

SKRIPSI

**PENGARUH BUDAYA DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
MASYARAKAT UNTUK MENABUNG DI *BAITUL MAAL WA TAMWIL*
(Studi Kasus Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten
Lampung Tengah)**

Oleh :

**ARIF ZULBAHRI
NPM. 141258710**



**Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1440 H/2019 M**

**PENGARUH BUDAYA DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
MASYARAKAT UNTUK MENABUNG DI *BAITUL MAAL WA TAMWIL*
(Studi Kasus Masyarakat Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya
Kabupaten Lampung Tengah)**

Diajukan unuk memenuhi Tugas dan memenuhi sebagian syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

SKRIPSI

Oleh :
ARIF ZULBAHRI
NPM. 141258710

Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
Pembimbing II : Dharma Setyawan, MA

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1440 H/2019 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH LOKASI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP
KEPUTUSAN MASYARAKAT UNTUK MENABUNG DI
LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus Desa
Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten
Lampung Tengah)

Nama : Arif Zulbahri

NPM : 141258710

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : SI Perbankan Syariah

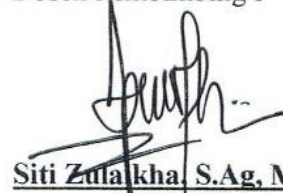
MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, April 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Siti Zulakha, S.Ag, MH

NIP. 19720611 199803 2 001



Dharma Setyawan, MA

NIP. 19880529 201503 1 005

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : **Mohon di Munaqosyahkan**
Saudara Arif Zulbahri

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di Tempat.

Assalamualaikum, Wr. Wb


Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi saudara :

Nama : Arif Zulbahri
NPM : 141258710
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : PENGARUH LOKASI DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT UNTUK
MENABUNG DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
(Studi Kasus Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih
Surabaya Kabupaten Lampung Tengah)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di munaqosyahkan.


Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing I


Siti Zulakha, S.Ag, MH
NIP. 1971061 199803 2 001

Metro, April 2019

Dosen Pembimbing II


Dharma Setiawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No...1586/In.28.3/D/PP.009/06/2019.....

Skripsi dengan judul : PENGARUH BUDAYA DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT UNTUK MENABUNG DI *BAITUL MAAL WA TAMWIL* (STUDI KASUS DESA GAYA BARU VII KECAMATAN SEPUTIH SURABAYA KABUPATEN LAMPUNG TENGAH), disusun oleh ARIF ZULBAHRI, NPM. 141258710, Jurusan S1 Perbankan Syariah, telah dimunaqsyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Selasa, 14 Mei 2019.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

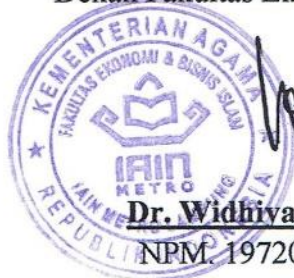
Ketua/Moderator : Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
Penguji 1 : Rina El-Maza, S.H.I.,M.S.I
Penguji 2 : Dharma Setyawan, MA
Sekretaris : Ani Nurul Imtihana, SHI.,MSI

(.....
(.....
(.....
(.....)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NPM. 19720923 200003 2 002

**PENGARUH BUDAYA DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
MASYARAKAT UNTUK MENABUNG DI *BAITUL MAAL WA TAMWIL*
(Studi Kasus Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten
Lampung Tengah)**

ABSTRAK

**Oleh :
Arif Zulbahri**

Penelitian skripsi ini dilatarbelakangi oleh sebuah fenomena bahwa masyarakat Desa Gaya Baru VII sebagian besar muslim dihadapkan pada suatu pilihan, yaitu penyimpanan dana di lembaga keuangan konvensional. Pada sudah diketahui bersama menggunakan sistem bunga yang jelas sudah diharamkan oleh agama. Oleh karena itu, didirikan lembaga keuangan syariah dimana dalam sistemnya menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai kesepakatan bersama. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pengaruh budaya dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di *baitul maal wa tamwil* (BMT) dan variabel yang manakah yang berpengaruh paling signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di BMT.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Penelitian ini diadakan di Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Gaya Baru VII yang menabung di lembaga keuangan syariah yang berjumlah 25 responden. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan variabel religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Besarnya pengaruh variabel budaya dan religiusitas sebesar 74% sedangkan sisanya sebesar 26% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Budaya, Religiusitas, Menabung, *Baitul Maal wa Tamwil* dan Lembaga Keuangan Syariah

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arif Zulbahri
NPM : 141258710
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, April 2019

Yang Menyatakan,



Arif Zulbahri
NPM 141258710

MOTTO

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ
مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

*Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah
kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.*

(Q.S Al Isra' : 29)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT.yang Maha Pengasih dan Penyanyang, maka dengan cinta dan ketulusan hati karya ini kupersembahkan kepada:

1. Ibunda tercinta Siti Kholifah dan Ayahanda Imam Mansur, Terima kasih atasseluruh kasih sayang, ilmu, dukungan serta doa yang telah diberikan sehingga menjadikanku laki-laki yang mandiri dan insya Allah dapat membanggakan kalian.
2. Kakakku Nur Ikhsan dan Adikku Melly Amalia Atsyari, Terima kasih telah memberikan dukungan dan doa
3. Teman-teman seperjuangan Adek Kedis, Aldi, Juli, Wahyu, Dika, Elga, Aan, Agung, Aji, Aan, Ridho, Evi, Siti. Serta teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2014 dan teman-teman KPM Desa Sidomulyo Triyo Pambudi, Richa, Ridha dan Pepti. Terima kasih sudah mendukung, mengingatkan mendoakan selalu dalam penyusunan skripsi ini dan telah membantu membentuk karakter dan mewarnai aktivitas perkuliahanku.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. atas taufik dan hidayah-NYA sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Untuk Menabung Di *Baitul Maal wa Tamwil* (Studi Kasus Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah) , skripsi ini adalah bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr.Hj. Enizar, M.Ag, Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dharma Setyawan, MA selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Kepala Desa dan Masyarakat Desa Gaya Baru VII yang dengan senang hati telah memberikan bantuan keterangan pengumpulan data dan melakukan observasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam skripsi ini, maka Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif yang dapat membantu memperbaiki hasil penelitian ini.

Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih bagi para dosen, dan semua orang yang membantu atas selesainya skripsi ini, dan tidak lupa peneliti selalu berharap semoga hasil dari seminar ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pendidikan perbankan syariah.

Metro, April 2019
Peneliti,



Arif Zulbahri
NPM. 141258710

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
ABSTRAK	v
ORISINALITAS PENELITIAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian	10
D. Penelitian Relevan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Perilaku Konsumen dan Menabung	13
1. Perilaku Konsumen	13
2. Pengertian menabung	16
B. Budaya.....	18
1. Pengertian Umum Budaya	18
2. Fungsi Budaya.....	19
C. Religiusitas	21
1. Pengertian Umum Religiusitas.....	21
2. Dimensi-dimensi Religiusitas	23
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiusitas.....	24
D. <i>Baitul Maal wa Tamwil</i>	27
E. Kerangka Pemikiran.....	29
F. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Desain Penelitian.....	32
B. Rencana Penelitian	33
C. Definisi Operasional Variabel.....	34
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36

E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Insterumen Penelitian.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	48
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	48
1. Gambaran Umum Desa Gaya Baru VII.....	48
a. Sejarah Singkat Desa Gaya Baru VII.....	48
b. Letak dan Kondisi Desa Gaya Baru VII.....	49
c. Luas dan Batas Desa Gaya Baru VII.....	50
d. Kondisi Geografis Desa Gaya Baru VII.....	50
e. Struktur Organisasi Desa Gaya Baru VII.....	51
2. Gambaran Umum Responden.....	51
a. Responden menurut Jenis Kelamin.....	52
b. Responden menurut Jenis Pekerjaan.....	53
B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden.....	53
1. Deskripsi Variabel Budaya.....	53
2. Deskripsi Variabel Religiusitas.....	57
3. Deskripsi Variabel Keputusan.....	61
C. Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Normalitas.....	64
2. Uji Heteroskedastisitas.....	64
3. Uji Multikolinearitas.....	65
4. Uji Autokorelasi.....	66
D. Uji Regresi Linier Berganda.....	66
E. Uji Signifikasi.....	67
1. Uji Validitas.....	67
2. Uji Reabilitas.....	68
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
F. Interpretasi Data.....	72
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Lembaga Keuangan Syariah di Kecamatan Seputih Surabaya.....	8
Tabel 2.1 Model Perilaku Konsumen Assael.....	16
Tabel 2.2 Skema hubungan nilai, norma, sanksi, dan pola konsumsi.....	20
Tabel 3.1 Jumlah butir pertanyaan dari masing-masing indikator.....	39
Tabel 4.1 Data Penggunaan Lahan Gaya Baru Tahun 2018	51
Tabel 4.2 Struktur Organisasi Desa Gaya Baru VII.....	51
Tabel 4.3 Gambaran Responden Menurut Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.4 Gambaran Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	53
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Anjuran menabung	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap koperasi desa	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kebiasaan menabung.....	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap gotong-royong ekonomi	56
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Peranan keluarga untuk menabung.....	56
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Nilai leluhur dan didikan moral	57
Tabel 4.11 Tanggapan Responden perbuatan manusia akan mendapat balasan.....	58
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap keyakinan akhirat	58
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Sholat tepat waktu	59
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Sedekah/Zakat	59
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap mengetahui hukum islam.....	60
Tabel 4.16 Tanggapan Responden terhadap pemahaman LKS	60
Tabel 4.17 Tanggapan Responden terhadap memilih LKS karena kinerja.....	61
Tabel 4.18Tanggapan Responden terhadap produk yang ditawarkan	61
Tabel 4.19 Tanggapan Responden terhadap lebih dekat dengan anggota	62
Tabel 4.20 Tanggapan Responden terhadap kualitas pelayanan.....	62
Tabel 4.21 Tanggapan Responden terhadap layanan <i>door-to-door</i>	63
Tabel 4.22 Tanggapan Responden terhadap layanan informasi	63
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.24 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.25 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65

Tabel 4.26 Hasil Uji Autokorelasi	66
Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.29 Hasil Uji Reabilitas	71
Tabel 4.30 Hasil koefisien regresi secara bersama-sama.....	72
Tabel 4.31 Hasil Analisis Determinasi	72

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Bimbingan
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Research
4. Surat Tugas
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Kartu Konsultasi
7. Hasil Penarikan Angket
8. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan peranan suatu negara sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Oleh karena itu, saat ini dan masa mendatang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktifitas keuangan, baik perorangan ataupun suatu perusahaan¹

Seiring digulirkannya sistem perbankan syariah pada pertengahan tahun 1990-an di Indonesia, beberapa Lembaga Keuangan Syariah (LKS) tumbuh dan berkembang pesat di Indonesia. Indonesia sebagai Negara dengan jumlah populasi penduduk sekitar 255 juta jiwa dimana 85% penduduknya beragama islam.² Memiliki potensi cukup besar untuk dapat mengembangkan industri keuangan islam.

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Penerapan prinsip Islam inilah yang membedakan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan umum (konvensional).³ Misalnya dalam hal pembiayaan usaha, lembaga keuangan syariah hanya bersedia membiayai kegiatan-kegiatan atau

¹Kasmir. *Dasar – dasar Perbankan*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 2

²<http://bps.go.id> Tahun 2015, diakses pada 27 Agustus 2018

³Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Sumber Mulia Tuntang, *Jurnal Muqtasid Vol 3 Nomor 2, Desember 2012*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga, h. 279

usaha yang halal dan bermanfaat, sedangkan lembaga keuangan konvensional dalam memberikan pembiayaan tidak menilai halal atau tidak usaha tersebut.

Dari sekian banyak lembaga keuangan syariah, *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) merupakan lembaga ekonomi Islam yang dibangun berbasis keumatan. Dari segi jumlah, BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang paling banyak apabila dibandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya.

Memahami perilaku konsumen (masyarakat) merupakan tugas penting bagi lembaga keuangan syariah. Dalam penciptaan produk, penentuan pasar sasaran, dan menentukan aktivitas promosi harus memperhatikan perilaku konsumen agar serangkaian strategi yang dijalankan dapat tepat sasaran dan pengelolaan anggaran dapat digunakan secara bijak. Tidak hanya itu, sebagai pemasar lembaga keuangan syariah harus mengetahui pengambilan keputusan pembelian dan bagaimana nasabah menggunakan serta mengatur pembelian produk dan jasa yang ditawarkan. Hal tersebut sangat berfungsi bagi perusahaan untuk mengevaluasi kebijakan operasionalnya dan menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan strategi dan kebijakan di masa yang akan datang.

Didalam konsep perilaku dan psikologi konsumen terdapat banyak faktor/variabel yang mempengaruhi minat menabung masyarakat. Namun terdapat dua faktor atau variabel yang cukup dominan didalam mempengaruhi keputusan masyarakat (konsumen) untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Dua faktor tersebut adalah budaya dan religiusitas. Dimana kedua

faktor tersebut cukup dominan mendorong masyarakat didalam memutuskan pilihan di lembaga keuangan mana dia harus menabung.

Sesuatu yang tidak bisa dipungkiri bahwa seorang nasabah merupakan makhluk sosial, yaitu makhluk yang hidup bersama dengan individu atau kelompok lain, dan berinteraksi dengan sesamanya. Individu-individu disekelilingnya itulah yang disebut dengan lingkungan sosial nasabah. Nasabah saling berinteraksi satu dengan yang lainnya, saling mempengaruhi dalam membentuk perilaku, kebiasaan, sikap, kepercayaan dan nilai-nilai yang dianggap penting. Salah satu unsur lingkungan sosial yang ada pada diri seorang nasabah adalah lingkungan budaya.

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seseorang dan masyarakat.⁴ Dimana budaya mengaju kepada nilai-nilai, gagasan, artefak dan simbol-simbol lain yang bermakna yang membantu nasabah dalam berkomunikasi dengan sesama, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Selain itu budaya tidak hanya sesuatu yang bersifat abstrak seperti nilai-nilai, pemikiran dan kepercayaan, budaya bisa saja berbentuk objek material dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat tertentu.⁵

Seperti halnya yang diungkapkan Kasjo salah satu masyarakat desa Gaya Baru VII mengatakan bahwa budaya ekonomi yang ada di desa kami banyak sekali misalnya saja arisan keluarga, arisan kelompok tani, arisan jamaah

⁴Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta ; Ghalia Indonesia, 2011), h. 13

⁵Roni Andespa, "Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah", dalam *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam -Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017*, h.35-36

yasin secara tidak langsung itu sudah mengajarkan kita untuk menyisihkan sebagian uang kita untuk menabung jangka panjang dan pasti kita akan menikmati hasil tabungan itu. Kalau untuk anak-anak kita mengajarkan menyisihkan uang sakunya untuk dapat dikumpulkan kemudian dimasukan dalam celengan.⁶ Budaya-budaya seperti itulah yang nanti akan membudaya di masyarakat sekitar untuk terbiasa menabung atau menyisikan uangnya untuk keperluan kedepan atau jangka panjang.

Namun dalam praktiknya, mengetahui perilaku konsumen dan menganalisis setiap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen tidaklah mudah. Banyak faktor yang mempengaruhinya antara lain faktor internal yang berasal dari dalam diri nasabah dan faktor eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh pihak bank dan lingkungan sekitar.⁷ Selain faktor-faktor tersebut, Ujang Sumarwan menyatakan bahwa agama merupakan faktor pembentuk perilaku pembelian bagi konsumen di Indonesia.⁸

Agama merupakan kunci budaya dalam sebuah lingkungan yang sangat mempengaruhi perilaku konsumen dan pada akhirnya mempengaruhi pengambilan keputusan.⁹ Agama atau religi merupakan kepercayaan

⁶ Hasil Wawancara dengan Kasjo selaku masyarakat Desa Gaya Baru Tujuh pada Sabtu, 13 Oktober 2018

⁷Karmila Yaumi Nurjanah, *Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Pada PT. BNI Syariah Surabaya*, Skripsi-UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013, h.2.

⁸Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* , Bogor: Ghalia Indonesia, 2011, h. 200

⁹Nejdet Delener, *Religious Contrast in Consumer Decision Behavior Patterns: Their Dimensions and Marketing Implications*, dalam <http://www.communications.kstate.edu/doc/marketing-reaserch/religious-contrast-in-consumers-decision-behavior.pdf>, diakses pada 28 Agustus 2018

keberadaan Tuhan.¹⁰ Jalaludin mengatakan bahwa agama dalam kehidupan individu berfungsi sebagai suatu sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu.¹¹ Secara umum norma-norma tersebut menjadi kerangka acuan dalam bersikap dan bertingkah laku agar sejalan dengan keyakinan agama yang dianutnya. Sebagai sistem nilai, agama memiliki arti yang khusus dalam kehidupan individu serta dipertahankan sebagai bentuk ciri khas.

Salah satu aspek yang tidak bisa dipisahkan dari agama ialah religiusitas. Religiusitas adalah gelar untuk individu-individu yang berkomitmen untuk kelompok agama tertentu.¹² Religiusitas merupakan salah satu aspek yang paling penting dalam mendukung kuatnya suatu kebudayaan dan mempunyai pengaruh yang penting dalam perilaku pengambilan keputusan. Religiusitas sebagai faktor yang mendorong kuatnya nilai-nilai agama dalam diri manusia juga mempunyai peran dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh seseorang, salah satunya dalam aktifitas ekonomi yang berhubungan dengan lembaga perbankan.

Manusia kini mulai sadar untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan kebutuhan religiusnya dengan cara memilih dengan selektif semua kebutuhan hidupnya secara seimbang. Imam Mansur selaku tokoh masyarakat Desa Gaya Baru VII menjelaskan bahwa sekarang ini untuk menjalankan kehidupan di dunia harus tetap mengedepankan urusan akhirat. Sebagai contoh ketika melakukan suatu kegiatan perbankan yaitu menabung dan melakukan pembiayaan akan lebih cenderung memilih bank yang berbasis

¹⁰Jalaludin, *Psikologi Agama*,(Jakarta: Rajawali Pres, 2010), h. 2.

¹¹*Ibid*, h.3

¹²*Ibid.*, h.2

syariah, karena kegiatan menabung dan pembiayaan bank syariah menggunakan prinsip-prinsip syariah Islam yang dirasa sanggup memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat.¹³

Berbeda yang diungkapkan Karsudi selaku Tokoh agama Desa Gaya Baru VII yang telah menggunakan jasa lembaga keuangan umum dan konvensional mengatakan bahwa lembaga keuangan syariah itu sama saja dengan lembaga keuangan umum, terlebih urusan administrasi lebih mudah lembaga keuangan konvensional dari pada lembaga keuangan syariah dan bagi hasil atau margin yang ditawarkan lembaga keuangan syariah itu relatif lebih kecil.¹⁴ Selain itu Gatot Subroto selaku masyarakat Desa Gaya Baru VII mengatakan lebih nyaman bermuamalah dengan lembaga keuangan syariah atau BMT selain bebas riba, aman dan di lembaga keuangan syariah ada pelayanan yang menarik yaitu jemput bola yang mana sangat cocok orang sibuk yang tidak sempat datang untuk menabung di lembaga keuangan syariah.¹⁵ Secara tidak langsung tingkat religiusitas pasti akan berpengaruh pada keputusan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Masyarakat muslim di Indonesia terkenal sangat religius dan sangat mengapresiasi nilai-nilai agama Islam. Ketika bank syariah hadir di Indonesia tidak sedikit umat muslim yang beralih dari bank konvensional ke bank syariah dan kenyataannya, tidak sedikit pula umat muslim yang masih

¹³Hasil wawancara dengan Tokoh Masyarakat Bapak Imam Mansyur pada Jumat, 12 Oktober 2018

¹⁴Hasil wawancara dengan Tokoh Agama Bapak Karsudi pada Sabtu, 13 Oktober 2018

¹⁵Hasil wawancara dengan Gatot Subroto masyarakat Desa Gaya Baru VII pada Senin, 26 November 2018

menjadi nasabah bank konvensional. Berdasarkan Statistik Perbankan Indonesia (SPI) yang dipublikasikan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per September 2018 yaitu jumlah nasabah bank syariah atau lembaga keuangan syariah sebesar 23.368.231 nasabah¹⁶ sedangkan bank konvensional atau umum sebesar 254.000.000 nasabah.¹⁷

Masyarakat di Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah merupakan aset potensial bagi lembaga keuangan syariah khususnya *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) yang beroperasi di daerah ini, karena masyarakat tersebut merupakan subjek sekaligus objek sebagai calon nasabah potensial yang menjadi sumber penghimpunan dana bagi lembaga keuangan syariah. Sunarman selaku Kaur Pemerintahan menjelaskan bahwa jumlah kepala keluarga di Kampung Gaya Baru VII yaitu 255 Kepala Keluarga dan mayoritas pekerjaan masyarakatnya adalah 50% Petani, 30% Pedagang, 15% Buruh karyawan pabrik di kampung setempat dan 5% PNS.¹⁸ Dimana lembaga keuangan syariah secara umum memiliki fungsi sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa didalam lalulintas pembayaran masyarakat tersebut.

¹⁶Statistik Perbankan Syariah (SPS) per September 2018 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diunduh pada 26 November 2018

¹⁷Statistik Perbankan Indonesia (SPI) per September 2018 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diunduh pada 26 November 2018

¹⁸Hasil Wawancara dengan Kaur Pemerintahan Bapak Sunarman pada Sabtu, 8 September 2018

**Tabel 1.1 Data Lembaga Keuangan Syariah
di Kecamatan Seputih Surabaya**

No	Lembaga Keuangan Syariah	Status	Lokasi
1	BMT Surya Abadi Riyanto	Kantor Cabang	Seputih Surabaya
2	BMT Assyafiyah	Kantor Cabang	Seputih Surabaya
3	BMT Mitra Sejahtera Mandiri	Kantor Cabang	Seputih Surabaya
4	BMT Mitra Ummat	Kantor Cabang	Seputih Surabaya
5	BMT Niaga Ummat	Kantor Pusat	Seputih Surabaya
6	BMT Adil Sejahtera	Kantor Cabang	Seputih Surabaya
7	BMT Ar-Rahman	Kantor Pusat	Seputih Surabaya
8	BMT Arsyada	Kantor Cabang	Seputih Surabaya
9	BMT L-Mentari	Kantor Cabang	Seputih Surabaya
10	BMT Berlian	Kantor Pusat	Seputih Surabaya
11	BMT Berkah Tri Sukses	Kantor Pusat	Seputih Surabaya

Dengan sebaran jaringan kantor pusat dan cabang lembaga keuangan syariah di Kecamatan Seputih Surabaya yang sudah mencukupi, dimana jumlah Kantor Pusat 4 kantor dan Kantor Cabang Pembantu 7 kantor dan didukung dengan jumlah masyarakat (nasabah) yang ada akan berpengaruh pada minat masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah.

Menurut Ahmad Khoirudin selaku karyawan BMT Mitra Sejahtera Mandiri Kantor Cabang Gaya Baru VII mengatakan bahwa jumlah masyarakat yang menabung sebanyak 105 orang untuk di Desa Gaya Baru VII.¹⁹ Hal itu jelas tingkat masyarakat untuk menabung di Desa Gaya Baru VII sudah terlihat baik dengan beberapa faktor yang berpengaruh seperti budaya dan religiusitas.

Oleh sebab itu, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari budaya dan

¹⁹Hasil wawancara dengan Ahmad Khoirudin selaku karyawan BMT Mitra Sejahtera Mandiri Kantor Cabang Gaya Baru VII pada Senin, 26 November 2018.

religiusitas terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*.

Berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan di atas maka topik ini menjadi menarik untuk dibahas. Demikian maka penulis akan membahasnya lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul “PENGARUH BUDAYA DAN RELIGIUSTIAS TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT UNTUK MENABUNG DI *BAITUL MAAL WA TAMWIL* (Studi Kasus Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah).

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang diajukan untuk ditelaah lebih lanjut adalah apakah terdapat pengaruh antara budaya dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh antara budaya dan religiusitas terhadap perilaku masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti, penelitian ini mampu memberikan pengetahuan seberapa jauh pengaruh lokasi dan religiusitas masyarakat memilih dan menabung di lembaga keuangan syariah.
- b. Bagi akademisi, hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut.
- c. Bagi lembaga keuangan syariah yang ada di Kecamatan Seputih Surabaya, Sebagai sarana informasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi lokasi dan religiusitas terhadap minat masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah.
- d. Bagi pembaca, Sebagai saran informasi untuk menambah pengetahuan khususnya pengetahuan mengenai Bank Syariah

D. Penelitian Relevan

Adapun setelah melakukan pengkajian pustaka, peneliti tidak menemukan judul penelitian yang serupa dengan penelitian yang serupa dengan penelitian yang peneliti tulis, namun ada beberapa penelitian yang hampir sama dan relevan diantaranya :

1. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Tangerang Selatan) yang ditulis oleh Rahma Bellani Oktavindria Iranati NIM 1113085000003 mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Skripsi ini membahas mengenai pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Hasil dari penelitian ini adalah religiusitas berpengaruh signifikan, kepercayaan juga berpengaruh signifikan, dan pengetahuan berpengaruh signifikan.
2. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim Di Sleman” yang ditulis oleh Desi Fatmawati NPM 11404241040. Mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi ini membahas mengenai pengaruh pendapatan, religiusitas dan informasi terhadap intensi menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa. Hasil dari penelitian ini adalah Pendapatan tidak berpengaruh terhadap intensi menabung di bank syariah. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah dan Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim, Sleman.

3. Jurnal yang berjudul “Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah” yang di tulis oleh Roni Andespa Univeristas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Hasil dari penelitian ini adalah Adanya hubungan yang kuat antar variabelindependent (Budaya dan Keluarga) dengan variabel dependent (Minat Menabung). Hal ini terjadi karena Budaya (X1) dan Keluarga (X2) memiliki pengaruh yang dominan terhadap Minat Menabung (Y).

Dari ketiga penelitian relevan diatas, peneliti dapat memberikan deskripsi terkait perbedaanya dengan permasalahan yang diteliti saat ini. Beberapa hal yang membedakan yaitu studi kasus, pokok bahasan, penggunaan varibel dan perspektif yang lebih spesifik tentang keputusan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen dan Menabung

1. Prilaku Konsumen

Perilaku konsumen yang tidak dapat dikendalikan secara langsung oleh manajemen suatu perusahaan perlu dicari informasinya semaksimal mungkin. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi manajemen perusahaan karena berbagai alasan. Perusahaan berhasrat dan berusaha untuk mempengaruhi atau merubah perilaku konsumen yang tidak bisa dikendalikan tersebut. Termasuk yang berkepentingan utama dalam hal ini adalah pihak pemasaran perusahaan, lembaga pendidikan (peneliti dan pendidik), lembaga perlindungan konsumen dan pihak yang membuat kebijakan publik (pemerintah).²⁰

Perilaku konsumen adalah sebagai kegiatan-kegiatan dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan persiapan dan penentuan jadwal pada waktu kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan atau akan dimulai.²¹ Menurut Lamb, Hair, dan Mc Daniel (2011) perilaku konsumen merupakan proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan membuang barang-barang dan jasa-jasa yang di beli, juga

²⁰Roni Andespa, “Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah”, h.35-36

²¹Swasta& Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis PerilakuKonsumen*. (Yogyakarta: Liberty, 2002), h.28

termasuk faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.

Berdasarkan berbagai uraian tersebut, dapat disimpulkan beberapa yang dimaksud dengan perilaku konsumen adalah perilaku yang ditampilkan oleh konsumen saat mereka mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya.²²

Sikap dan perilaku seorang konsumen juga merupakan bagian dan cerminan dari konsep perilaku konsumen yang lain. Salah satu cara untuk mengukur sikap dan perilaku konsumen dapat dengan model multi atribut. Model sikap yang terkenal dan sering digunakan adalah model sikap multiatribut dari Fishbein. Model sikap Fishbein ini berfokus pada prediksi sikap yang dibentuk seseorang konsumen terhadap objek tertentu. Model ini bisa mengidentifikasi tiga faktor utama untuk memprediksi sikap, yang meliputi sebagai berikut:²³

- a. Keyakinan seseorang terhadap atribut yang menonjol dari objek.
- b. Kekuatan keyakinan seseorang bahwa atribut memiliki atribut khas, biasanya di ketahui dalam bentuk pertanyaan.
- c. Evaluasi dari masing-masing keyakinan akan atribut yang menonjol, dimana di ukur seberapa baik atau tidak baik keyakinan mereka terhadap atribut-atribut tersebut.

²²Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 62

²³Roni Andespa, "Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah, h.35-36

Sedangkan menurut Assael ada tiga faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian yaitu²⁴ :

a. Konsumen individu

Pilihan untuk membeli produk dipengaruhi oleh hal-hal yang ada pada diri konsumen seperti kebutuhan, persepsi, sikap, kondisi, budaya, geografis, gaya hidup dan karakteristik kepribadian individu

b. Pengaruh Lingkungan

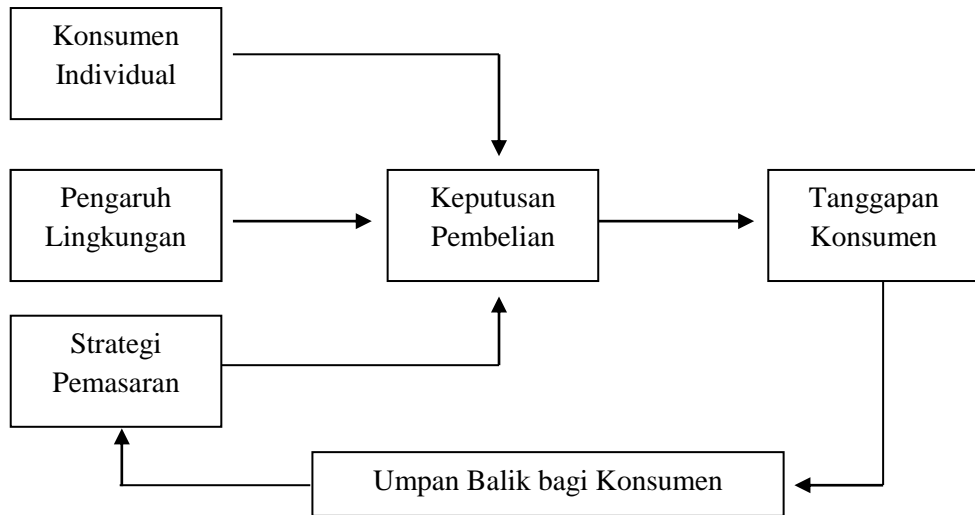
Pilihan konsumen terhadap barang/jasa dipengaruhi oleh lingkungan yang mengintarnya. Ketika konsumen membeli produk mereka didasari oleh banyak pertimbangan, misalnya karena meniru temannya dan sebagainya.

c. Strategi pemasaran

Merupakan stimulin pemasaran yang dikendalikan oleh perusahaan. Dalam hal ini, maka perusahaan berusaha mempengaruhi konsumen dengan menggunakan stimuli perusahaan seperti iklan, dan sejenisnya agar konsumen bersedia memilih produk yang ditawarkan.

²⁴*Ibid.*, h. 70-71

Tabel 2.1 Model Perilaku Konsumen Assael



2. Pengertian Menabung

Menabung merupakan tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim sedang mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al-Qur'an terdapat berapa ayat yang secara tidak langsung memerintahkan kaum muslimin untuk bersiap menghadapi masa depan.²⁵

Ayat yang membahas tentang menabung dijelaskan dalam Q.S An-Nisa (4): 9:

أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِينَ يَزْكُونَ أَنفُسَهُمْ ۖ بَلِ اللَّهُ يُزَكِّي مَن يَشَاءُ وَلَا يُظْلَمُونَ
 فَتِيلًا ﴿٤٩﴾

“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka

²⁵Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: GemaInsani, 2001), h.154.

khawatir terhadap (kesejahteraan) nya. Oleh karena itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tuturkata yang benar”.

Menabung tentu saja memiliki manfaat yang positif, manfaat menabung adalah sebagai berikut :

- a. Menabung itu mengajarkan hidup menjadi lebih hemat dan tidak berlebihan dalam menghabiskan uang untuk berbagai hal yang tak diperlukan. Selain itu juga melatih Anda untuk hidup dengan cara yang lebih sederhana.
- b. Dengan menabung itu, Anda jadi memiliki cadangan uang ketika tiba-tiba terjadi suatu keadaan mendesak yang mendadak.
- c. Menabung itu merupakan investasi jangka panjang yang akan sangat bermanfaat untuk masa yang akan datang.
- d. Menabung itu juga mengajarkan seseorang untuk terus bersabar demi mencapai apa yang diinginkan melalui proses panjang.²⁶

Jadi keputusan menabung berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi untuk menabung atau menyimpan uang.²⁷ Dalam ajaran islam, seseorang yang mempunyai uang banyak tidak serta merta mereka diperbolehkan untuk menggunakan uangnya untuk membeli apa saja dan dalam jumlah beberapa pun yang diinginkan. Batasan anggaran harus tetap dipenuhi dan tentunya batasan yang lebih penting adalah batasan israf (tidak berlebih-lebihan). Agar terhindar dari israf, maka terdapat prinsip yang harus

²⁶ Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2000), h.490

²⁷ Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), h. 171-172

dipegang yaitu dalam mengkonsumsi barang harus bisa menciptakan masalah atau manfaat.²⁸

B. Budaya

1. Pengertian Umum Budaya

Budaya dapat diartikan sebagai keseluruhan pengetahuan, kepercayaan dan nilai-nilai yang dimiliki oleh manusia sebagai makhluk sosial yang berisi perangkat-perangkat model pengetahuan atau sistem-sistem makna yang terjalin secara menyeluruh dalam simbol-simbol yang ditransmisikan secara historis.²⁹ Peneliti mendefinisikan lebih singkat mengenai budaya yaitu hasil kreativitas mahasiswa dari satu generasi ke generasi selanjutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam bermasyarakat.

Perilaku seseorang konsumendipelajari secara luas. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian anggotanya yang sangat beraneka ragam. Perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan atau perkembangan jaman dari masyarakat tersebut. Dan perilaku

²⁸ Ariska, *Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, Skripsi Ekonomi Syariah, (Pekalongan:STAIN Pekalongan,2012) h. 65-66

²⁹Triyanto, *Pendidikan Seni Berbasis Budaya*, Vol. VIII No. 1 Januari 2014, Universitas Negeri Semarang, h.34

manusia tersebut cenderung untuk menyerap adat dan kebiasaan pada kebudayaan.³⁰

Hawkins, Best dan Coney berpendapat bahwa budaya mempengaruhi perilaku melalui batas-batas yang di sebut norma. Secara sederhana norma adalah aturan-aturan yang menggariskan atau melarang suatu perilaku dalam situasi tertentu. Norma sendiri dibentuk dari nilai budaya, yaitu keyakinan yang dipegang luas menyangkut sesuatu yang diinginkan. Budaya suatu masyarakat bisa diidentifikasi berdasarkan etnis, agama, kelas sosial, dan lain-lain. Oleh karena itu, budaya sangat dekat hubungannya dengan religiusitas.³¹

2. Fungsi Budaya

Menurut Sondang P. Siagian fungsi budaya dalam kehidupan bermasyarakat adalah sebagai berikut:³²

- a. Penentu batas-batas perilaku dalam arti menentukan yang benar dan salah, yang pantas dan tidak pantas, serta wajar dan tidak wajar, sopan dan tidak sopan, serta yang dibenarkan dan yang dilarang.
- b. Instrumen untuk mempertahankan jati diri. Kebanggaan menjadi warga masyarakat bangsa tertentu adalah salah satu manifestasinya.
- c. Penumbuhan komitmen *sosietal* dalam berbagai bidang kehidupan seperti bidang ekonomi, politik, pendidikan dan berbagai bidang lainnya. Misalnya, terlibat dalam proses pertumbuhan ekonomi.

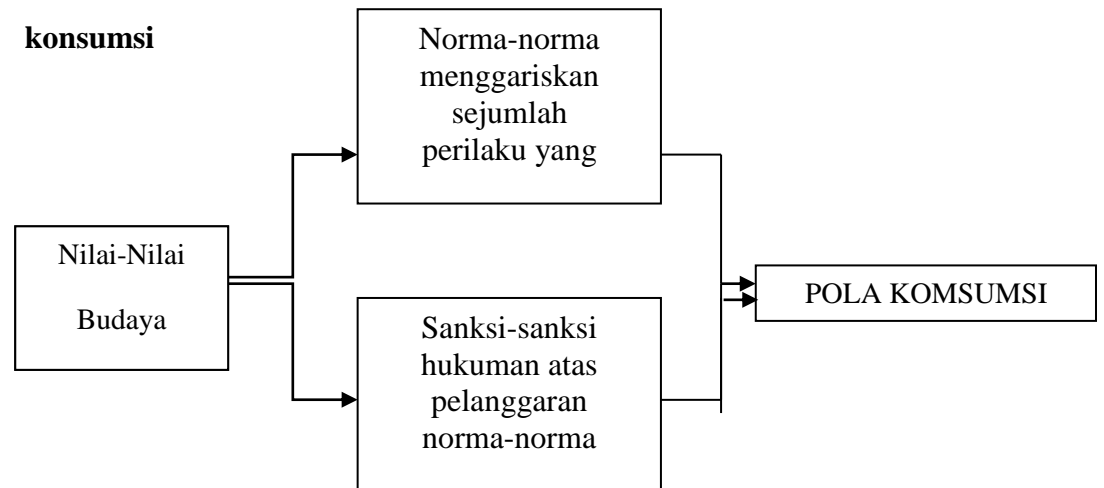
³⁰Roni Andespa, "Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah", h.35-36

³¹Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta : PT. Gramedia PustakaUtama, 2008), h. 144.

³²Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 101.

- d. Perekat rasa kebersamaan. Bentuknya antara lain berupa kesediaan untuk menumbuh suburkan rasa kebersamaan, kekeluargaan, dan solidaritas sosial, serta tidak menonjolkan egosentrisme dan sikap yang *individualistis*.
- e. Sebagai pengganti mekanisme pengendalian yang formalistis dan mengembangkan kemampuan untuk memantau diri sendiri (*Self Monitoring*).

Tabel 2.2 Skema hubungan nilai, norma, sanksi, dan pola konsumsi



Sumber : Hawkins, Best dan Coney (2001)

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Budaya bukan hanya bersifat abstrak, seperti nilai, pemikiran dan kepercayaan; budaya bisa berbentuk objek material, rumah, kendaraan, peralatan elektronik dan pakaian adalah contoh-contoh produk yang bisa dianggap sebagai budaya suatu masyarakat. Undang-undang, musik, teknologi dan bahasa adalah contoh lain dari budaya masyarakat. Suatu

nilai-nilai bisa dianggap sebagai makna budaya (*Cultural Meaning*) jika semua orang memiliki pemahaman yang sama terhadap nilai-nilai tersebut. Budaya akan mempengaruhi sikap, persepsi dan perilaku konsumen.³³

Budaya mencakup aspek pengetahuan, nilai dan keyakinan artinya bahwa pengetahuan, nilai- nilai dan keyakinan merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari budaya yang akan mempengaruhi perilaku konsumen yang merupakan warga masyarakat yang tinggal di suatu budaya tertentu. Budaya akan mempengaruhi cara berpikir dan bagaimana anggota masyarakat mengambil keputusan.³⁴

C. Religiusitas

1. Pengertian Umum Religiusitas

Religiusitas adalah keberagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama.³⁵

Zakiah Daradjat berpendapat bahwa religiusitas merupakan suatu sistem yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dari satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat keagamaan.³⁶

³³Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta ; Ghalia Indonesia, 2011), h. 13.

³⁴Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), h. 285.

³⁵Jalaludin Rahmat, *Psikologi Agama*(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 88

³⁶Zakiah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama*,(Jakarta: Bulan Bintang, 2005), h.76

Pruyser berpendapat bahwa religiusitas lebih personal dan mengatas namakan agama. Agama mencakup ajaran-ajaran yang berhubungan dengan Tuhan, sedangkan tingkat religiusitas adalah perilaku manusia yang menunjukkan kesesuaian dengan ajaran agamanya. Jadi berdasarkan agama yang dianut maka individu berlaku secara religius.³⁷

Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia religi berarti kepercayaan kepada Tuhan, yaitu percaya akan adanya kekuatana dikodrati diatas manusia.³⁸

Religius adalah suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama (*beingreligious*) dan bukan sekedar mengaku punya agama. Yang meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengalaman ritual agama, perilaku(moralitas agama), dan sikap sosial keagamaan. Dalam islam religiusitasdari garis besarnya tercermin dalam pengalaman aqidah, syariah, danakhlak, atau dalam ungkapan lain: iman, islam, dan ihsan. Bila semua unsur itu telah di miliki seseorang maka dia itulah insan beragama yangsesungguhnya.³⁹

³⁷Jalaludin Rahmad, *Psikolog Agama*, h. 89

³⁸Dendy Sugiono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa edisi keempat*, Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2008

³⁹Zakiah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama*, h.132

Sebagaimana Firman Allah dan Surat At-Taubah :

هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى
الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ ﴿٣٣﴾

“Dialah yang mengutus Rasul-Nya dengan petunjuk (Al Qur'an) dan agama yang benar untuk diunggulkan atas segala agama, walaupun orang-orang musyrik tidak menyukai” (QS. At Taubah: 33).⁴⁰

Berdasarkan uraian di atas dapat diartikan bahwa religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Internalisasi disini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik didalam hati maupun dalam ucapan.

2. Dimensi-dimensi Religiusitas

Menurut R. Stark dan C.Y. Glock dalam bukunya yang berjudul “*American Piety: The Nature of Religious*” yang dikutip oleh Ancok dan Suroso dimensi religiusitas dibagi menjadi lima yaitu:

- a. *Religious Belief (The Ideological dimension)*, yaitu tingkat sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatic dalam agamanya. Misalnya kepercayaan adanya Tuhan, malaikat, surga, neraka dan sebagainya.
- b. *Religious Practise (The ritualistic dimension)*, yaitu tingkat sejauhmana seseorang melakukan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Misalnya shalat, puasa, zakat, haji, dan ibadah muamalah lainnya.

⁴⁰Yayasan Penelenggara Penerjemah Al-Qur'an, CV. Al Waah: Semarang, 2004,

- c. *Religious Feeling (The experiential dimension)*, yaitu perasaan atau pengalaman keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan oleh seseorang. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, atau merasa diselamatkan oleh Tuhan.
- d. *Religious Knowledge (The Intelektual dimension)*, yaitu seberapa jauh mengetahui tentang ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci maupun lainnya.
- e. *Religious Effect (The consequential dimension)*, yaitu dimensi yang menunjukkan sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agama di dalam kehidupan sosial. Yaitu meliputi perilaku suka menolong, memaafkan, tidak mencuri, tidak berzina, menjaga amanah, dan lain sebagainya.⁴¹

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiusitas

Dalam perkembangan jiwa keagamaan seseorang dalam kehidupan di pengaruhi oleh dua faktor yaitu factor intern yang berupa pengaruh dari dalam dan ekstern yang berupa pengaruh dari luar.⁴²

a. Faktor Intern

1. Faktor Heriditas

Maksudnya yaitu bahwa keagamaan secara langsung bukan sebagai faktor bawaan yang di wariskan secara turun temurun melainkan terbentuk dari unsur lainnya.

⁴¹D. Ancok dan K. Suroso, *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, (Jogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 80-81

⁴²Jalaludin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h.279-287

2. Tingkat Usia

Dalam bukunya *The Development of Religious in Children Ernest Harm*, yang dikutip Jalaludin mengungkapkan bahwa perkembangan agama pada masa anak-anak di tentukan oleh tingkat usia mereka, perkembangan tersebut dipengaruhi oleh berbagai aspek kejiwaan termasuk agama, perkembangan berpikir, ternyata anak yang menginjak usia berpikir kritis lebih kritis pula dalam memahami ajaran agama. Pada usia remaja saat mereka menginjak kematangan seksual pengaruh itupun menyertai perkembangan jiwa keagamaan mereka.

3. Kepribadian

Kepribadian menurut pandangan para psikologis terdiri dua unsur yaitu heriditas dan lingkungan, dari kedua unsur tersebut para psikolog cenderung berpendapat bahwa tipologi menunjukkan bahwa memiliki kepribadian yang unik dan berbeda. Sebaliknya karakter menunjukkan bahwa kepribadian manusia terbentuk berdasarkan pengalaman dan lingkungannya.

4. Kondisi Kejiwaan

Kondisi kejiwaan ini terkait dengan bagai factor intern. Menurut sigmun freud menunjukkan gangguan kejiwaan ditimbulkan oleh konflik yang tertekan di alam ketidak sadaran

manusia, konflik akan menjadi sumber gejala kejiwaan yang abnormal.

b. Faktor Ekstern

1. Faktor Keluarga

Keluarga merupakan satuan sosial yang paling sederhana dalam kehidupan manusia, khususnya orang tua yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan jiwa keagamaan anak, karena jika orang tuanya berkelakuan baik maka cenderung anak juga akan berkelakuan baik, begitu juga sebaliknya jika orang tua berkelakuan buruk maka anak pun juga akan berkelakuan buruk.

2. Lingkungan Institusional

Lingkungan ini ikut mempengaruhi perkembangan jiwa keagamaan, baik dalam institute formal maupun non formal seperti perkumpulan dan organisasi.

3. Lingkungan Masyarakat

Lingkungan Masyarakat bukan merupakan lingkungan yang mengandung unsur tanggung jawab, melainkan hanya merupakan unsur pengaruh belaka, tetapi norma dan tata nilai yang terkadang lebih mengikat bahkan terkadang pengaruhnya lebih besar dalam perkembangan jiwa keagamaan baik dalam bentuk positif maupun negatif.

D. *Baitul Maal wa Tamwil*

1. Pengertian *Baitul Maal Wat Tamwil*

Istilah *Baitul Maal wal Tamwil* (BMT) sebenarnya berasal dari dua kata, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. Istilah *baitul maal* berasal dari kata *bait* dan *al maal*. *Bait* artinya bangunan atau rumah, sedangkan *al maal* adalah harta benda atau kekayaan. Jadi, *baitul maal* dapat diartikan sebagai perbendaharaan (umum atau negara). Sedangkan *baitul maal* dilihat dari segi istilah fiqh adalah suatu lembaga atau badan yang bertugas untuk mengurus kekayaan Negara terutama keuangan, baik yang berurusan dengan soal pemasukan dan pengelolaan maupun yang berhubungan dengan masalah pengeluaran dan lain-lain.⁴³

Sedangkan *baitul tamwil*, secara harfiah *bait* adalah rumah dan *at-Tamwil* adalah pengembangan harta. Jadi, *baitul tamwil* adalah suatu lembaga yang melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kesejahteraan pengusaha mikro melalui kegiatan pembiayaan dan menabung (berinvestasi).⁴⁴

Baitul Maal Wa Tamwil adalah lembaga keuangan mikro yang dimana dalam kegiatan operasionalnya membantu menumbuh kembangkan usaha mikro dan usaha kecil dalam rangka mengangkat derajat martabat kaum fakir miskin, serta tidak lupa pada kegiatan operasionalnya juga menerapkan prinsip bagi hasil sesuai dengan tata cara islam Al Qur'an dan Al Hadist. Berdasarkan UU No. 25 Tahun 1992, yang kini telah diubah menjadi UU No.

⁴³ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h.114.

⁴⁴ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Menejemen Bisnis Syari'ah* (Bandung: Alfabeta, 2009), hal.18.

17 Tahun 2012 menyebutkan bahwasanya *Baitul Maal Wat Tamwil* belum memiliki legalitas sendiri, oleh karena itu *Baitul Maal Wat Tamwil* tunduk pada aturan perkoperasian.⁴⁵

2. Fungsi *Baitul Maal wa Tamwil*

Adapun mengenai produk inti dari *Baitul Maal Wat Tamwil* sebagai fungsi *Baitut Tamwil* adalah sebagai berikut:

a. Produk Penghimpunan Dana

Yang dimaksud dengan produk penghimpunan dana disini, berupa jenis-jenis simpanan yang dihimpun oleh BMT sebagai sumber dana yang kelak akan disalurkan kepada usaha-usaha produktif. Jenis simpanan tersebut antara lain:⁴⁶

- 1) *Al-Wadi'ah*
- 2) *Al-Mudharabah*

b. Produk Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana dalam hal ini merupakan bentuk pola pembiayaan yang merupakan kegiatan BMT dengan harapan dapat memberikan penghasilan. Pola pembiayaan tersebut adalah:

- 1) Pembiayaan *Mudharabah*
- 2) Pembiayaan *Musyarakah*
- 3) Pembiayaan *Murabahah*
- 4) Pembiayaan *Bai' Saman Ajil*
- 5) Pembiayaan *al-Qardhul Hasan*

⁴⁵ Ahmad Ifham Solihin, *Ini Lho Bank Syariah*, (Jakarta: PT Grafindo Media Pratama, 2008), hlm.94.

⁴⁶ Ahmad Ifham Solihin, *Ini Lho Bank Syariah*.,h.79

3. Tujuan *Baitul Maal wa Tamwil*

Lembaga ekonomi mikro ini pada awal pendiriannya memfokuskan diri untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya melalui pemberian pinjaman modal. Pemberian modal pinjaman sedapat mungkin dapat mendirikan ekonomi para peminjaman.⁴⁷

E. Kerangka Pemikiran

Menurut Hari Wijaya dalam Zaenab kerangka pemikiran merupakan pondasi tempat proyak penelitian secara keseluruhan yang didasarkan.

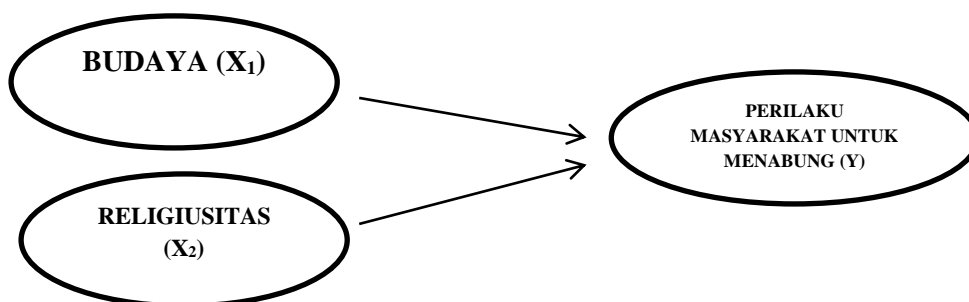
Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji permasalahan tentang minat masyarakat untuk menabung pada Lembaga Keuangan Syariah. Minat merupakan suatu perpaduan keinginan dan kemauan dalam suatu produk. Terdapat beberapa sudut pandang yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan.

Faktor-faktor tersebut dapat diketahui bahwa permasalahan-permasalahan yang dimaksud permasalahan yang berkaitan dengan variabel perilaku masyarakat untuk menabung dengan indikator-indikator yang meliputi:

- a. Budaya
- b. Religiusitas

⁴⁷ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Menejemen Bisnis Syari'ah*,h.21.

Kerangka penelitian teoritik dituangkan gambar sebagai berikut :



Kerangka penelitian di atas menggambarkan pengaruh antara variabel independen (X) yaitu (X₁) budaya dan (X₂) religiusitas terhadap variabel dependen (Y) yaitu perilaku masyarakat untuk menabung.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.⁴⁸

H₁ .diduga budaya (X₁) berpengaruh signifikan terhadap perilaku masyarakat Desa Gaya Baru VII untuk menabung Lembaga Keuangan Syariah.

⁴⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.30

H₂ :diduga religiusitas (X₂) berpengaruh signifikan terhadap perilaku masyarakat Desa Gaya Baru VII untuk menabung Lembaga Keuangan Syariah.

H₃ : diduga budaya (X₁) dan religiusitas (X₂) berpengaruh signifikan terhadap perilaku masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian memberikan pegangan dan batasan-batasan penelitian yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Menurut pendapat S. Nasution desain penelitian adalah suatu rencana tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta serasi dengan tujuan penelitian⁴⁹. Sedangkan Menurut Muhammad desain penelitian merupakan rencana untuk memilih sumber-sumber dan jenis informasi yang dipakai untuk menjawab pertanyaan peneliti, serta kerangka kerja untuk merinci hubungan-hubungan antara variabel dalam penelitian⁵⁰. Sebelum melakukan penelitian perlu disiapkan segala sesuatu agar tercapai tujuan yang diinginkan.

Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil maka sifat penelitian ini adalah kuantitatif yang merupakan perhitungan berdasarkan data statistik yang berbentuk jumlah atau angka-angka. Dengan demikian penelitian ini akan mencari ada atau tidaknya pengaruh budaya dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Gaya Baru VII untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*.

⁴⁹S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), h. 23.

⁵⁰Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2013), h. 80.

B. Rancangan Penelitian

Variabel-variabel penelitian berdasarkan masalah, maka variabel pertama adalah “budaya” yang diberi notasi (X_1) dan “religiusitas” yang diberi notasi (X_2) merupakan variabel bebas atau *independent variable*. Sedangkan variabel kedua adalah “keputusan untuk menabung” diberi notasi (Y) yang diposisikan sebagai variabel terikat atau *dependen variable*.

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah merupakan metode penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan data-data numerik, kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik⁵¹.

2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian dalam penelitian ini adalah survei. Jenis penelitian survei ini adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan instrumen untuk meminta tanggapan dari responden. Pada dasarnya survei terdiri dari wawancara dan kuesioner (Angket)⁵². Wawancara dilakukan dalam hubungan langsung atau bentuk tatap muka dan bentuk tidak langsung berupa kuisisioner tertulis antara peneliti dengan masyarakat Desa Gaya Baru VII yang sudah berumur 17 tahun ke atas telah menjadi nasabah di *Baitul Maal wa Tamwil*.

⁵¹Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian; Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), h.50

⁵²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ; Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), h.268

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian tempat di Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah. Penelitian ini dilakukan pada November – Desember 2018.

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sumardi Suryabrata definisi operasional variabel adalah sesuatu yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (observasi).⁵³ Variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Budaya (Variabel X1)

Budaya yang dimaksud adalah sebagai variabel bebas. Budaya merupakan segala nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Dalam penelitian ini variabel budaya akan dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Adat
- b. Kebiasaan
- c. Peranan keluarga
- d. Nilai-nilai yang dianut

⁵³Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 29.

2. Religiusitas (Variabel X2)

Religiusitas yang di maksud adalah variabel bebas. Religiusitas merupakan keberagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama. Dalam penelitian ini variabel religiusitas akan dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Keyakinan agama
- b. Ketaatan
- c. Pemahaman hukum-hukum syariat

3. Keputusan (Variabel Y)

Keputusan yang dimaksud adalah variabel terikat. Keputusan merupakan suatu proses perencanaan pembelian suatu produk yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya adalah banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu, merk, dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. Dalam penelitian ini variabel keputusan akan dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Keinginan
- b. Kepuasan
- c. Layanan

D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Nanang Martono, populasi adalah keseluruhan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti⁵⁴. Populasi diartikan sebagai jumlah dari beberapa unit yang belum dicapai keabsahannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah Kepala Keluarga Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya yang berjumlah 255 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁵⁵

Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 25 orang yang diambil dari populasi Kepala Keluarga Desa Kampung Gaya Baru VII.

⁵⁴Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), h. 74

⁵⁵Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2017), h. 81.

Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yang merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu. Teknik ini merupakan bentuk dari *non probability sampling* yang merupakan setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Adapun cara pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.⁵⁶ Peneliti menetapkan sample 10% dari populasi⁵⁷ yaitu 255 kepala keluarga.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pertanyaan penulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut Kartini Kartono angket adalah suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak) dengan jalan mengedarkan formulir daftar pertanyaan, diajukan secara tertulis kepada sejumlah subyek untuk mendapatkan jawaban (tanggapan responden) seperlunya.⁵⁸

Angket yang peneliti gunakan adalah angket langsung tertutup. Angket langsung tertutup adalah angket yang dirancang sedemikian rupa untuk

⁵⁶Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif.*, h. 82.

⁵⁷Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kencana Prenada Media Group: Jakarta, 2005), h.125.

⁵⁸Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 217.

merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut⁵⁹. Angket ini dipergunakan untuk memperoleh data tentang pengaruh budaya dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*.

Pengumpulan data ini dilakukan di Desa Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah yang menjadi sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan mendatangi rumah responden satu persatu dan diisi langsung oleh yang bersangkutan pada hari itu juga. Hal ini karena untuk menjamin keabsahan data dan keakuratan data.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian sebagai alat atau fasilitas yang dipergunakan dalam pengumpulan data. Instrumen adalah alat pada waktu penelitian menggunakan suatu metode⁶⁰. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam melaksanakan pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian.

Penyusunan angket masing-masing variabel dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- a. Pembuatan kisi-kisi berdasarkan indikator variabel.
- b. Penyusunan butir-butir pertanyaan sesuai dengan indikator variabel

⁵⁹Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), h. 133.

⁶⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, h. 121

- c. Melakukan analisis rasional untuk melihat kesesuaian dengan
- d. indikator-indikator serta ketepatan penyusunan butir-butir angket dari segi bahasa dan aspek yang diukur.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pokok angket terdiri dari jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat dengan alternatif jawaban kriteria sebagai berikut :

Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5

Jawaban setuju (S) diberi skor 4

Jawaban Ragu-ragu (RR) diberi skor 3

Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2

Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1⁶¹

Adapun, jumlah butir pertanyaan masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

1. Rancangan instrumen atau jumlah butir pertanyaan dari masing-masing indikator

Tabel 3.1

Jumlah butir pertanyaan dari masing-masing indikator

Variabel	Indikator	Jumlah Item	No. Item
X1 Budaya	1. Adat	2	1,2
	2. Kebiasaan	2	3,4
	3. Peranan Keluarga	1	5
	4. Nilai Leluhur	1	6
X2 Religiusitas	1. Keyakinan Agama	2	1,2
	2. Kewajiban beribah	2	3,4
	3. Hukum Syariat	2	5,6
Y Keputusan	1. Keinginan	1	1
	2. Kepuasan	3	2,3,4
	3. Layanan	2	5,6

⁶¹Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 16

Berdasarkan indikator di atas, maka dapat dikembangkan menjadi instrumen penelitian dalam bentuk pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang akan diberi skor pada jawaban dari responden yang diasumsikan benar dan dapat dipercaya menurut skala likert. Jumlah pertanyaan pada instrumen penelitian terdapat 18 item pertanyaan. Skala likert pada setiap item dalam penelitian ini ditunjukkan dengan jawaban dan diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis data kuantitatif, dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisiner. Suatu kuisiner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuisiner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisiner tersebut.⁶² Instrumen dikatakan valid apabila mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuisiner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Teknik ini merupakan teknik konsistensi pengujian reliabilitas antara item yang

⁶²Sofiyana Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2014), h. 75

populer dan menunjukkan indeks konsisten yang cukup sempurna.⁶³ Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbachalpha* > 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linier bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi model regresi yang digunakan. Uji asumsi klasik dilakukan dengan metode regresi berganda, maka ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan memakai *kolmogorov smirnov*. Dengan pengujian ini dapat diketahui apakah nilai sampel yang teramati sesuai dengan distribusi tertentu.⁶⁴

Untuk keperluan ini hipotesis yang diajukan adalah bahwa data terdistribusi normal. Kriteria yang digunakan adalah dengan pengujian dua arah (*two-tailed test*), yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikansi yang telah ditentukan (0,05). Apabila nilai $p > 0,05$, maka data terdistribusi normal dan apabila nilai $p < 0,05$, maka data tidak terdistribusi normal.

⁶³Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBMSPSS 19 edisi 5*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 47

⁶⁴*Ibid.*, h. 29

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antar variabel independen sama dengan nol.

Multikolinearitas akan terlihat semakin jelas dengan semakin kuatnya korelasi antara dua atau lebih variabel-variabel independen. Sehingga koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir dan nilai standar error setiap koefisien regresi akan meningkat menjadi tak terhingga.⁶⁵

Cara mendeteksi ada tidaknya hubungan multikolinearitas diantara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat adalah dengan melihat *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi yang menyebabkan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1 atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, jika *Tolerance Value* di bawah 0,1 atau *Variance Inflation Factor* (VIF) di atas 10 maka terjadi multikolinearitas.

⁶⁵*Ibid.*, h.105

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap asumsi klasik heteroskedastis bertujuan untuk mengetahui apakah variance dari residual data observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika variance dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang diinginkan adalah homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas pada model regresi antara lain:

- 1) Dengan melihat grafik scatterplot, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.
- 2) Dengan melakukan uji statistik glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model. Jika diperoleh nilai signifikan untuk variabel independen > 0.05 dan jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas⁶⁶

d. Uji Autokorelasi

Pengujian terhadap asumsi klasik autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada data

⁶⁶LatanHengkydan Temalagi, *Analisis Multivariate TeknikdanAplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, (Bandung:Alfabeta, 2013), h.66

observasi satu pengamatan ke pengamatan lainnya terjadi korelasi. Problem autokorelasi sering ditemukan pada penelitian yang menggunakan data *time series*.

Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi antara ada dan tidaknya problem autokorelasi pada model regresi yaitu dengan melakukan uji statistik *Durbin-Watson*, uji *runs test* dan uji *Box-Ljung*. Untuk uji *Durbin-Watson*akan membandingkan hasil DW statistic dan DW tabel. Jika DW statistic >DW tabel, maka dapat disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi klasik autokorelasi. Dan uji *Box-Ljung* jika dari lag yang dihasilkan terdapat dua lag atau lebih yang nilainya signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi problem autokorelasi.⁶⁷

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2
($DW < -2$).
- b) Tidak terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 \leq DW \leq +2$.

⁶⁷*Ibid.*, h.73

- c) Terjadi autokorelasi negative, jika nilai DW diatas +2 atau $DW > +2$.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Data-data yang terkumpul selama penelitian, kemudian diolah dan dianalisa dengan menggunakan rumus statistik. Rumus yang akan penulis gunakan adalah rumus regresi berganda. Berikut adalah persamaan untuk regresi linier berganda:⁶⁸

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana:

\hat{Y} = Perilaku Masyarakat untuk menabung di *BMT*

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Budaya

X_2 = Religiusitas

4. Uji t (Uji Hipotesis)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan yang dihasilkan uji t $p\text{-value} < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Cara lain untuk menguji signifikan t adalah dengan membandingkan t statistik dengan t tabel. Jika t statistik $>$ t tabel,

⁶⁸Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian.*, h.139

maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁶⁹

5. Uji Ketetapan Model

a. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel dependen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen. Uji F disini digunakan untuk menguji adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau serentak. Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

Menentukan H₀ dan H₁

H₀ = artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh antara variabel Budaya dan Religiusitas terhadap variabel keputusan menabung di *BMT*.

H₁ ≠ 0 artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh antara variabel produk, lokasi dan religiusitas terhadap variabel keputusan menabung di *BMT*. *Level of signifikan* $\alpha = 0,05$.⁷⁰

Cara lain untuk uji F yaitu dengan membandingkan Fstatistik atau Fhitung dengan Ftabel. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁷¹

⁶⁹*Ibid.*, h.83

⁷⁰Ghozali, h.97

⁷¹Latan, h.81

b. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika dalam proses mendapatkan nilai R^2 yang tinggi adalah lebih baik, tetapi jika nilai R^2 rendah tidak berarti model regresi jelek.

Bila R^2 mendekati 1 (100%), maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa makin baik atau makin tepat garis regresi yang diperoleh. Sebaliknya jika R^2 mendekati 0 maka menunjukkan semakin tidak tepatnya garis regresi untuk mengukur data observasi.⁷²

⁷²Ghozali, h. 15

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Gaya Baru VII

a. Sejarah singkat Desa Gaya Baru VII

Desa Gaya Baru VII dahulu adalah hutan belantara, kemudian dibuka pada masa pemerintahan Belanda oleh para kolonis dari Jawa pada Tahun 1964. Akan tetapi mulai berdirinya Gaya Baru VII adalah tahun 1965 sejak datangnya penduduk transmigrasi barulah diadakan pengaturan lokasi seperti jalan-jalan, bedeng-bedeng perumahan, dan calon perdagangan, setelah itu dibentuklah pengurus atau perangkat kampung.

Sesuai dengan perkembangan jaman Desa Gaya Baru VII dan kampung transmigrasi yang lainnya mengalami kemajuan yang sangat cepat dengan dukungan pemerintahan daerah sehingga tahun 1974 keluarlah Sertifikat Hak Milik Tanah.

Tahun 1965-1971 Bapak Purwo Atmojo dilantik sebagai kepala kampung pertama, dari tahun 1971-1975 kepala kampung Gaya Baru VII dipegang oleh Bapak Joyo Wiharjo, pertengahan tahun 1975-1979 dipegang oleh Bapak Marto Dikromo, kemudian diadakan pemilihan kembali kepala kampung yang dimenangkan oleh Bapak Sayono dari tahun 1979-1986. Setelah itu Bapak Mursidi (1986-1992), Bapak Sabit Sunarto (1992-1998), Bapak Muslimin (1998-2005), Bapak Sumiar

sebagai Pengganti Jabatan Sementara (2005-2006), Bapak Ilham (2007-2013) dan Bapak Sentot (2013- Sekarang).

Kampung Gaya Baru VII terdiri dari 4 (delapan) Dusun, 8 (delapan) RT (rukun tangga), dan 4 (empat) RW (rukun warga). Kampung Gaya Baru VII mulanya merupakan pembagian dari kecamatan Seputih Surabaya dan kecamatan Bandar Surabaya.⁷³

b. Letak dan Kondisi Desa Gaya Baru VII

Gaya Baru VII merupakan salah satu kampung yang berada di Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah. Dilihat jarak jangkauannya (orbitasi) dari pusat pemerintahan desa dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Jarak dari pusat pemerintahan Kecamatan 2 kilo meter
- 2) Jarak dari ibukota Kabupaten/Daerah Tingkat II 75 kilo meter
- 3) Jarak dari ibukota Propinsi Kabupaten / Daerah Tingkat I 120 kilo meter
- 4) Jarak dari ibukota Negara 300 kilometer

Untuk mencapai lokasi kampung Gaya Baru VII dapat ditempuh dengan menggunakan angkutan umum dengan lancar, dimana jarak tempuh dari pusat pemerintahan kampung ke Ibukota Kecamatan sekitar 5 Menit perjalanan, sedangkan ke Ibukota Kabupaten Lampung Tengah sekitar 1,5 jam perjalanan.

⁷³ Arsip Dokumen Desa Gaya Baru VII, 12 Januari 2019

c. Luas dan Batas Desa Gaya Baru VII

Gaya Baru VII terletak di dataran rendah dengan luas wilayah 947,7 Ha dengan jumlah penduduk 4830 jiwa, yang terdiri dari penduduk laki-laki berjumlah 2423 jiwa dengan 255 KK, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut⁷⁴:

- 5) Sebelah Utara berbatasan dengan kampung Gaya Baru IV
- 6) Sebelah Selatan berbatasan dengan kampung Gaya Baru VI
- 7) Sebelah Barat berbatasan dengan kampung Gaya Baru II
- 8) Sebelah Timur berbatasan dengan kampung Gaya Baru II

d. Kondisi Geografis Desa Gaya Baru VII

Desa Gaya Baru VII adalah wilayah yang keadaan alamnya merupakan dataran rendah dengan ketinggian 57 meter dari permukaan laut. Luas wilayah seluruhnya adalah 947,7 hektar. Curah hujan di Gaya Baru Kecamatan Seputih Surabaya terjadi sepanjang tahun yaitu sekitar bulan Oktober-Desember. Keadaan sumber air di Gaya Baru umumnya cukup baik sehingga pengelolaan sawah rata-rata dapat dilaksanakan sepanjang tahun.⁷⁵

Adapun luas wilayah Kampung Gaya Baru VII menurut penggunaannya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

⁷⁴*Ibid.*,

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Sentot selaku Kepala Desa Gaya Baru VII pada 20 Desember

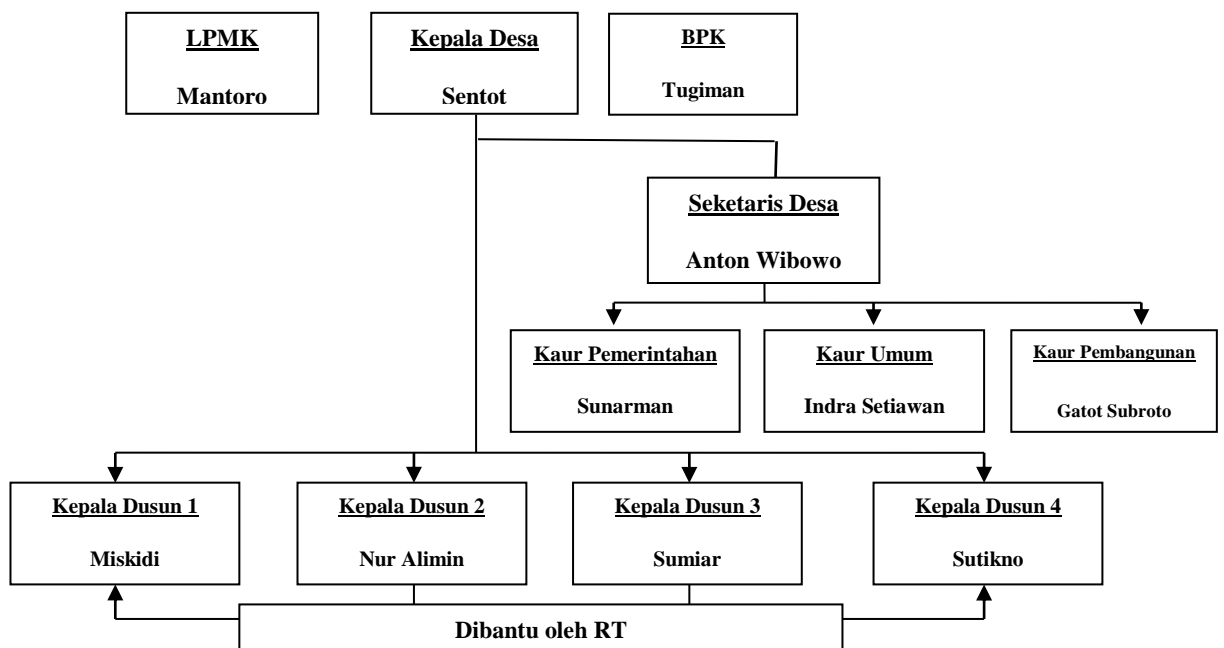
Tabel 4.1 Data Penggunaan Lahan Gaya Baru VII Kecamatan Seputih Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah Tahun 2017

No.	Jenis Penggunaan	Luas Tanah/Ha
1	Permukiman	32,25
2	Perkantoran Pemerintah	0,25
3	Tegal / Ladang	175,50
4	Lapangan	1

Sumber : Hasil Wawancara dengan Sentot selaku Kepala Kampung

Dari penggunaan wilayah tersebut dapat dilihat bahwasanya mayoritas penduduk Gaya Baru VII adalah seorang petani, dengan komoditas yang diusahakan adalah tanaman padi, jagung, ubi kayu, dan tanaman hortikultura. Sebagian kecil masyarakatnya juga memelihara hewan peternakan seperti sapi, kambing dan ayam.

e. Struktur organisasi Desa Gaya Baru VII



2. Gambaran Umum Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Gaya Baru VII yang menggunakan jasa *Baitul Maal wa Tamwil*. Adapun jumlah sampel yang

ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 25 orang dengan Teknik *Purposive Sampling*, Setiap responden diberikan koesioner untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan peneliti. Data yang diperoleh melalui angket untuk masing-masing jawaban akan diberi skor dengan menggunakan skala likert.

Lebih jelasnya untuk karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Responden menurut jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	6	24%
Perempuan	19	76%
Jumlah	25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.2 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden memiliki jenis kelamin perempuan dengan jumlah 19 orang atau 76%, sementara laki-laki berjumlah 6 orang atau 24%. Hal ini berarti bahwa dalam penelitian ini yang peneliti temui lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki.

b. Responden menurut pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang pekerjaan dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pedagang	7	28%
Petani	10	40%
PNS	2	8%
Buruh	6	24%
Jumlah	25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.3 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai petani dengan jumlah 10 atau 40%, sementara pedagang berjumlah 7 atau 28%, buruh berjumlah 6 atau 24% dan PNS berjumlah 2 atau 8%. Hal ini berarti bahwa dalam penelitian ini yang peneliti temui lebih banyak memiliki pekerjaan petani dibandingkan buruh, pedagang dan PNS

B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

1. Deskripsi Variabel Pengaruh Budaya

Dilihat dari hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur pengaruh budaya sebagai berikut :

a. Deskripsi indikator adat

- 1) Apakah ada anjuran menabung di masyarakat oleh tokoh agama dan masyarakat.

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap anjuran menabung di masyarakat oleh tokoh agama dan masyarakat

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	12%
2	Setuju	11	44%
3	Ragu-ragu	8	32%
4	Tidak Setuju	3	12%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang adanya anjuran menabung di masyarakat oleh tokoh agama dan masyarakat, 12% sangat setuju, 44% setuju, 32% ragu-ragu dan 12% tidak setuju.

- 2) Apakah koperasi desa telah berjalan dengan baik saat ini

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap koperasi desa telah berjalan dengan baik saat ini

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	20%
2	Setuju	5	20%
3	Ragu-ragu	6	24%
4	Tidak Setuju	9	36%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang koperasi desa telah berjalan dengan baik saat ini, 20% sangat setuju, 20% setuju, 24% ragu-ragu dan 36% tidak setuju.

b. Deskripsi indikator kebiasaan

- 1) Kebiasaan mempengaruhi nasabah dalam memilih untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Kebiasaan mempengaruhi nasabah dalam memilih untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	2	8%
2	Setuju	6	24%
3	Ragu-ragu	13	52%
4	Tidak Setuju	4	16%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang kebiasaan mempengaruhi nasabah dalam memilih untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*, 8% sangat setuju, 24% setuju, 52% ragu-ragu dan 16% sangat tidak setuju.

- 2) Apakah gotong-royong ekonomi misal arisan jamaah yasin, arisan keluarga, kelompok tani di desa sudah ada.

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Terhadapgotong-royong ekonomi misal arisan jamaah yasin, arisan keluarga, kelompok tani di desa sudah ada

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	8	32%
2	Setuju	12	48%
3	Ragu-ragu	5	32%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentanggotong-royong ekonomi misal arisan jamaah yasin, arisan keluarga, kelompok tani di desa sudah ada. 32% sangat setuju, 48% setuju dan 32% ragu-ragu.

c. Deskripsi indikator peranan keluarga

3) Peranan keluarga untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Terhadap Peranan keluarga untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	13	52%
2	Setuju	9	35%
3	Ragu-ragu	3	12%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentangperanan keluarga untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*, 52% sangat setuju, 35% setuju dan 12% ragu-ragu.

d. Deskripsi indikator nilai-nilai yang dianut

- 4) Nilai-nilai leluhur dan didikan moral dari orang tuamempengaruhi saya untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Terhadap Nilai-nilai leluhur dan didikan moral dari orang tuamempengaruhi saya untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	20%
2	Setuju	12	48%
3	Ragu-ragu	4	16%
4	Tidak Setuju	4	16%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang nilai-nilai leluhur dan didikan moral dari orang tuamempengaruhi saya untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*, 20% sangat setuju, 48% setuju, 16% ragu-ragu dan 16% tidak setuju.

2. Deskripsi Variabel Religiusitas

a. Indikator keyakinan agama

- 1) Saya percaya bahwa setiap perbuatan manusia akan mendapat balasan dari Allah

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Saya percaya bahwa setiap perbuatan manusia akan mendapat balasan dari Allah

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	11	44%
2	Setuju	8	32%
3	Ragu-ragu	6	24%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang percaya bahwa setiap perbuatan manusia akan mendapat balasan dari Allah, 44% sangat setuju, 32% setuju dan 24% ragu-ragu.

2) Saya percaya bahwa ada kehidupan setelah kematian (akhirat)

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap bahwa ada kehidupan setelah kematian (akhirat)

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	6	24%
2	Setuju	12	48%
3	Ragu-ragu	4	16%
4	Tidak Setuju	3	12%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang percaya bahwa ada kehidupan setelah kematian (akhirat), 24% sangat setuju, 48% setuju, 16% ragu-ragu dan 12% tidak setuju.

b. Indikator mengerjakan kewajiban ibadah dan sunnah

- 1) Saya mendirikan sholat wajib secara tepat waktu.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Terhadap Saya mendirikan sholat wajib secara tepat waktu

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	10	40%
2	Setuju	6	24%
3	Ragu-ragu	7	28%
4	Tidak Setuju	2	8%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang mendirikan sholat wajib secara tepat waktu, 40% sangat setuju, 24% setuju, 28% ragu-ragu dan 8% tidak setuju.

- 2) Saya menyisihkan sebagian harta saya untuk sedekah/zakat

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap Saya menyisihkan sebagian harta saya untuk sedekah/zakat

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	10	40%
2	Setuju	9	36%
3	Ragu-ragu	6	24%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25%	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang menyisihkan sebagian harta saya untuk sedekah/zakat, 40% sangat setuju, 36% setuju dan 24% ragu-ragu.

c. Indikator pemahaman hukum-hukum syariat

- 1) Saya mengetahui hukum-hukum islam (riba)

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap mengetahui
hukum-hukum islam (riba)

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	4	16%
2	Setuju	10	40%
3	Ragu-ragu	10	40%
4	Tidak Setuju	1	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang pengetahuan hukum-hukum islam (riba), 16% sangat setuju, 40% setuju, 40% ragu-ragu dan 4% tidak setuju.

- 2) Saya memahami tentang *Baitul Maal wa Tamwil*

Tabel 4.16
Tanggapan Responden terhadap pemahaman tentang *Baitul Maal wa Tamwil*

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	12%
2	Setuju	4	16%
3	Ragu-ragu	12	48%
4	Tidak Setuju	6	24%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang pemahaman *Baitul Maal wa Tamwil*, 12% sangat setuju, 16% setuju, 48% ragu-ragu dan 24% tidak setuju.

3. Deskripsi Variabel keputusan masyarakat

a. Indikator keinginan

- 1) Memilih *Baitul Maal wa Tamwil* karena kinerja karyawannya baik

Tabel 4.17
Tanggapan Responden terhadap Memilih *Baitul Maal wa Tamwil* karena kinerja karyawannya baik

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	4	16%
2	Setuju	8	32%
3	Ragu-ragu	8	32%
4	Tidak Setuju	5	20%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		25%	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang memilih *Baitul Maal wa Tamwil* karena kinerja karyawannya baik, 16% sangat setuju, 32% setuju, 32% ragu-ragu dan 20% tidak setuju.

b. Indikator kepuasan

- 1) Memilih *Baitul Maal wa Tamwil* karena puas dengan produk yang ditawarkan

Tabel 4.18
Tanggapan Responden terhadap Memilih *Baitul Maal wa Tamwil* karena puas dengan produk yang ditawarkan

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	20%
2	Setuju	5	20%
3	Ragu-ragu	6	24%
4	Tidak Setuju	9	36%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		25	25%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang memilih *Baitul Maal wa Tamwil* karena puas dengan produk yang ditawarkan, 20% sangat setuju, 20% setuju, 24% ragu-ragu dan 36% tidak setuju

2) *Baitul Maal wa Tamwil* lebih dekat dengan nasabah/anggotanya

Tabel 4.19
Tanggapan Responden terhadap *Baitul Maal wa Tamwil* lebih dekat dengan nasabah/anggotanya

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	2	8%
2	Setuju	6	24%
3	Ragu-ragu	13	52%
4	Tidak Setuju	4	16%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang *Baitul Maal wa Tamwil* lebih dekat dengan nasabah/anggotanya, 8% sangat setuju, 24% setuju, 52% ragu-ragu dan 16% tidak setuju.

3) *Baitul Maal wa Tamwil* memiliki kualitas pelayanan yang baik

Tabel 4.20
Tanggapan Responden terhadap *Baitul Maal wa Tamwil* memiliki kualitas pelayanan yang baik

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	12%
2	Setuju	14	56%
3	Ragu-ragu	6	24%
4	Tidak Setuju	2	8%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25%	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang *Baitul Maal wa Tamwil* memiliki kualitas pelayanan yang baik, 12% sangat setuju, 56% setuju, 24% ragu-ragu dan 8% tidak setuju.

c. Indikator Layanan

- 1) Promosi *door-to-door*/jemput bolamembuat saya tertarik untuk menjadi nasabah atau anggota

Tabel 4.21

Tanggapan Responden terhadap Promosi *door-to-door*/jemput bolamembuat saya tertarik untuk menjadi nasabah atau anggota

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	20%
2	Setuju	12	48%
3	Ragu-ragu	4	16%
4	Tidak Setuju	4	16%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang promosi *door-to-door*/jemput bolamembuat saya tertarik untuk menjadi nasabah atau anggota, 20% sangat setuju, 48% setuju, 16% ragu-ragu dan 16% tidak setuju.

- 2) *Baitul Maal wa Tamwil* memberikan informasi secara lengkap

Tabel 4.22

Tanggapan Responden terhadap *Baitul Maal wa Tamwil* memberikan informasi secara lengkap

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	13	52%
2	Setuju	7	28%
3	Ragu-ragu	4	16%
4	Tidak Setuju	1	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		25	100%

Sumber : Data primer yang diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang *Baitul Maal wa Tamwil* memberikan informasi secara lengkap, 52% sangat setuju, 28% setuju, 16% ragu-ragu dan 4% tidak setuju

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.

Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		25
Normal Parameters ^a	Mean	21.6400000
	Std. Deviation	3.09945393
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.074
	Negative	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		.593
Asymp. Sig. (2-tailed)		.873

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,873 > 0,05$), hal ini menyimpulkan bahwa data residual terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaanvarian residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Dalam tabel dibawah pendekatan pengujian yang digunakan untuk mengetahui terjadinyaheteroskedastisitas yaitu dengan pengujian Glejser.

Tabel 4.24 hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.997	3.411		1.172	.254
	Budaya	.858	.110	.871	7.791	.000
	Religiusitas	-.064	.129	-.056	-.499	.622

a. Dependent Variable: Keputusan

religiusitas tidakada gejala heteroskedastisitas karena variabel independen memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Variabel religiusitas dengan tingkat signifikansi $0,622 > 0,05$. Sementara variabel budaya terdapat gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu sebesar $0,000 < 0,05$.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.25 hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistiks	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.397	3.411			
Budaya	.858	.110	.871	.947	1.056
Religiusitas	-.064	.129	-.056	.947	1.056

a. Dependent Variabel : Keputusan

Nilai VIF dan Tolerance merupakan indikasi yang kuat dalam menyimpulkan fenomena terjadinya multikolinearitas (interkorelasi variabelbebas). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,01 makadapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pada tabel diatasmenunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearita/

4. Uji Autokorelasi

Tabel 4.26 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.860 ^a	.740	.716	1.921	1.521

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Budaya

b. Dependent Variable: Keputusan

Untuk mengetahui terjadinya autokorelasi maka langkah yang dilakukan adalah membandingkan nilai antara DW hitung dengan dL dan dU, dL dan di diperoleh dari nilai perhitungan yang mana telah ada dalam sebuah tabel DurbinWatson (DW). Diperolehnya nilai dU berdasarkan jumlah data (N = 25) dan jumlah variabel (k = 2). Dengan demikian menghasilkan dL sebesar 1,2063 dan dU sebesar 1,5495. Jika nilai DW > dU maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi, hasil pada tabel menunjukkan bahwa DW < dU (1,521 < 1,5495). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terdapat autokorelasi.

D. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada hasil output SPSS berikut ini :

Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.997	3.411		1.172	.254
	Budaya	.858	.110	.871	7.791	.000
	Religiusitas	-.064	.129	-.056	-.499	.622

a. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas, mak diperoleh persamaan regresi :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,997 + 0,858 + (-0,064)$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi :

- a. Nilai konstanta sebesar 3,997 memberikan arti bahwa variabel budaya dan religiusitas dianggap konstan, maka variabel keputusan masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil* sebesar 3,997.
- b. Nilai 0,858 merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa setiap adanya upaya peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel budaya, maka akan terjadi peningkatan keputusan menabung sebesar 0,442.
- c. Nilai -0,064 merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa setiap adanya upaya peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel religiusitas, maka akan terjadi penurunan keputusan menabung sebesar 0,591.

E. Uji Signifikasi

1. Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan korelasi bivariat yang dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor variabel, dengan ketentuan signifikansi <0,05 berarti valid dan signifikansi >0,05 berarti tidak valid. Berikut ini hasil uji validitas masing-masing indikator :

Tabel 4. 28

Hasil Uji Validitas

Variabel		Nilai Korelasi	Signifikasi	Keterangan
Budaya (X1)				
Adat	P1	0,852	0,000	Valid
	P2	0,590	0,002	Valid
Kebiasaan	P3	0,814	0,000	Valid
	P4	0,744	0,000	Valid
Peranan keluarga	P5	0,593	0,002	Valid
Nilai yang dianur	P6	0,615	0,001	Valid
Religiusitas (X2)				
Keyakinan agama	P7	0,572	0,003	Valid
	P8	0,580	0,002	Valid
Kewajiban ibadah	P9	0,628	0,001	Valid
	P10	0,600	0,002	Valid
Hukum syariat	P11	0,566	0,003	Valid
	P12	0,566	0,003	Valid
Keputusan (Y)				
Keinginan	P13	0,656	0,000	Valid
Kepuasan	P14	0,706	0,000	Valid
	P15	0,656	0,000	Valid
	P16	0,562	0,003	Valid
Layanan	P17	0,643	0,001	Valid
	P18	0,565	0,003	Valid

Sumber : Data Primer diolah, Maret 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing pertanyaan dari setiap indikator variabel budaya, religiusitas dan variabel keputusan masyarakat dikatakan valid sebab signifikansi $<0,05$.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Apabila nilai *cronbach's alpha* suatu variabel $>0,6$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut reliabel, sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha* suatu variabel $<0,6$ maka indikator yang

digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Berikut ini hasil uji reabilitas masing-masing indikator.

Tabel 4.29

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Budaya (X1)	Religiusitas (X2)	Keputusan Masyarakat (Y)
Nilai <i>cronbach's alpha</i>	0,79	0,61	0,70
Keterangan	Reliabel	Reliabel	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, Maret 2019

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada variabel Budaya (X1) adalah sebesar 0,79. Hal ini dikatakan reliabel karena 0,79 lebih besar dari pada ketentuan yaitu sebesar 0,60. Kemudian nilai *Cronbach Alpha* pada variabel Religiusitas (X2) adalah sebesar 0,61. Hal ini dikatakan reliabel karena 0,61 lebih besar dari pada ketentuan yaitu sebesar 0,60. Nilai *Cronbach Alpha* pada variabel Keputusan Masyarakat (Y) adalah sebesar 0,70. Hal ini dikatakan reliabel karena 0,70 lebih besar dari pada ketentuan yaitu sebesar 0,60.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Uji koefisien regresi secara parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial (sebagian) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen T tabel dengan rumus $(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1)$. Kriteria Pengujian:

- 1) H_0 diterima jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

2) H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

Hasil dari penelitian menunjukkan:

- a) Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $7,791 < 2,0739$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.
- b) Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,662 > 0,05$ dan nilai t-hitung $-0,499 > 2,0739$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

b. Uji koefisien regresi secara bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku di populasi (dapat digeneralisasikan). Rumus yang digunakan Uji F = $F(k; n - 1)$ kriteria Pengujian:

- 1) H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{Tabel}$
- 2) H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{Tabel}$

Tabel 4.30
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	230.559	2	115.279	31.233	.000 ^a

Residual	81.201	22	3.691		
Total	311.760	24			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Budaya

b. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat⁷⁶

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung $31,233 > F\text{-tabel } 3,42$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara silmultan terhadap Y.

Hasil penelitian menunjukkan hasil F hitung sebesar 3,42. Sehingga F hitung $< F$ tabel yaitu $3,42 < 31,233$ hal ini menunjukkan bahwa Ho diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Budaya dan Religiulitas secara bersama sama terhadap Keputusan Masyarakat

c. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel dependen terhadap variabel idependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0 maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh variasi variabel dependen. Sebaliknya bila R^2 sama dengan 1 maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan

⁷⁶ Olahan data program SPSS 16,0 For Window's, Maret 2019

variabel independen terhadap variabel adalah sempurna atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model 100% menjelaskan variasi variabel dependen⁷⁷

Tabel 4.31

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.716	1.921

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Budaya⁷⁸

Hasil dari penelitian diperoleh angka R^2 sebesar 0,740 atau 74%. Hal tersebut menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel dependen Budaya (X1) dan Religiulitas (X2) adalah 74%% atau variasi variabel yang digunakan dalam model (Budaya dan Religulitas) mampu menjelaskan 74% variasi variabel Keputusan Masyarakat (Y). Sedangkan sisanya 26% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

F. Interpretasi Data

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dalam penelitian ini kuesioner yang disebarkan telah diuji dengan uji validitas dan uji reabilitas terlebih dahulu untuk mengetahui kuesioner yang akan disebarkan layak atau tidak. Pengujian validitas dan reabilitas kuesioner dilakukan dengan 25 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penarikan

⁷⁷ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar.*, h.79

⁷⁸Olahan data program *SPSS 16,0 For Window's*, Maret 2019

sample yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu.⁷⁹ Responden yang dipilih sebagai sampel adalah yang memenuhi kriteria : (1) beragama Islam; (2) memiliki rekening tabungan di *Baitul Maal wa Tamwil*; (3) berusia 21 tahun atau lebih; dan (4) sudah bekerja atau memiliki penghasilan sendiri. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan metode korelasi *product moment* dan uji reliabilitasnya menggunakan *alpha cronbach*.

Hasil uji validitas dan uji reliabilitas diolah menggunakan program SPSS 16,0 For Window's. Hasil yang diperoleh dari uji validitas dan uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.22 dan tabel 4.23. Kuesioner pada variabel budaya, religiusitas dan variabel keputusan totalnya berjumlah 18 butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid serta reliabel.

Lebih lanjut menurut Assael ada tiga faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan yaitu konsumen individu yang dimana dipengaruhi oleh diri konsumen seperti kebutuhan, persepsi, kondisi dan budaya; pengaruh lingkungan sekitar; strategi pemasaran yang dikendalikan oleh perusahaan.

Sementara berdasarkan hasil uji t pengaruh variabel budaya (X1) terhadap keputusan masyarakat (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $7,791 < 2,0739$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa hipotesis pertama diterima, maka dapat diketahui bahwa budaya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*. Artinya semakin besar pengaruh

⁷⁹ Uhar Suharsaputra, *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Tindakan*, Bandung : PT Refika Aditama, 2012, h.118

budaya yang timbul, maka akan mempengaruhi minat seseorang untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*, kebudayaan menjadi faktor utama seseorang dalam mengambil keputusan dan perilaku pembelian. hal ini sesuai dengan teori Kotler yang menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen salah satunya yaitu budaya.

Sedangkan pengaruh variabel religiusitas (X2) terhadap keputusan masyarakat (Y) adalah sebesar $0,662 > 0,05$ dan nilai t-hitung $-0,499 > 2,0739$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa hipotesis kedua ditolak, maka dapat diketahui bahwa religiusitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*. Jalaludin Rahmat menjelaskan bahwa religiusitas adalah suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama. Maka seharusnya religiusitas memiliki peranan terhadap partisipasi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Akan tetapi, kualitas religiusitas masyarakat Desa Gaya Baru VII rendah. Karena kurangnya pengetahuan masyarakat Desa Gaya Baru VII tentang riba dan *Baitul Maal wa Tamwil* dan terbiasa dengan sistem bunga.

Hal ini dapat dilihat dari hasil angket responden yang mana 40% masyarakat menjawab ragu-ragu dari pertanyaan pengetahuan hukum-hukum islam (riba). Sedangkan 48% masyarakat menjawab ragu-ragu dipertanyaan pemahaman tentang *Baitul Maal wa Tamwil*. Religiusitas merupakan salah satu yang mempengaruhi masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa*

Tamwil akan tetapi tidak menjadi faktor utama. Masyarakat yang mempengaruhi hukum riba akan mengimplementasikannya dengan beralih menabung di *Baitul Maal wa Tamwil* yang tidak terdapat sistem riba. Tinggi rendahnya kualitas religiusitas seseorang akan mempengaruhi seseorang dalam memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji t diatas, dimana terdapat pengaruh positif budaya terhadap keputusan masyarakat Desa Gaya Baru VII untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*.Sedangkan terdapat pengaruh negatif religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Gaya Baru VII untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*.Berdasarkan fakta tersebut dapat disimpulkan bahwa budaya menjadi faktor utama dibandingkan religisuitas masyarakat Desa Gaya Baru VII untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan pengaruh budaya dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil* dengan melalui penyebaran kousioner kepada masyarakat Desa Gaya Baru VII yang berhubungan dengan lembaga keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Desa Gaya Baru VII untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*. Hal tersebut dibuktikan dengan diperolehnya nilai sigifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 5% (0,05) sedangkan variabel religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan masyarakat Desa Gaya Baru VII untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*.
2. Besarnya pengaruh variabel budaya dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil* sebesar 74% sedangkan sisanya sebesar 26% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak peneliti masukkan, yang nantinya berguna untuk acuan bagi penelitian selanjutnya.

B. Saran

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar menjadi gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa. Maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

- a. Membuat *event-event* keislaman untuk mendekatkan diri dengan masyarakat dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat
- b. Mensosialisasikan lembaga keuangan syariah produk jasa yang di tawarkan melalui dialog atau ceramah kepada masyarakat. Serta pentingnya bermuamalah menggunakan lembaga keuangan syariah agar terhidar dari riba.

2. Bagi Akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai keputusan masyarakat untuk menabung di *Baitul Maal wa Tamwil*.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, karena tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Syani, *Sosiologi; sistematika, teori, dan terapan*, Jakarta; Bumi Aksara, 2002
- Amrul Mutaqin, Transaksi Derivatif di Lembaga Keuangan Syariah, *Jurnal Universum Vol. 9 No. 1 Januari 2015*
- Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997
- Anton M, Moeliono, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group: Jakarta, 2005
- D. Ancok dan K. Suroso, *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- Dalam buku HA Djazuli dan Yadi Janwari, *Lembaga- Lembaga Perekonomian Umat*, istilah “*lembaga*” pada lembaga keuangan syariah lebih mengacu kepada makna sosiologis, yakni sebagai sebuah proses sosial yang menjelma menjadi sebuah sistem. HA Djazuli dan Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, Jakarta; Raja Grafindo Persada, 2002
- Dendy Sugiono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa edisi keempat*, Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2008
- Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017
- [Http://bps.go.id](http://bps.go.id) Tahun 2015
- Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Jalaludin, *Psikologi Agama*, Jakarta: Rajawali Pres, 2010
- Jalaludin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007
- Karmila Yaumi Nurjanah, *Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Pada PT. BNI Syariah Surabaya*, Skripsi-UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research Sosial*, Bandung: Mandar Maju, 1996
- Kasmir. *Dasar – dasar Perbankan*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002)
- Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*, Jakarta : Rajawali Pers, 2012
- Purbayu BS dan Ashari, *Analisis Statistika dengan MS Excel dan SPSS*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005
- Rizqa Ramadhaning Tyas dan Ari Setiawan, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Keputusan*

- Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Sumber Mulia Tuntang,
Jurnal Muqtasid Vol 3 Nomor 2, Desember 2012, Sekolah Tinggi Agama
Islam Negeri (STAIN) Salatiga
- Roni Andespa, “Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung
Nasabah Di Bank Syariah”, dalam *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam -*
Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017
- S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung:
Alfabeta, 2009
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ; Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT
Rineka Cipta, 2010
- Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Rajawali Pers, 2014
- Swasta & Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen.*
Yogyakarta: Liberty, 2002
- Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*,
Yogyakarta : 2012
- Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian; Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*,
Bandung: PT Refika Aditama, 2012
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam
Pemasaran* , Bogor: Ghalia Indonesia, 2011
- Yayasan Penelenggara Penterjemah Al-Qur'an*, CV. Al Waah: Semarang, 2004
- Zakiah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama*, Jakarta: Bulan Bintang, 2005

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Arif Zulbahri dilahirkan di Desa Gaya Baru Tujuh Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah, pada tanggal 16 Agustus 1996. Peneliti adalah anak kedua dari tiga bersaudara.

Peneliti telah menyelesaikan pendidikan formal di SD Negeri Gaya Baru Tujuh pada tahun 2002-2008, SMP Negeri 1 Seputih Surabaya pada tahun 2008-2011, SMA Negeri 1 Seputih Surabaya pada tahun 2011-2014 dan saat ini sedang melaksanakan *study* di IAIN Metro.

Peneliti dalam *Study* Strata Satu (S1) saat ini mengambil konsentrasi jurusan Perbankan Syariah. Hal ini sesuai dengan tujuan dari peneliti yang ini mengenalkan kepada masyarakat secara luas esensi dan eksistensi dari bank syariah. Menjadi penting bagi peneliti apabila bank syariah yang terbukti mampu bertahan saat gerusan krisis moneter terus menerus bertahan dan semakin meningkat kualitasnya.