

PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN KERINCI)

Ropendra¹, Novi Mubyarto², Elyanti Rosmanidar³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Email: ropend27@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jkps.v11i3.2357>

Sections Info

Article history:

Submitted: 23 March 2026

Final Revised: 11 April 2026

Accepted: 16 May 2026

Published: 18 June 2026

Keywords:

Knowledge

Perception

Religiosity

Saving Interest



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of knowledge and perception based on the Theory of Planned Behavior on the interest in saving in Islamic banks, with religiosity as a moderating variable among students of the Faculty of Islamic Economics and Business at IAIN Kerinci. This research employed a quantitative approach with an explanatory research design to test the proposed hypotheses. Data were collected through questionnaires distributed to 100 students as research respondents. The data used in this study were primary data analyzed using the Partial Least Square (PLS) method with the assistance of SmartPLS version 4.0. The data analysis included outer model testing consisting of convergent validity, discriminant validity, and composite reliability, as well as inner model testing using the R-Square value. The results indicate that knowledge has a positive and significant effect on the interest in saving in Islamic banks. Meanwhile, perception does not significantly affect saving interest. Furthermore, religiosity is able to moderate the effect of knowledge on saving interest positively and significantly, but religiosity is unable to moderate the effect of perception on saving interest in Islamic banks.

Abstrak

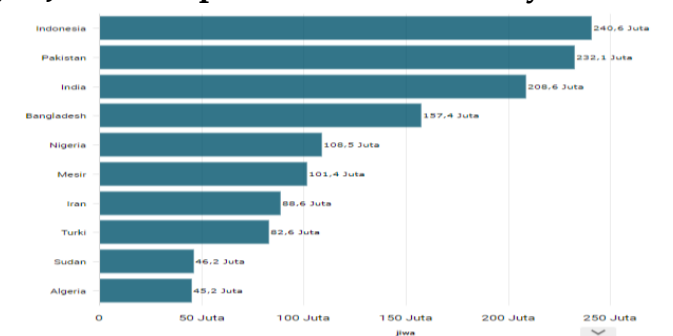
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan persepsi dalam Theory of Planned Behavior terhadap minat menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research untuk menguji hipotesis penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 mahasiswa sebagai responden penelitian. Data yang digunakan merupakan data primer yang dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4.0. Analisis data meliputi pengujian outer model yang terdiri atas convergent validity, discriminant validity, dan composite reliability, serta pengujian inner model menggunakan nilai R-Square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sementara itu, persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Selain itu, religiusitas mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung secara positif dan signifikan, namun religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh persepsi terhadap minat menabung di bank syariah.

Kata Kunci: Pengetahuan, Persepsi, Religiusitas, Minat Menabung

PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan lembaga intermediasi keuangan yang menjalankan fungsi penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Berbeda dengan bank konvensional yang menggunakan sistem bunga, bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil serta menghindari praktik riba, gharar, maysir, risywah, dan transaksi batil. Kehadiran perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992 sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Sejak saat itu, industri perbankan syariah terus mengalami perkembangan meskipun pangsa pasarnya masih relatif lebih kecil dibandingkan perbankan konvensional (Suryani, 2012). Padahal, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan perbankan syariah karena merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Center* (RISSC, 2023).

Gambar 1.1
10 Negara Dengan Jumlah Populasi Muslim Terbanyak Dunia Menurut RISSC



Sumber: *The Royal Islamic Strategic Studies Center* (RISSC)

Besarnya populasi muslim di Indonesia seharusnya menjadi peluang strategis bagi peningkatan penggunaan layanan perbankan syariah. Namun, realitas menunjukkan bahwa tingkat penggunaan bank syariah masih belum optimal. Masyarakat masih cenderung menggunakan bank konvensional dalam aktivitas keuangan sehari-hari meskipun sistem bunga dalam bank konvensional identik dengan praktik riba yang dilarang dalam Islam. Larangan riba telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 130 yang memerintahkan umat Islam untuk menjauhi praktik riba agar memperoleh keberuntungan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman nilai-nilai syariah dengan perilaku masyarakat dalam memilih layanan perbankan. Oleh karena itu, bank syariah perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah agar mampu meningkatkan daya saing di tengah kompetisi industri perbankan.

Fenomena tersebut juga terlihat pada kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kerinci. Mahasiswa FEBI pada dasarnya telah memperoleh pembelajaran mengenai ekonomi dan perbankan syariah melalui kurikulum akademik yang diterapkan di fakultas. Dengan pengetahuan tersebut, mahasiswa diharapkan memiliki pemahaman yang baik

mengenai prinsip dan praktik perbankan syariah sehingga tertarik menggunakan bank syariah dalam aktivitas keuangan mereka. Akan tetapi, hasil observasi awal menunjukkan kondisi yang berbeda. Dari 58 mahasiswa angkatan 2020–2022 yang menjadi responden, hanya 11 mahasiswa (19%) yang telah menjadi nasabah bank syariah, sedangkan 47 mahasiswa (81%) masih menggunakan bank konvensional. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara tingkat pengetahuan mahasiswa mengenai perbankan syariah dengan keputusan mereka dalam memilih layanan perbankan.

Secara teoritis, minat seseorang dalam menggunakan layanan perbankan syariah dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, persepsi, dan keyakinan yang dimiliki seseorang. Dalam konteks penelitian ini, pengetahuan dan persepsi dipandang sebagai faktor yang dapat memengaruhi minat menabung di bank syariah. Selain itu, religiusitas juga diperkirakan berperan penting dalam memperkuat hubungan tersebut karena individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih mempertimbangkan kesesuaian aktivitas ekonomi dengan ajaran agama (Wardana, 2020). Sejalan dengan teori perilaku konsumen dan *Sharia Enterprise Theory*, religiusitas menjadi aspek penting yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan produk keuangan syariah.

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun pangsa pasar perbankan syariah masih relatif rendah dibandingkan perbankan konvensional. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2024, market share perbankan syariah Indonesia baru mencapai sekitar 7,4% dari total aset perbankan nasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan layanan bank syariah oleh masyarakat masih belum optimal meskipun Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Rendahnya minat masyarakat menggunakan bank syariah menjadi permasalahan penting yang perlu diteliti, khususnya pada kalangan generasi muda dan mahasiswa yang memiliki pemahaman terhadap ekonomi Islam (OJK, 2024).

Selain itu, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) seharusnya memiliki tingkat literasi dan pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip perbankan syariah. Akan tetapi, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa masih menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah. Fenomena tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki mahasiswa dengan perilaku aktual dalam memilih layanan perbankan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung mahasiswa di bank syariah, khususnya pengaruh pengetahuan, persepsi, dan religiusitas.

Tahun	Market Share Bank Syariah	Market Share Bank Konvensional
2021	6,74%	93,26%
2022	7,01%	92,99%
2023	7,27%	92,73%

Tahun	Market Share Bank Syariah	Market Share Bank Konvensional
2024	7,40%	92,60%

Sumber : OJK, 2024

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung di bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh (Siregar, Daulay, dan Siregar, 2021), (Wahab dan Huda, 2021), (Winarti, 2021), serta (Novianti dan Hakim, 2021) menemukan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh (Nurkhin, Mukhibad, dan Aprilia, 2020), (Nur, 2021), serta (Wijaya et al., 2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Inkonsistensi hasil penelitian juga terjadi pada variabel persepsi dan religiusitas. Beberapa penelitian menemukan bahwa persepsi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang sebaliknya. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan masih adanya research gap terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan fenomena empiris dan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki kebaruan (*state of the art*) dengan menguji pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci. Penelitian ini penting dilakukan karena objek penelitian merupakan mahasiswa yang telah memperoleh pembelajaran tentang ekonomi dan perbankan syariah, namun sebagian besar masih menggunakan bank konvensional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian perilaku konsumen perbankan syariah serta menjadi masukan praktis bagi industri perbankan syariah dalam meningkatkan minat generasi muda terhadap penggunaan layanan bank syariah.

METODE PENELITIAN

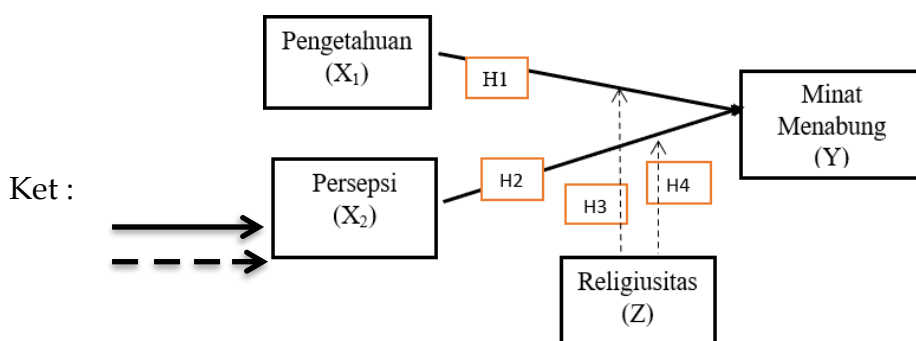
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research*. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang dianalisis menggunakan teknik statistik. Sementara itu, *explanatory research* digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderasi serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2015). Penelitian ini berfokus pada pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. Lokasi penelitian dilaksanakan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kerinci, dengan pertimbangan bahwa mahasiswa FEBI telah memperoleh pembelajaran mengenai ekonomi dan perbankan syariah sehingga dinilai relevan sebagai objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci yang terdiri dari empat program studi, yaitu

Perbankan Syariah sebanyak 826 mahasiswa, Ekonomi Syariah sebanyak 812 mahasiswa, Manajemen Keuangan Syariah sebanyak 260 mahasiswa, dan Manajemen Bisnis Syariah sebanyak 187 mahasiswa, sehingga total populasi berjumlah 2.085 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode quota sampling. Teknik ini dipilih karena peneliti menentukan jumlah responden berdasarkan kuota tertentu pada masing-masing program studi agar dapat mewakili karakteristik populasi penelitian (Sugiyono, 2017). Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, yang terdiri dari 35 mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, 30 mahasiswa Ekonomi Syariah, 20 mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah, dan 15 mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu pengetahuan, persepsi, minat menabung, dan religiusitas. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert lima poin dengan rentang jawaban mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Penggunaan skala Likert bertujuan untuk mengukur sikap, persepsi, dan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan. Instrumen penelitian dirancang berdasarkan teori dan penelitian terdahulu agar mampu menggambarkan kondisi empiris sesuai tujuan penelitian (Sugiyono, 2014).

Kerangka Konseptual



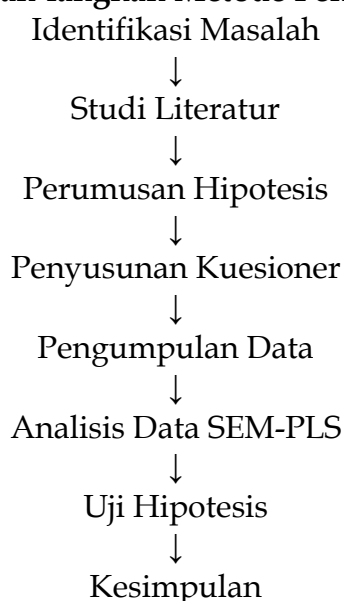
Operasional variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen, dependen, dan moderasi. Variabel independen meliputi pengetahuan (X₁) dan persepsi (X₂), sedangkan variabel dependen adalah minat menabung (Y), serta religiusitas sebagai variabel moderasi (Z). Variabel pengetahuan diukur melalui indikator product knowledge, purchase knowledge, dan usage knowledge. Variabel persepsi diukur melalui dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Variabel minat menabung diukur menggunakan indikator minat transaksional, referensial, dan preferensial. Sementara itu, variabel religiusitas diukur melalui dimensi pengalaman keagamaan, keyakinan, dan pengetahuan agama. Seluruh indikator penelitian diadaptasi dari penelitian terdahulu yang relevan sehingga memiliki dasar konseptual yang kuat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci. Kuesioner digunakan karena dinilai efektif dalam memperoleh data dari jumlah responden yang relatif besar dalam

waktu yang efisien. Selain itu, metode ini memungkinkan responden memberikan jawaban secara objektif sesuai dengan persepsi dan pengalaman masing-masing. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis penelitian (Narimawati, 2008). Penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa literatur, jurnal ilmiah, dan dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan software WarpPLS. Analisis dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model) (Narimawati, 2008). Evaluasi outer model meliputi pengujian *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *Cronbach's alpha* untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Nilai *outer loading* $\geq 0,70$ dan *Average Variance Extracted (AVE)* $\geq 0,50$ menunjukkan bahwa indikator memenuhi validitas konvergen (Sholihin dan Ratmono, 2020). Sementara itu, reliabilitas konstruk dinyatakan baik apabila nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* $> 0,70$. Selanjutnya, evaluasi inner model dilakukan melalui pengujian model fit, path coefficient, dan nilai R-Square (R^2) untuk mengetahui kekuatan hubungan antarvariabel serta kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen. Nilai R-Square sebesar 0,75 menunjukkan model kuat, 0,50 menunjukkan model sedang, dan 0,25 menunjukkan model lemah (Ghozali dan Imam, dkk. 2015).

Langkah-langkah Metode Penelitian



HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mendeskripsikan hasil pengujian mengenai pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci. Penelitian ini melibatkan 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung

kepada responden sehingga target responden dapat tercapai dengan lebih cepat dan efektif.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan software SmartPLS 4 untuk menguji hubungan antar variabel penelitian.

1. Deskripsi Karakteristik Responden

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	53	53 %
Perempuan	47	47 %
Total	100	100 %

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa dari total 100 responden, sebanyak 53 responden (53%) berjenis kelamin laki-laki dan 47 responden (47%) berjenis kelamin perempuan. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki dengan persentase sebesar 53%.

b. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
20 - 25	98	98 %
25 - 30	2	2 %
Total	100	100 %

Sumber: Data primer diolah penulis 2026

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa responden penelitian terbagi menjadi dua kelompok usia. Sebanyak 98 responden (98%) berada pada rentang usia 20–25 tahun, sedangkan 2 responden (2%) berada pada rentang usia 25–30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada usia produktif mahasiswa, yaitu 20–25 tahun.

c. Responden Berdasarkan Kepemilikan Tabungan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Tabel 4.3
Jumlah Tabungan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional	Total
--------------	-------------------	-------

23	77	100
----	----	-----

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa responden yang memiliki tabungan pada bank konvensional berjumlah 77 responden, sedangkan responden yang memiliki tabungan pada bank syariah berjumlah 23 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa masih menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai jawaban responden terhadap setiap indikator penelitian. Analisis ini meliputi nilai rata-rata (mean), median, nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, kurtosis, dan skewness dari masing-masing indikator variabel penelitian.

Tabel 4.4
Hasil Statistik Deskriptif Penelitian

Nama	Rata-Rata	Median	Skala min	Skala maks	Standar deviasi	Kelebihan kurtosis	Kecondongan (Skewness)	Nilai p Cramér-von Mises
X1.1	3.140	3.000	2.000	4.000	0.600	-0.298	-0.066	0.000
X1.2	3.380	3.000	3.000	4.000	0.485	-1.784	0.502	0.000
X1.3	3.020	3.000	2.000	4.000	0.693	-0.900	-0.027	0.000
X1.4	3.520	4.000	3.000	4.000	0.500	-2.034	-0.081	0.000
X1.5	3.240	3.000	2.000	4.000	0.472	-0.192	0.639	0.000
X2.1	2.740	3.000	1.000	4.000	0.966	-0.900	-0.265	0.000
X2.2	3.240	3.000	2.000	4.000	0.472	-0.192	0.639	0.000
X2.3	2.520	3.000	1.000	4.000	0.608	-0.261	-0.349	0.000
X2.4	3.230	3.000	1.000	4.000	0.691	-0.074	-0.528	0.000
X2.5	3.390	3.000	3.000	4.000	0.488	-1.827	0.458	0.000
X2.6	3.370	3.000	2.000	4.000	0.503	-1.344	0.306	0.000
Y1	3.290	3.000	3.000	4.000	0.454	-1.140	0.940	0.000
Y2	3.250	3.000	2.000	4.000	0.456	-0.417	0.846	0.000
Y3	3.240	3.000	2.000	4.000	0.450	-0.281	0.897	0.000
Y4	3.270	3.000	3.000	4.000	0.444	-0.912	1.052	0.000
Y5	3.170	3.000	2.000	4.000	0.617	-0.464	-0.126	0.000
Y6	2.810	3.000	1.000	4.000	1.036	-0.843	-0.539	0.000
Z1	3.060	3.000	1.000	4.000	1.085	-0.349	-0.980	0.000
Z2	2.770	3.000	1.000	4.000	0.859	-1.379	0.370	0.000
Z3	3.380	3.000	2.000	4.000	0.506	-1.380	0.265	0.000
Z4	2.310	3.000	1.000	4.000	0.857	-1.253	-0.553	0.000
Z5	2.590	3.000	1.000	3.000	0.585	0.283	-1.120	0.000

Output SmartPLS, diolah peneliti 2026

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 4.4, diperoleh penjelasan sebagai berikut:

a. Variabel Pengetahuan (X1)

Variabel pengetahuan diukur melalui tiga indikator, yaitu:

1. Pengetahuan produk
2. Pengetahuan pembelian
3. Pengetahuan penggunaan

Berdasarkan Tabel 4.4, nilai rata-rata jawaban responden pada variabel pengetahuan berada pada kategori setuju. Indikator dengan nilai mean tertinggi terdapat pada item X1.4 sebesar 3,520, sedangkan nilai mean terendah terdapat pada item X1.3 sebesar 3,020. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik mengenai produk dan layanan bank syariah.

b. Variabel Persepsi (X2)

Variabel persepsi diukur melalui tiga indikator, yaitu:

1. Kognitif
2. Afektif
3. Konatif

Berdasarkan Tabel 4.4, rata-rata jawaban responden terhadap variabel persepsi berada pada kategori setuju. Item dengan nilai mean tertinggi terdapat pada item X2.5 sebesar 3,390, sedangkan item dengan nilai mean terendah terdapat pada item X2.3 sebesar 2,520. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang cukup baik terhadap bank syariah, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang dinilai kurang optimal.

c. Variabel Minat Menabung (Y)

Variabel minat menabung diukur melalui tiga indikator, yaitu:

1. Minat transaksional
2. Minat referensial
3. Minat preferensial

Berdasarkan Tabel 4.4, rata-rata jawaban responden terhadap variabel minat menabung berada pada kategori setuju. Nilai mean tertinggi terdapat pada item Y1 sebesar 3,290, sedangkan nilai mean terendah terdapat pada item Y6 sebesar 2,810. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki minat yang cukup baik untuk menabung di bank syariah.

d. Variabel Religiusitas (Z)

Variabel religiusitas diukur melalui tiga indikator, yaitu:

1. Kepercayaan
2. Pengalaman
3. Pengetahuan agama

Berdasarkan Tabel 4.4, rata-rata jawaban responden terhadap variabel religiusitas berada pada kategori setuju. Item dengan nilai mean tertinggi terdapat pada item Z3 sebesar 3,380, sedangkan nilai mean terendah terdapat pada item Z4

sebesar 2,310. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas responden tergolong cukup baik dalam mendukung perilaku menabung di bank syariah.

B. Hasil Uji Analisis Data

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. *Convergent Validity*

Uji *convergent validity* bertujuan untuk mengetahui tingkat validitas indikator dalam mengukur konstruk variabel penelitian. Evaluasi *convergent validity* dilakukan melalui pengujian nilai *outer loading*, *composite reliability*, dan *average variance extracted (AVE)* (Ghozali dan Hengky, 2012). Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* apabila memiliki nilai *loading factor* di atas 0,50. Selain itu, konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0,70 dan nilai *AVE* > 0,50. Hasil pengujian *convergent validity* menggunakan nilai *outer loading* dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
Pengetahuan X1	X1.1	0.927	Valid
	X1.2	0.808	Valid
	X1.3	0.815	Valid
	X1.4	0.722	Valid
	X1.5	0.898	Valid
Persepsi X2	X2.1	0.767	Valid
	X2.2	0.873	Valid
	X2.3	0.081	Tidak Valid
	X2.4	0.887	Valid
	X2.5	0.895	Valid
	X2.6	0.897	Valid
Minat Menabung Y	Y1	0.959	Valid
	Y2	0.953	Valid
	Y3	0.907	Valid
	Y4	0.969	Valid
	Y5	0.894	Valid
	Y6	0.755	Valid
Religiusitas Z	Z1	0.770	Valid
	Z2	0.849	Valid
	Z3	0.834	Valid
	Z4	-0.281	Tidak Valid
	Z5	-0.452	Tidak Valid

Sumber: diolah peneliti, 2026

b. *Diskriminan Validity*

Uji *discriminant validity* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu konstruk berbeda dari konstruk lainnya dalam model penelitian. Pengujian *discriminant validity* dilakukan dengan membandingkan nilai akar Average Variance Extracted (AVE) pada setiap variabel dengan nilai korelasi antarvariabel laten lainnya. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai akar AVE lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Hasil Uji Discriminant Validity Antar Variabel

	MINAT MENABUNG	MODERASI	PENGETAHUAN	PERSEPSI	MODERASI x PENGETAHU...	MODERASI x PERSEPSI
MINAT MENABUNG						
MODERASI	1.042					
PENGETAHUAN	1.005	1.029				
PERSEPSI	0.963	1.028	1.047			
MODERASI x PENGETAHUAN	0.848	0.846	0.772	0.712		
MODERASI x PERSEPSI	0.749	0.707	0.745	0.654	0.923	

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.6 diketahui bahwa nilai akar AVE masing-masing variabel lebih besar dibandingkan nilai korelasi dengan variabel laten lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

c. *Composite Reliability*

Uji *composite reliability* digunakan untuk mengukur tingkat reliabilitas atau konsistensi internal konstruk penelitian. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0,70. Hasil pengujian *composite reliability* dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7
Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Pengetahuan (X1)	0,907
Persepsi (X2)	0,919
Minat Menabung (Y)	0,962
Religiusitas (Z)	0,788

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan mampu mengukur variabel penelitian secara konsisten.

d. Cronbach's Alpha

Pengujian *Cronbach's Alpha* bertujuan untuk mengukur konsistensi internal indikator pada masing-masing variabel penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 (Dahlan, 2014).

Tabel 4.8

Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Pengetahuan (X1)	0,892
Persepsi (X2)	0,843
Minat Menabung (Y)	0,957
Religiusitas (Z)	0,400

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa variabel pengetahuan, persepsi, dan minat menabung memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 sehingga dinyatakan reliabel. Namun, variabel religiusitas memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,400 sehingga belum memenuhi kriteria reliabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pada variabel religiusitas masih memiliki konsistensi internal yang rendah.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel laten. Pengujian inner model meliputi pengujian koefisien determinasi (*R-Square*), path coefficient, dan pengujian hipotesis.

Nilai *R-Square* digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.10

Nilai *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Minat Menabung (Y)	0,919

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai *R-Square* variabel minat menabung sebesar 0,919 atau 91,9%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, dan religiusitas mampu menjelaskan variabel minat menabung sebesar 91,9%, sedangkan sisanya sebesar 8,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Nilai tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediksi yang sangat kuat.

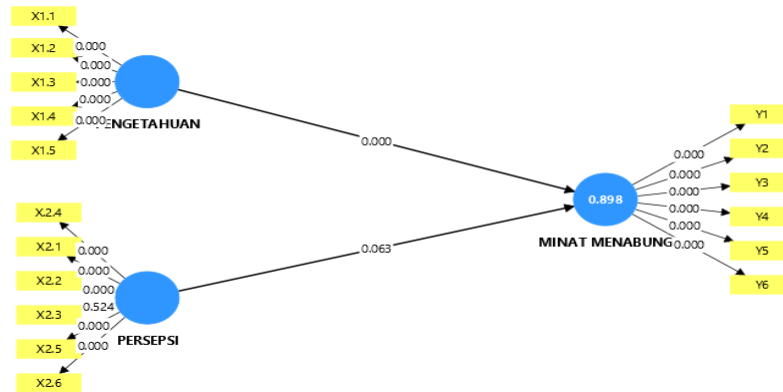
3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *t-statistics* dan *p-values*. Pada penelitian ini digunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan nilai t-

tabel sebesar 1,96. Hipotesis diterima apabila nilai *p-value* < 0,05 dan nilai *t-statistics* > 1,96.

a. Hasil Uji Pengaruh Langsung

Model Penelitian Pengujian Hubungan Langsung



Hasil pengujian pengaruh langsung antarvariabel penelitian disajikan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Hasil Uji Pengaruh Langsung

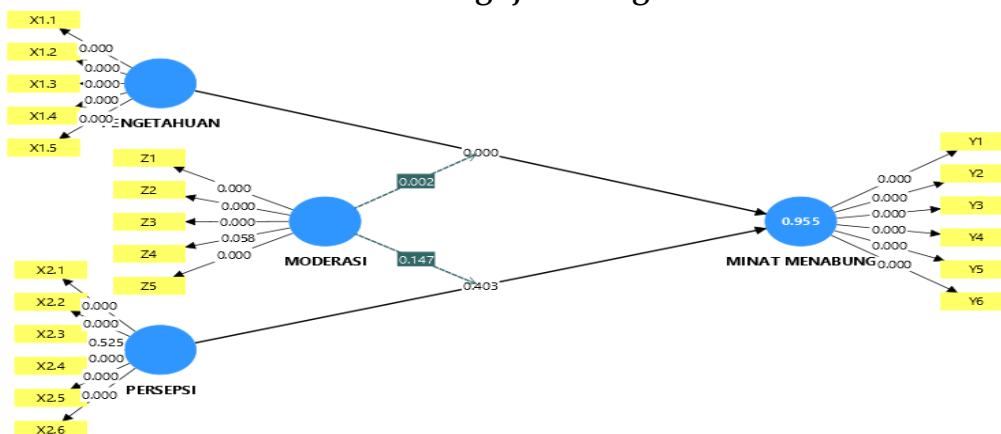
	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
PENGETAHUAN -> MINAT ...	0.678	0.677	0.149	4.552	0.000
PERSEPSI -> MINAT MENA...	0.284	0.287	0.153	1.861	0.063

Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan mahasiswa mengenai bank syariah, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Sementara itu, variabel persepsi (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai *p-value* sebesar 0,063 > 0,05 meskipun memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,284. Dengan demikian, persepsi mahasiswa mengenai bank syariah belum mampu meningkatkan minat menabung secara signifikan.

b. Hasil Uji Pengaruh Moderasi

Model Penelitian Pengujian Pengaruh Moderasi



Pengujian moderasi dilakukan untuk mengetahui apakah religiusitas mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 4.12
Hasil Uji Pengaruh Moderasi

	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
MODERASI -> MINAT MENABUNG	0.209	0.205	0.096	2.183	0.029
MODERASI x PENGETAHUAN -> MINAT MENABUNG	0.456	0.427	0.147	3.111	0.002
MODERASI x PERSEPSI -> MINAT MENABUNG	-0.209	-0.183	0.144	1.451	0.147
PENGETAHUAN -> MINAT MENABUNG	0.481	0.479	0.121	3.964	0.000
PERSEPSI -> MINAT MENABUNG	0.098	0.106	0.117	0.837	0.403

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.12 dan Gambar 4.2 diketahui bahwa religiusitas mampu memoderasi hubungan antara pengetahuan dan minat menabung di Bank Syariah secara positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai *path coefficient* sebesar 0,456. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat religiusitas yang tinggi dapat memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Namun, religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi dan minat menabung di Bank Syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar $0,147 > 0,05$ dan nilai *path coefficient* sebesar -0,209. Dengan demikian, religiusitas tidak memperkuat hubungan persepsi terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan mahasiswa mengenai produk, sistem

operasional, dan prinsip-prinsip bank syariah, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah.

Pengetahuan merupakan informasi yang diperoleh individu melalui berbagai sumber, seperti pendidikan, media sosial, pengalaman, maupun lingkungan sosial. Dalam konteks perilaku konsumen, pengetahuan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa pengetahuan termasuk faktor latar belakang (*background factors*) yang dapat memengaruhi niat atau minat seseorang dalam melakukan suatu perilaku.

Mahasiswa yang memiliki *product knowledge*, *purchase knowledge*, dan *usage knowledge* yang baik cenderung lebih memahami manfaat dan keunggulan bank syariah sehingga lebih tertarik untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

b. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa mengenai bank syariah belum cukup kuat untuk memengaruhi minat menabung.

Meskipun sebagian mahasiswa memiliki persepsi yang baik terhadap bank syariah, faktor tersebut belum tentu diikuti dengan tindakan nyata untuk menjadi nasabah bank syariah. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kebiasaan menggunakan bank konvensional, kemudahan akses layanan, fasilitas digital, maupun pengaruh lingkungan sosial.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku dapat memengaruhi niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan.

Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi positif saja belum cukup untuk meningkatkan minat menabung apabila tidak diikuti dengan faktor pendukung lainnya.

c. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas mampu memoderasi hubungan antara pengetahuan dan minat menabung di Bank Syariah secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih terdorong untuk mengimplementasikan pengetahuannya mengenai prinsip-prinsip syariah ke dalam perilaku ekonomi, termasuk dalam memilih bank syariah sebagai tempat menabung. Dengan kata lain,

religiusitas memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep *Theory of Planned Behavior* dan *Sharia Enterprise Theory* yang menjelaskan bahwa nilai-nilai agama dapat memengaruhi perilaku ekonomi individu.

d. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi dan minat menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas mahasiswa belum mampu memperkuat persepsi mereka terhadap bank syariah dalam meningkatkan minat menabung. Kondisi tersebut dapat terjadi karena keputusan mahasiswa dalam memilih bank tidak hanya dipengaruhi oleh faktor religiusitas, tetapi juga oleh faktor praktis seperti kemudahan transaksi, fasilitas layanan, teknologi digital, dan jaringan ATM.

Meskipun demikian, religiusitas tetap menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat muslim, khususnya dalam memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman mahasiswa mengenai konsep, produk, dan mekanisme operasional bank syariah, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Pengetahuan menjadi faktor penting dalam membentuk keyakinan dan keputusan individu dalam memilih produk keuangan syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa pengetahuan dapat memengaruhi niat perilaku seseorang melalui pembentukan sikap dan keyakinan terhadap suatu objek.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan merupakan faktor utama yang memengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Selain itu, religiusitas terbukti mampu memperkuat hubungan antara pengetahuan dan minat menabung, namun belum mampu memperkuat hubungan persepsi terhadap minat menabung.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak perbankan syariah dan perguruan tinggi dalam meningkatkan literasi serta edukasi mengenai perbankan syariah kepada mahasiswa.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Artinya, semakin tinggi tingkat pengetahuan mahasiswa mengenai prinsip dan produk bank syariah, maka semakin

tinggi pula minat untuk menabung di bank syariah. Sementara itu, persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Penelitian ini juga menemukan bahwa religiusitas mampu memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung secara positif dan signifikan. Namun, religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh persepsi terhadap minat menabung. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan religiusitas menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan edukasi dan literasi perbankan syariah bagi generasi muda, khususnya mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahlan, M Sopiudin. 2011. *Statistik Untuk Kedokteran Dan Kesehatan*. Penerbit Salemba.
- Fauzi, A., & Rahmawati, D. (2024). The Role of Religiosity in Strengthening Islamic Banking Customer Intention. *Banks and Bank Systems*, 19(1), 77–88. [https://doi.org/10.21511/bbs.19\(1\).2024.07](https://doi.org/10.21511/bbs.19(1).2024.07)
- Ghozali, Imam, And Hengky Latan. 2015. "Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart Pls 3.0 Untuk Penelitian Empiris." *Bp Undip. Semarang*.
- Sugiyono, Prof. 2015. "Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)." *Bandung: Alfabeta* 28: 1-12.
- Suryani, Suryani. (2012). "Sistem Perbankan Islam Di Indonesia: Sejarah Dan Prospek Pengembangan." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3(1): 111-31.
- Winarti, Winarti. (2021). "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di Bni Syariah Kcp Kuningan." *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman Kuningan* 2(2): 165-73.
- Siregar, Dahrul, Ahmad Harun Daulay, And Saparuddin Siregar. (2021). "Increasing Customer's Saving Interest Through Religiosity, Product Perception And Knowledge." *Budapest International Research And Critics Institute (Birci- Journal): Humanities And Social Sciences* 4(1): 918-25.
- Novianti, Alifah Dwi, And Luqman Hakim. (2021). "Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Dengan Variabel Moderating Persepsi." *Jurnal Pendidikan Akuntansi (Jpak)* 9(1): 116-22.
- Hidayat, R., & Kusuma, A. (2022). The Effect of Islamic Financial Literacy on Interest in Saving at Islamic Banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 455-470. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2021-0289>
- Wahyuni, S., & Fitriani, N. (2021). Religiosity and Saving Interest in Islamic Banking among Students. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1121-1129. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1121>
- Wardhana, Aditya. (2020). *Perilaku Konsumen (Teori Dan Implementasi)*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Umi Narimawati, 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Agung Media), 98.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Setiawan, B., & Ramadhani, F. (2023). Islamic Banking Literacy and Student Saving Behavior. *International Journal of Ethics and Systems*, 39(2), 231-245. <https://doi.org/10.1108/IJOES-07-2022-0156>
- Nurhayati, I., & Hasanah, U. (2020). Determinants of Saving Interest in Islamic Banks: Evidence from Indonesian Students. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(2), 145-156. [https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10\(2\).145-156](https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10(2).145-156)

Copyright holder:

© Author

First publication right:

Jurnal Kepemimpinan & Pengurusan Sekolah

This article is licensed under:

