pada tanggal 1 april 2018 pukul 17.00.



## KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,  
Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya:

Nama : Ari Fitri Yani

Nim : 14820062

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Bermaksud mengadakan penelitian dengan judul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung Masyarakat Banjarnegara di Bank Syariah**". Sehubungan dengan itu, saya mohon bantuan dari Saudara/i meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian ini.

Mengingat sangat pentingnya data ini, saya sangat mengharapkan agar kuisisioner ini diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari Saudara/i hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh-sungguh.

Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuisisioner saya mengucapkan terimakasih.

Hormat saya

Ari Fitri Yani

## DATA RESPONDEN

Nama : .....

Alamat : .....

Usia : .....

Jenis kelamin :  Laki-Laki  Perempuan

Rata-rata pendapatan per bulan :

< Rp. 500.000

Rp. 1.050.000- Rp. 2.000.000

Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000

Rp. 2.050.000- Rp. 3.000.000

>Rp.3.000.0000

Sumber pendapatan pokok :

Orang tua

Usaha

Gaji

Lain-lain..... (sebutkan)

Apakah anda mempunyai rekening di bank syariah?

- a. Tidak ( langsung lanjut ke bagian 2)
- b. Iya (Lanjut ke pertanyaan berikutnya)

Saya mempunyai rekening bank syariah ..... (sebut merek)

saya sudah menajadi nasabah selama .....

**Petunjuk Pengisian:**

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan kondisi yang anda alami dengan cara memberikan centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

SS : Sangat setuju

TS : Tidak setuju

S : Setuju

STS : Sangat tidak setuju

I. Sikap (*Attitude*)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Bank syariah lebih terpercaya daripada bank konvensional				
2	Menabung di bank syariah lebih terjamin daripada bank konvensional				
3	Bank syariah memberikan pelayanan yang terbaik terhadap setiap nasabah.				
4	Produk-produk yang dimiliki bank syariah tidak kalah dengan produk-produk bank konvensional.				
5	Jika saya meminjam dana, saya akan lebih memilih menggunakan jasa bank syariah.				
6	Bank syariah merupakan pilihan tempat yang paling tepat jika saya akan menabung.				

II. Norma Subjektif (*Subjective norm*)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Orang tua saya menabung di bank syariah				
2	Orang tua saya mendorong saya untuk menabung di bank syariah				
3	Guru/bos saya menggunakan bank syariah				
4	Guru/bos saya mendorong saya untuk menabung di bank syariah				

### III. *Percived Behavior Control*

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Ketenanga hati akan saya dapatkan, jika menabung dibank syariah, karena terhindar dari riba/bunga bank.				
2	Saya memiliki pendapat yang lebih, sehingga saya dapat menyalurkan uang untuk menabung dibank syariah.				
3	Masih terbatasnya informasi mengenai produk-produk bank syariah menjadi faktor penghambat saya untuk menggunakan bank syariah.				
4	Tidak adanya kantor bank syariah dan masih sulitnya menjangkau ATM bank syariah menjadikan saya enggan untuk menabung di bank syariah.				

### IV. Religiusitas

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya selalu menjalankan sholat lima waktu setiap hari				
2	Saya selalu menjalankan puasa wajib maupun sunah				
3	Menolong sesama muslim yang sedang mengalami musibah adalah wajib hukumnya bagi saya.				
4	Saya menyempatkan diri untuk membaca buku-buku tentang keislaman				
5	Islam adalah agama yang mampu membawa saya hidup bahagia dunia dan akhirat.				
6	Saya percaya bahwa alloh selalu bersama saya dimanapun dan kapanpun saya berada.				

### V. Citra Merek

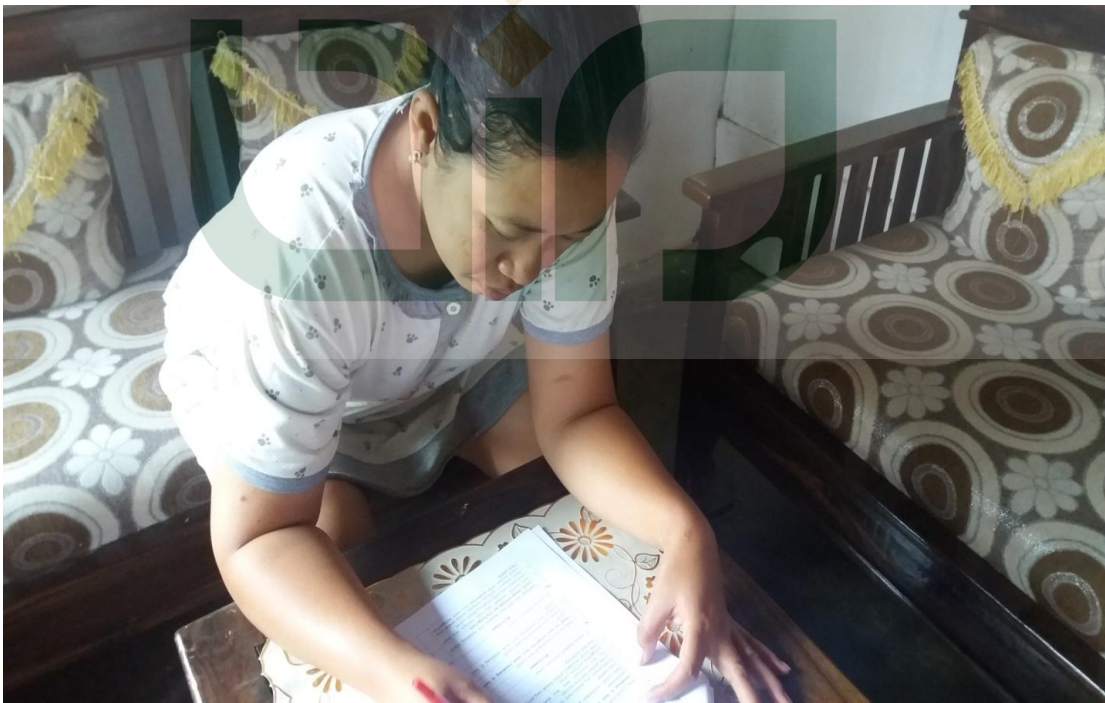
No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya akan mempertimbangkan bank yang memiliki iklan yang menarik untuk saya gunakan jasanya.				
2	Saya akan menggunakan bank yang memiliki logo yang mudah diingat dan menarik				
3	Saya akan memilih bank yang bisa membuktikan pesan mereka dalam iklanya				

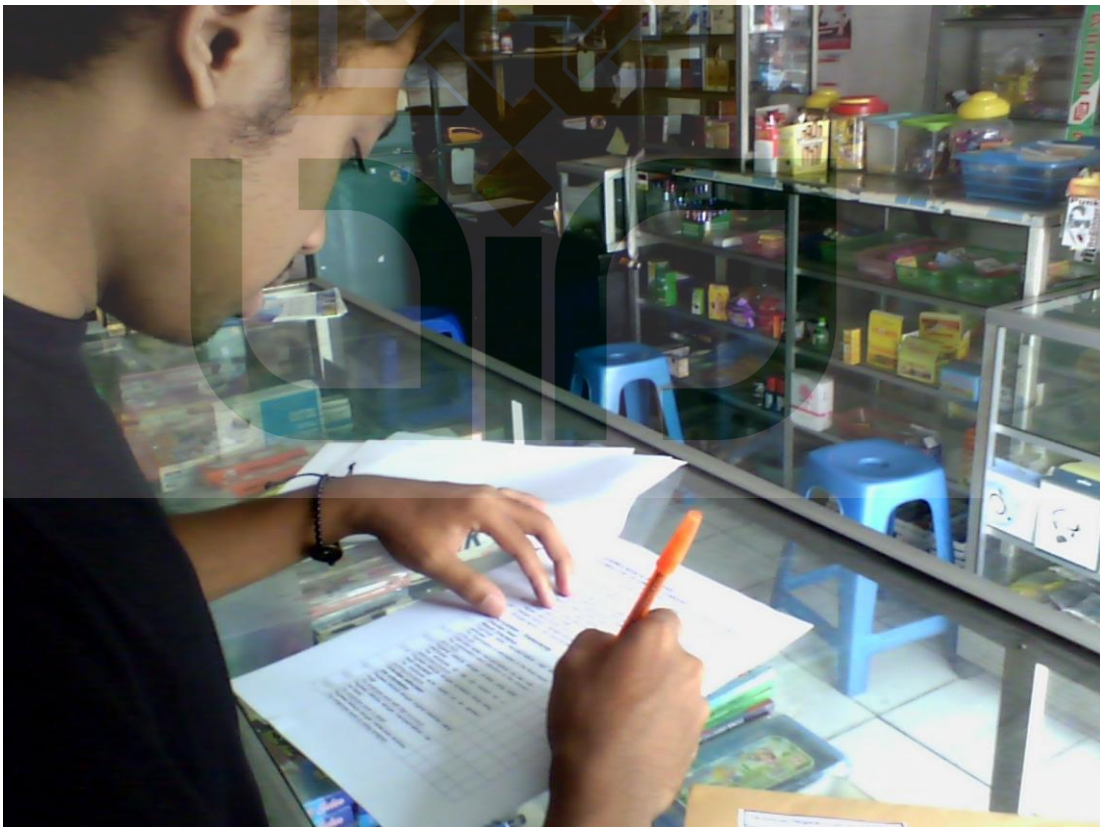
4	Saya akan memilih bank sudah memiliki nama besar dan terpercaya.				
---	--	--	--	--	--

#### VI. Intensi Menabung

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya berniat untuk menabung di bank syariah				
2	Saya tertarik dengan sistem operasional bank syariah yang sesuai dengan syariat islam				
3	Saya mencari informasi tentang bank syariah dari media informasi apapun				
4	Saya berkomitmen untuk menabung dibank syariah beberapa bulan kedepan.				
5	Saya akan menabung dibank syariah beberapa tahun kedepan.				
6	Saya memiliki rencana untuk menabung di bank syariah				

**LAMPIRAN 1**









## Lampiran: Tabulasi Data

Attitude						jumlah
X11	X12	X13	X14	X15	X16	
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	19
3	3	4	3	3	3	19
3	3	3	3	4	1	17
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	4	3	3	20
2	3	2	3	2	1	13
3	4	4	3	3	3	20
2	3	3	4	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	19
3	3	4	3	3	3	19
3	3	3	3	4	1	17
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	19
2	3	2	3	2	1	13
3	4	4	3	3	3	20

Subjective Norm				Jumlah
X21	X22	X23	X24	
3	3	3	3	12
2	2	2	2	8
2	2	3	3	10
2	3	3	3	11
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
3	3	3	4	13
2	3	3	3	11
2	2	2	2	8
3	3	3	3	12
2	2	3	3	10
3	3	3	3	12
2	2	2	2	8
2	2	3	3	10
2	3	3	3	11
3	3	3	3	12
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
2	3	3	3	11
2	2	2	2	8
3	3	3	3	12

Attitude						jumlah
X11	X12	X13	X14	X15	X16	
2	3	3	4	3	3	18
2	3	3	4	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	19
3	3	4	3	3	3	19
3	3	3	3	4	1	17
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	18
3	2	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	2	3	3	3	3	17
3	4	4	4	3	3	21
4	3	3	3	3	3	19
2	2	3	4	2	3	16
3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	4	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
2	2	3	4	2	2	15
4	3	4	4	4	4	23

Subjective Norm				Jumlah
X21	X22	X23	X24	
2	2	3	3	10
2	2	3	3	10
3	3	3	3	12
2	2	2	2	8
2	2	3	3	10
2	3	3	3	11
3	3	3	3	12
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
3	3	3	3	12
2	3	2	2	9
3	3	2	2	10
2	3	2	2	9
3	3	3	3	12
3	2	3	3	11
3	2	2	4	11
1	1	1	1	4
3	3	2	2	10

Attitude						jumlah
X11	X12	X13	X14	X15	X16	
3	3	4	3	2	2	17
4	3	4	4	3	3	21
3	2	3	3	2	2	15
3	3	3	4	3	3	19
3	2	3	3	3	3	17
3	3	4	4	4	3	21
2	3	4	4	3	3	19
3	3	4	3	3	3	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	4	3	3	19
2	3	3	3	3	3	17
3	3	3	4	2	3	18
3	3	3	3	2	3	17
3	3	3	3	2	3	17
2	2	3	3	2	3	15
3	3	4	3	3	3	19
4	3	4	3	3	3	20
3	3	3	4	2	3	18
3	3	3	3	2	3	17
3	3	3	4	2	4	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	19
3	2	3	3	3	3	17

Subjective Norm				Jumlah
X21	X22	X23	X24	
1	1	1	1	4
3	3	2	2	10
2	2	2	2	8
3	3	2	2	10
3	3	3	3	12
3	3	2	2	10
2	2	3	3	10
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
3	2	3	3	11
3	2	3	3	11
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
2	4	2	2	10
3	3	2	2	10
2	2	3	3	10
2	2	2	3	9
4	2	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
2	3	3	3	11
2	3	3	2	10
3	3	2	2	10

Attitude						jumlah
X11	X12	X13	X14	X15	X16	
2	3	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	2	17
3	3	4	3	3	2	18
3	3	4	3	2	3	18
3	3	3	4	2	3	18
3	3	3	3	2	3	17
3	3	3	3	3	3	18
3	2	3	3	3	2	16
2	3	3	3	3	3	17
4	3	3	4	3	3	20
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	19
4	3	3	3	3	3	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	2	3	18
2	2	2	2	2	3	13
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18

Subjective Norm				Jumlah
X21	X22	X23	X24	
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
2	2	3	3	10
3	4	2	2	11
3	3	3	3	12
3	2	2	3	10
2	2	3	3	10
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
2	3	3	3	11
2	3	2	3	10
2	2	3	3	10
2	2	2	3	9
2	2	2	2	8
3	3	2	2	10
2	2	2	2	8
2	2	3	3	10
2	2	3	3	10
2	2	2	2	8
3	3	2	2	10
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12

Attitude						jumlah
X11	X12	X13	X14	X15	X16	
3	3	3	3	2	3	17
3	4	3	3	4	3	20
2	2	2	3	2	2	13
2	2	2	2	2	2	12
2	2	2	2	2	2	12
3	3	4	4	3	3	20
3	2	2	2	3	2	14
2	2	2	2	2	3	13
3	3	3	4	4	3	20
3	3	3	4	4	3	20

Subjective Norm				Jumlah
X21	X22	X23	X24	
3	2	3	2	10
3	2	2	3	10
2	2	2	2	8
2	2	2	3	9
1	2	3	3	9
2	2	3	3	10
2	2	3	3	10
2	2	2	2	8
3	2	2	3	10
3	2	2	3	10

Perceived Behavior				Jumlah
X31	X32	X33	X34	
3	1	4	2	10
4	2	4	3	13
3	2	3	3	11
3	2	3	3	11
3	2	3	3	11
4	2	4	3	13
3	3	3	3	12
3	2	3	3	11
2	2	3	3	10

Religiusitas						Jumlah
X41	X42	X43	X44	X45	X46	
3	3	3	2	3	3	17
2	2	3	3	3	3	16
3	3	3	2	3	3	17
4	3	3	2	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18

Perceived Behavior				Jumlah
X31	X32	X33	X34	
4	3	3	3	13
4	3	3	4	14
3	1	4	2	10
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
3	2	3	3	11
3	2	3	3	11
3	2	3	3	11
3	2	4	3	12
2	2	3	3	10
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
4	3	4	4	15
3	1	4	2	10
4	3	4	3	14
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
3	2	3	3	11
3	3	3	3	12
3	2	3	3	11
3	3	1	1	8
3	2	2	2	9

Religiusitas						Jumlah
X41	X42	X43	X44	X45	X46	
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
2	2	3	2	4	3	16
3	3	3	2	3	3	17
4	3	3	2	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	3	4	19
2	2	3	3	4	4	18
3	3	3	2	3	3	17
4	3	3	3	3	3	19
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
3	3	2	2	3	3	16
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18

Perceived Behavior				Jumlah
X31	X32	X33	X34	
3	2	2	2	9
3	2	3	2	10
3	3	3	1	10
3	3	2	2	10
3	2	3	3	11
4	3	3	3	43
4	3	3	4	14
4	3	3	3	13
4	2	3	3	12
3	3	3	2	11
3	2	2	2	9
3	1	3	3	10
2	2	3	3	10
3	3	3	3	12
3	3	2	2	10
3	2	3	3	11
3	3	1	1	8
4	3	2	2	11
3	3	2	2	10
3	2	3	3	11
3	3	2	3	11
4	2	3	3	12
3	3	3	3	12

Religiusitas						Jumlah
X41	X42	X43	X44	X45	X46	
3	3	2	3	3	3	17
3	3	3	2	3	3	17
3	3	2	3	3	3	17
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	1	3	4	17
3	3	3	2	4	3	18
3	3	3	2	3	3	17
3	3	4	2	4	3	19
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	2	1	4	16
3	3	4	2	4	4	20
3	3	3	1	4	3	17
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	1	3	3	16
3	3	4	2	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	2	2	3	15
3	2	3	2	3	3	16
4	3	3	3	1	3	17
4	3	3	2	4	4	20
3	3	3	2	4	3	18

Perceived Behavior				Jumlah	Religiusitas						Jumlah
X31	X32	X33	X34		X41	X42	X43	X44	X45	X46	
3	3	2	3	11	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	12	3	3	3	2	3	3	17
3	3	2	3	11	3	3	3	1	3	3	16
3	2	3	4	12	3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	3	14	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	12	3	4	3	2	3	3	18
3	2	2	3	10	3	3	3	3	3	3	18
4	3	2	4	13	3	3	4	2	4	3	19
4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	12	4	3	4	2	4	3	20
4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	3	19
4	3	3	3	13	3	3	3	2	3	3	17
3	2	3	3	11	3	4	3	3	3	4	20
2	2	4	3	11	3	3	3	3	3	4	19
3	3	4	3	13	3	3	3	3	4	3	19
3	3	3	3	12	4	3	4	3	3	4	21
3	3	3	3	12	4	3	4	2	3	4	20
4	3	4	3	14	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	12	3	2	1	3	3	3	15
3	3	3	3	12	3	3	3	2	3	3	17
3	2	3	3	11	3	2	3	3	3	2	16
3	3	3	2	11	3	3	3	2	3	3	17



Perceived Behavior				Jumlah	Religiusitas						Jumlah
X31	X32	X33	X34		X41	X42	X43	X44	X45	X46	
3	3	2	3	11	3	3	1	2	3	2	14
3	3	3	3	12	3	3	3	2	3	2	16
3	3	3	4	13	3	3	3	2	3	3	17
3	3	2	3	11	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	12	4	3	1	2	3	3	16
3	3	3	4	13	3	3	2	3	3	3	17
4	2	3	4	13	3	3	2	2	3	3	16
3	3	2	3	11	3	3	3	2	3	3	17
4	3	2	3	12	3	3	3	3	2	3	17
3	3	2	3	11	3	3	4	3	3	4	20
3	3	3	4	13	4	3	3	3	3	3	19
3	3	2	3	11	4	3	3	2	4	3	19
3	3	3	4	13	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	4	13	4	4	3	1	3	4	19
2	3	3	3	11	3	3	3	2	3	3	17
2	3	2	3	10	3	3	3	2	3	3	17
2	2	2	3	9	3	3	4	2	3	3	18
3	2	3	2	10	3	2	3	2	3	3	16
3	3	2	2	10	3	3	3	3	3	3	18
3	2	2	2	9	3	3	3	2	4	3	18
3	4	2	3	12	3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	12	3	3	3	2	3	3	17

Citra Merek				Jumlah
X51	X52	X53	X54	
3	3	3	3	12
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	2	3	3	11
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	2	3	3	11
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12

Intensi Menabung					jumlah
Y11	Y12	Y14	Y15	Y16	
3	3	3	3	3	15
3	3	2	2	2	12
3	3	3	4	4	17
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
2	1	2	2	2	9
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	2	2	2	12
3	3	3	4	4	17
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
2	1	2	3	3	11
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15

Citra Merek				Jumlah
X51	X52	X53	X54	
3	3	3	3	12
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
3	2	3	3	11
3	2	3	3	11
2	2	3	3	10
2	3	3	3	11
2	3	3	3	11
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
2	3	3	3	11
3	2	3	3	11
2	3	3	3	11
3	3	4	3	13
4	3	4	3	14
2	3	3	3	11
3	3	3	3	12
3	2	2	3	10
2	2	4	4	12
3	3	4	3	13
4	4	3	4	15

Intensi Menabung					jumlah
Y11	Y12	Y14	Y15	Y16	
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	2	2	3	13
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	4	4	3	3	17
3	3	3	3	3	15
4	3	4	4	4	19
3	4	3	3	3	16
3	3	4	3	3	16
3	3	2	2	2	12
4	4	3	3	3	17
3	3	2	2	2	12
4	4	4	4	4	20

Citra Merek				Jumlah
X51	X52	X53	X54	
2	2	3	3	10
3	2	4	4	13
2	2	3	3	10
2	2	3	3	10
2	2	4	4	12
3	3	4	4	14
3	3	3	3	12
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	4	3	13
3	3	3	4	13
3	3	4	3	13
2	3	3	3	11
3	3	3	3	12
2	2	3	3	10
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	3	4	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12

Intensi Menabung					jumlah
Y11	Y12	Y14	Y15	Y16	
3	3	2	2	2	12
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	16
3	4	3	3	4	17
4	3	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16
3	3	4	4	3	17
3	3	3	4	3	16
3	3	3	2	2	13
3	4	3	2	2	14
3	4	3	3	3	16
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	2	2	3	13
3	3	3	3	3	15
3	3	2	2	3	13

Citra Merek				Jumlah
X51	X52	X53	X54	
3	3	3	3	12
3	1	3	3	10
3	2	3	3	11
3	2	3	3	11
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
3	4	4	3	14
4	3	3	3	13
4	3	3	2	12
4	3	3	2	12
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
3	3	3	3	12
2	2	2	3	9
3	3	4	3	13

Intensi Menabung					jumlah
Y11	Y12	Y14	Y15	Y16	
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	16
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	4	17
3	3	2	2	3	13
3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	3	14
3	3	3	3	3	15
2	2	3	3	3	13
2	3	3	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	3	17
4	4	3	4	3	18

Citra Merek				Jumlah
X51	X52	X53	X54	
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	2	2	3	10
4	1	3	3	11
2	2	3	3	10
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
3	3	3	3	12

Intensi Menabung					jumlah
Y11	Y12	Y14	Y15	Y16	
3	3	2	3	3	14
3	3	2	3	3	14
2	2	3	3	3	13
3	3	2	2	3	13
2	3	3	3	3	14
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15

## UJI VALIDITAS DATA

Variabel sikap (*Attitude*)

### Correlations

		x1_ite m1	x1_ite m2	x1_ite m3	x1_ite m4	x1_ite em5	x1_ite m6	Skor
x1_ite m1	Pearson Correlation	1	,333**	,424**	,087	,361**	,264**	,639**
	Sig. (2- tailed)		,001	,000	,387	,000	,008	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_ite m2	Pearson Correlation	,333**	1	,469**	,283**	,369**	,222*	,673**
	Sig. (2- tailed)	,001		,000	,004	,000	,027	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_ite m3	Pearson Correlation	,424**	,469**	1	,310**	,297**	,388**	,770**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000		,002	,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_ite m4	Pearson Correlation	,087	,283**	,310**	1	,173	,223*	,538**
	Sig. (2- tailed)	,387	,004	,002		,086	,026	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_ite m5	Pearson Correlation	,361**	,369**	,297**	,173	1	,061	,590**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,003	,086		,548	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_ite m6	Pearson Correlation	,264**	,222*	,388**	,223*	,061	1	,596**
	Sig. (2- tailed)	,008	,027	,000	,026	,548		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
skor	Pearson Correlation	,639**	,673**	,770**	,538**	,590**	,596**	1
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Norma Subjektif

## Correlations

		x2_item1	x2_item2	x2_item3	x2_item4	skor
x2_item1	Pearson Correlation	1	,546**	,331**	,340**	,740**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
x2_item2	Pearson Correlation	,546**	1	,348**	,199*	,704**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,048	,000
	N	100	100	100	100	100
x2_item3	Pearson Correlation	,331**	,348**	1	,730**	,802**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
x2_item4	Pearson Correlation	,340**	,199*	,730**	1	,751**
	Sig. (2-tailed)	,001	,048	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Skor	Pearson Correlation	,740**	,704**	,802**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Variabel Perceived Behavior Control

## Correlations

		x3_item1	x3_item2	x3_item3	x3_item4	skor
x3_item1	Pearson Correlation	1	,162	,157	,206*	,391**
	Sig. (2-tailed)		,108	,120	,040	,000
	N	100	100	100	100	100
x3_item2	Pearson Correlation	,162	1	-,239*	,091	,243*





x4_item4	Pearson Correlation	-,065	-,134	-,075	1	-,172	,103	,358**
	Sig. (2-tailed)	,523	,184	,459		,088	,308	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x4_item5	Pearson Correlation	-,033	-,116	,171	-,172	1	,001	,338**
	Sig. (2-tailed)	,744	,252	,088	,088		,992	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x4_item6	Pearson Correlation	,102	,192	,290**	,103	,001	1	,601**
	Sig. (2-tailed)	,313	,055	,003	,308	,992		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
skor	Pearson Correlation	,434**	,379**	,598**	,358**	,338**	,601**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Citra Merek

### Correlations

		x5_item1	x5_item2	x5_item3	x5_item4	skor
x5_item1	Pearson Correlation	1	,262**	,095	-,109	,584**
	Sig. (2-tailed)		,009	,346	,282	,000
	N	100	100	100	100	100
x5_item2	Pearson Correlation	,262**	1	,285**	-,058	,721**
	Sig. (2-tailed)	,009		,004	,570	,000
	N	100	100	100	100	100
x5_item3	Pearson Correlation	,095	,285**	1	,269**	,683**
	Sig. (2-tailed)					

	Sig. (2-tailed)	,346	,004		,007	,000
	N	100	100	100	100	100
x5_item4	Pearson Correlation	-,109	-,058	,269**	1	,320**
	Sig. (2-tailed)	,282	,570	,007		,001
	N	100	100	100	100	100
skor	Pearson Correlation	,584**	,721**	,683**	,320**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Intensi menabung

#### Correlations

		Y1_ite m1	Y1_it em2	Y1_ite m3	Y1_ite m4	Y1_ite m5	Y1_ite m6	skor
Y1_item1	Pearson Correlation	1	,500**	,005	,239*	,230*	,289**	,616**
	Sig. (2-tailed)		,000	,958	,017	,021	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1_item2	Pearson Correlation	,500**	1	,015	,304**	,148	,177	,617**
	Sig. (2-tailed)	,000		,884	,002	,142	,078	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1_item3	Pearson Correlation	,005	,015	1	-,025	-,011	-,140	,091
	Sig. (2-tailed)	,958	,884		,802	,917	,165	,370
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1_item4	Pearson Correlation	,239*	,304**	-,025	1	,636**	,437**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,017	,002	,802		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1_item5	Pearson Correlation	,230*	,148	-,011	,636**	1	,668**	,772**

	Sig. (2-tailed)	,021	,142	,917	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1_item6	Pearson Correlation	,289**	,177	-,140	,437**	,668**	1	,695**
	Sig. (2-tailed)	,003	,078	,165	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
skor	Pearson Correlation	,616**	,617**	,091	,764**	,772**	,695**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,370	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## UJI REABILITAS

Sikap (*Attitude*)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,753	,814	7

Norma Subjektif

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,798	,859	5

Perceived Behavior Control

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,661	,599	5

Religiusitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,628	,583	7

Citra Merek

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,717	,687	5

Intensi Menabung

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,777	,844	6

## HASIL

### Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,24986536
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,084
	Negative	-,080
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,076 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

- Uji Heterokedasitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	,787	1,176		,670	,505
sikap	,009	,047	,020	,185	,854
norma subjektif	-,084	,051	-,175	-1,646	,103
perceived behavior	,014	,069	,025	,210	,834
religiusitas	-,022	,026	-,091	-,836	,405
citra merek	,079	,084	,103	,934	,352

a. Dependent Variable: RES2

- Uji Multikolonieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,249	1,799		2,362	,020		
Sikap norma subjektif	,226	,072	,289	3,130	,002	,828	1,208
perceived behavior	,292	,078	,330	3,729	,000	,899	1,112
religiusitas	-,029	,106	-,028	-,279	,781	,722	1,385
citra merek	,069	,041	,155	1,705	,091	,852	1,174
	,259	,129	,186	2,014	,047	,827	1,209

a. Dependent Variable: intensi menabung

**Uji Regresi****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,580 <sup>a</sup>	,336	,301	1,28268

a. Predictors: (Constant), citra merek, norma subjektif, religiusitas, sikap, perceived behavior

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	78,346	5	15,669	9,524	,000 <sup>b</sup>
Residual	154,654	94	1,645		
Total	233,000	99			

a. Dependent Variable: intensi menabung

b. Predictors: (Constant), citra merek, norma subjektif, religiusitas, sikap, perceived behavior

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,249	1,799		2,362	,020		
sikap	,226	,072	,289	3,130	,002	,828	1,208
norma subjektif	,292	,078	,330	3,729	,000	,899	1,112
perceived behavior	-,029	,106	-,028	-,279	,781	,722	1,385
religiusitas	,069	,041	,155	1,705	,091	,852	1,174
citra merek	,259	,129	,186	2,014	,047	,827	1,209

a. Dependent Variable: intensi menabung

Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model		citra merek	norma subjektif	religiusitas	sikap	perceived behavior
1 Correlations	citra merek	1,000	,127	,075	-,165	-,347
	norma subjektif	,127	1,000	,055	-,289	-,087
	religiusitas	,075	,055	1,000	-,109	-,342
	sikap	-,165	-,289	-,109	1,000	-,129
	perceived behavior	-,347	-,087	-,342	-,129	1,000
	Covariances	citra merek	,017	,001	,000	-,002
	norma subjektif	,001	,006	,000	-,002	-,001
	religiusitas	,000	,000	,002	,000	-,001
	sikap	-,002	-,002	,000	,005	-,001
	perceived behavior	-,005	-,001	-,001	-,001	,011

a. Dependent Variable: intensi menabung



# CURRICULUM VITAE

[arifitri95@gmail.com](mailto:arifitri95@gmail.com)

---

## DATA PRIBADI

Nama : Ari Fitri Yani  
Tempat tanggal lahir : Banjarnegara, 23 Febuari 1995  
Alamat : Klampok rt 03/rw 04, Banjarnegara,  
Jawa Tengah  
No. telp : 0895371217017  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status : Mahasiswa  
kewarganegaraan : Indonesia



## RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK PGRI Purwareja Klampok (1999 sampai 2001)
2. SD Negeri 2 Purwareja Klampok (2001 sampai 2007)
3. SMP Negeri 2 Purwareja Klampok (2007 sampai 2010)
4. SMA Negeri 1 Purwareja Klampok (2010 sampai 2013)
5. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2014 sampai 2018)

## PENGALAMAN ORGANISASI

1. Anggota Kopma Uin Sunan Kalijaga
2. Anggota Kelompok Study Pasar Modal