
Persepsi Bagi Hasil, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah Pada Generasi Z Berdasarkan Gender

Fadel Mohamad ¹, Syaifullah MS², Irham Pakawaru ³

¹ Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Datokarama)

^{2,3} Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Datokarama)

Corresponding email: fadheleinstein7@gmail.com

Leave it blank



Diterima: Desember 2023

Direvisi: Desember 2023

Diterima: Desember 2023

ABSTRACT

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif, Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Bagi Hasil, Produk dan Religiusitas secara parsial dan simultan Terhadap Minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu. Sampel penelitian ini berjumlah 94 orang yang ditentukan menggunakan rumus slovin kemudian penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti bisa mengambil sampel pada siapa saja yang di temui dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup yang di analisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 26. hasil penelitian dan analisis data yang dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi bagi hasil, produk dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI di bank syariah. selanjutnya secara parsial variabel persepsi bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. uji independent t test diketahui tidak terdapat perbedaan antara minat menabung laki-laki dan perempuan

ARTICLE INFO

Kata kunci:

Bagi Hasil; Produk;
Religiusitas; Minat;

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Pendahuluan

Indonesia adalah suatu negara yang mempunyai jumlah umat islam terbesar di dunia Yakni hampir 88% dari 272 juta jiwa penduduk Indonesia memeluk agama Islam (Singaribun). Oleh karena itu peluang mengembangkan perbankan syariah di Indonesia

sangatlah besar. Hal ini terlihat dari sangat besarnya pasar potensial dari perbankan syariah di Indonesia. Sebagai lembaga keuangan yang relatif baru, keberadaan bank syariah mungkin diminati ataupun tidak. Keputusan untuk memilih bank syariah mencakup tahap menentukan kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, pembelian, dan kepuasan konsumen. Pada saat yang sama, orang lain tidak begitu tahu, beberapa bahkan tidak tahu. Selain karena informasi yang terbatas tentang produk perbankan syariah, istilah produk perbankan dalam bahasa Arab mungkin menjadi salah satu faktor yang membuat publik sulit untuk mengetahuinya.

Pada akhir tahun 2020, pemerintah Indonesia melalui Menteri BUMN mengumumkan bahwa, akan terjadi penggabungan (merger) 3 bank syariah BUMN yaitu BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri menjadi Bank Syariah Indonesia. Merger tersebut dilakukan di tengah pandemi covid-19. Proses penggabungan 3 Bank Syariah tersebut ditandai dengan kesepakatan yang tertuang dalam akta penggabungan.

Penggabungan tiga bank umum syariah, perusahaan milik negara, menjawab penantian panjang untuk membentuk yang terbesar bank umum syariah nasional dengan modal kuat. Merger tersebut menjelaskan bahwa merger ini memiliki visi dari perbankan syariah nasional menjadi salah satu dari 10 bank syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar global dalam 5 tahun ke depan. Merger sendiri memiliki makna sebagai serikat bisnis, sehingga tercapai kepemilikan bersama. Strategi merger antar bank syariah dikategorikan sebagai merger horizontal.

Merger bank memunculkan pertanyaan yang berkaitan dengan manfaat nilai tambah yang lebih tinggi. Pertanyaan muncul yang didasari oleh beberapa penelitian terkait merger bank di sejumlah negara. Studi dilakukan oleh Calomiris dan Karceski, ada empat hal penting dari Sembilan kasus merger bank di Amerika Serikat, pertama, proses merger menciptakan nilai tambah bagi industri perbankan secara komprehensif, kedua, ada beberapa bank hasil merger mengalami kegagalan akibat penurunan pendapatan yang drastis selama proses konsolidasi, ketiga, perilaku manajemen bank yang akan di merger menimbulkan kenaikan biaya yang tidak perlu. Kenaikan gaji dan pangkat sebelum merger agar mendapatkan posisi yang lebih baik setelah merger merupakan salah satu fenomena yang terjadi, dan keempat sinergi pendapatan dapat terlaksana meskipun tidak ada efisiensi biaya (Calomiris and Karceski). Studi yang dilakukan Harada dan Ito, kasus merger bank menghasilkan bank lemah dan dalam beberapa bank hasil merger, *distance to default* justru memburuk.

Pengawasan terhadap merger bank syariah, menjadi tugas dan wewenang Otoritas Jasa Keuangan sehingga implementasi dari merger 3 (tiga) bank syariah BUMN dapat

memberikan sumbangsih bagi masyarakat dan juga perekonomian negara. Peluang merger bank syariah milik negara, tentunya berimbang pada stabilitas ekonomi negara di tengah pandemi. Ekonomi menjadi lambat selama covid-19 telah menjadi penyakit yang tak kunjung hilang dari Indonesia, sehingga pemerintah mengeluarkan kebijakan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) No.1/2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Penanganan Pandemi Covid-19, dalam rangka menghadapi ancaman membahayakan perekonomian Nasional dan atau Stabilitas Keuangan.

Arti penting dari merger Bank Syariah Indonesia adalah sebagai pusat perbankan syariah yang menjadi lokomotif untuk perekonomian nasional, serta mendorong lebih besar dan ikut serta dalam pasar global. Negara yang bermayoritaskan muslim ini dapat menjadikan Bank Syariah Indonesia sebagai kebutuhan masyarakat dalam bertransaksi. Untuk generasi milenial Bank Syariah Indonesia bisa menjadi salah satu pilihan untuk melakukan transaksi perbankan yang memberikan kenyamanan dalam bertransaksi tanpa takut adanya riba. Bank Syariah Indonesia hadir dengan memberikan produk yang bersaing dengan layanan prima seperti sistem teknologi informasi yang andal, produk yang inovatif, jaringan yang luas, sumber daya manusia yang kompeten (Republika). Hasil sensus yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2020 yang dikutip dari harian Kompas, menunjukkan bahwa komposisi penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z sebesar 27,94 persen dan Generasi Milenial sebesar 25,87 persen. Generasi Z menjadi generasi yang penting bagi masa depan ritel dan daya beli yang tinggi, hal tersebut disebabkan bahwa Generasi Z memfokuskan diri untuk menghasilkan uang dan menabung menjadi prioritas utama). Jumlah Generasi Z yang mendominasi Indonesia menjadikan bank harus memberikan perhatian terhadap generasi tersebut. Ciri Generasi Z yang memberikan prioritas pada kegiatan menabung dapat menjadi peluang bagi bank sebagai salah satu segmen yang harus dilayani. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui persepsi Generasi Z pasca pengumuman merger terhadap perbankan syariah Indonesia sehingga peneliti memilih topik tentang “Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah Pada Generasi Z Berdasarkan Gender (Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu)”

Literatur Review

Bagi Hasil

Generasi Z dapat membuat persepsi tentang bagi hasil setelah mengetahui informasi produk yang berada di bank syariah. Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil sesuai dengan prinsip Islam. Dalam Islam, bunga dianggap haram sehingga perbankan yang berlandaskan syariah menggunakan bagi hasil. Perhitungan bagi hasil yang dilakukan menurut ekonomi Islam sebagaimana berikut: 1. *Profit sharing* atau bagi hasil, Perhitungan ini dilakukan dengan cara total pendapatan usaha dikurangi biaya operasional untuk mendapatkan profit atau keuntungan bersih. 2. *Revenue sharing*, Laba yang diperoleh berdasarkan pendapatan usaha sebelum dikurangi biaya operasional, disebut juga sebagai pendapatan kotor.

Sistem bagi hasil mampu meningkatkan pendapatan serta semangat dalam bekerja agar tercipta keadilan dan kesejahteraan (syihabudin). Hasil ini dapat meningkatkan persepsi positif pada generasi Z terhadap bagi hasil dalam bank syariah. Generasi Z cenderung mengambil keputusan secara cepat, hal ini disebabkan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sesuai pendapat Gaspersz tentang faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dapat berasal dari: (Gasperz) a) Pengalaman masa lalu seseorang sehingga dapat menarik kesimpulan setelah melihat, mendengar, dan merasakan. b) Keinginan untuk memberikan pengaruh terhadap persepsi orang lain dalam membuat suatu keputusan. c) Pengalaman yang diberikan atau dirasakan oleh orang lain dan bercerita tentang pengalaman yang telah dirasakan.

Merger(Penggabungan)

Merger berasal dari kata "*mergere*" (latin) yang berarti bergabung bersama, menyatu, berkombinasi. Menyebabkan hilangnya karena terserap atau tertelan sesuatu. Definisi merger menurut *Black's Law Dictionary*, yaitu:

"The fusion or absorption of one thing or right into another; generally spoken of a case where one of the subjects is of less dignity or importance than the other. Here the less important ceases to have an independent existence"

Dilihat dari pengertian di atas bahwa merger adalah suatu penyatuan atau penggabungan sesuatu hal atau hak kepada yang lainnya. Yang biasanya membahas mengenai suatu hal tertentu di mana suatu subjek tertentu lebih rendah kedudukannya atau lebih rendah kepentingannya dari yang lain. Dalam hal ini suatu kepentingan yang lebih rendah tidak dapat memiliki eksistensi yang independen. (Virhani) Merger merupakan penggabungan dua perusahaan dengan pengakuisisi menanggung aset dan

kewajiban perusahaan target (Sabran). Merger adalah penggabungan dua perusahaan yang berukuran tidak sama dan hanya satu perusahaan yang tetap *survival*, yaitu perusahaan yang lebih besar sedangkan perusahaan yang lebih kecil melebur perusahaan yang besar (Sudana).

Merger dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) disebut dengan penggabungan, yakni perbuatan hukum yang dilakukan oleh suatu perseroan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan perseroan lain yang telah ada yang mengakibatkan aktiva dan pasiva dari perseroan yang menggabungkan diri itu beralih karena hukum kepada perseroan yang menerima penggabungan, dan selanjutnya status badan hukum perseroan yang menggabungkan diri berakhir karena hukum.

Hukum Merger

Peraturan mengenai merger di Indonesia di atur dalam perundang-undangan secara umum di atur dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU inilah yang pertama mengatur tentang merger perusahaan secara umum dan terintegrasi walaupun sebelumnya secara sektoral sudah ada ketentuan tentang merger. Misalnya merger tentang bank, hal-hal yang berkenaan dengan merger (Untung):

- a. Undang-undang perseroan terbatas merupakan pionir pengaturan merger.
- b. Undang-undang perseroan terbatas mengatur merger, akuisisi, dan konsolidasi secara bersamaan.
- c. Undang-undang perseroan terbatas mengatur merger dengan atau tanpa likuidasi perusahaan.
- d. Undang-undang perseroan terbatas mengatur merger secara prosedural dan protektif.

Dalam pasal 8 UU No.8 tahun 1995 tentang Pasar Modal dijelaskan bahwa pemegang saham bursa efek adalah perusahaan efek yang sudah memiliki izin usaha untuk melakukan kegiatan sebagai Perantara Pedagang Efek. Yang berarti UU tersebut menegaskan belum adanya sistem yang memungkinkan operator bursa di Indonesia menjadi perusahaan publik. Guna mengantisipasi perkembangan pasar modal di dunia maka UU No. 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal sudah seharusnya direvisi, yaitu dengan memuat pasal tentang aturan kepemilikan bursa efek oleh publik sehingga bursa tersebut dapat diperbesar dan diperkuat kinerjanya melalui cara merger dan konsolidasi dengan bursa-bursa ternama di luar negeri (Hariyanti)

Berdasarkan pasal 1 angka 9 UU No. 40 tahun 2007, merger adalah perbuatan hukum

yang dilakukan oleh satu perseroan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan perseroan lain yang telah ada dan mengakibatkan aktiva dan pasiva dari perseroan yang menggabungkan diri beralih karena hukum kepada perseroan yang menerima penggabungan dan selanjutnya status badan hukum perseroan yang menggabungkan diri berakhir karena hukum.

Generasi Z

Generasi Z Generasi ini merupakan orang-orang yang lahir pada kurun waktu sejak tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Generasi Z disebut juga dengan iGeneration, Generasi Net atau Generasi Internet adalah mereka yang hidup pada masa digital. Elizabeth T. Santosa dalam bukunya yang berjudul *Raising Children in Digital Era* menyebutkan bahwa: Generasi Net adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995, atau lebih tepatnya setelah tahun 2000. Generasi ini lahir saat internet mulai masuk dan berkembang pesat dalam kehidupan manusia. Generasi ini tidak mengenal masa saat telepon genggam belum diproduksi, saat mayoritas mainan sehari-hari masih tradisional (santosa).

Selain itu, Hellen Chou P. memberikan pengertian terhadap istilah generasi Z: Generasi Z atau yang kemudian banyak dikenal dengan generasi digital merupakan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital. Generasi Z ini memiliki karakter yang unik dan sangat berbeda dengan karakter yang dimiliki oleh generasi-generasi sebelumnya. Pengaruh teknologi yang sangat kuat ini tercermin pada, misalnya, ketergantungan generasi Z dengan gadget dan durasi konsentrasi yang singkat (Helen).

Indikator Generasi Z Elizabeth T. Santosa menyebutkan beberapa indikator anak-anak yang termasuk dalam Generasi Z atau Generasi Net: a) Memiliki ambisi besar untuk sukses Anak zaman sekarang cenderung memiliki karakter yang positif dan optimis dalam menggapai mimpi mereka, b) Cenderung praktis dan berperilaku instan (speed) Anak-anak di era generasi Z menyukai pemecahan masalah yang praktis. Mereka tidak menyukai berlama-lama meluangkan proses panjang mencermati suatu masalah. Hal ini disebabkan anak-anak ini lahir dalam dunia yang serba instan, c) Cinta kebebasan dan memiliki percaya diri tinggi Generasi ini sangat menyukai kebebasan. Kebebasan berpendapat, kebebasan berkreasi, kebebasan berekspresi, dan lain sebagainya. Mereka lahir di dunia yang modern, dimana sebagian besar dari mereka tidak menyukai pelajaran yang bersifat menghafal. Mereka lebih menyukai pelajaran yang bersifat eksplorasi, d) Cenderung menyukai hal yang detail Generasi ini termasuk dalam generasi yang kritis dalam berpikir, dan detail dalam mencermati suatu permasalahan atau fenomena. Hal ini disebabkan karena mudahnya

mencari informasi semudah mengklik tombol search engine, e) Berkeinginan besar untuk mendapatkan pengakuan Setiap orang pada dasarnya memiliki keinginan agar diakui atas kerja keras, usaha, kompetensi yang telah didedikasikannya. Terlebih generasi ini cenderung ingin diberikan pengakuan dalam bentuk reward (pujian, hadiah, sertifikat, atau penghargaan), karena kemampuan dan eksistensinya sebagai individu yang unik, f) Digital dan teknologi informasi Sesuai dengan namanya, generasi Z atau generasi Net lahir saat dunia digital mulai merambah dan berkembang pesat di dunia. Generasi ini sangat mahir dalam menggunakan segala macam gadget yang ada, dan menggunakan teknologi dalam keseluruhan aspek serta fungsi sehari-hari. Anak-anak pada generasi ini lebih memilih berkomunikasi melalui dunia maya, media sosial daripada menghabiskan waktu bertatap muka dengan orang lain (Elizabeth).

Religiusitas

Kesadaran agama merupakan segi agama yang terasa dalam pikiran dan dapat diuji melalui introspeksi, ataupun aspek mental dari kegiatan agama. Pengalaman agama adalah unsur perasaan dalam kesadaran agama, yaitu perasaan yang membawa kepada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan (Jalaludin). Para ahli mendefinisikan aspek religius di dalam diri manusia, menunjuk kepada suatu fakta bahwa kegiatan kegiatan religi memang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Didalamnya terdapat berbagai hal menyangkut moral atau akhlak, serta keimanan dan ketaqwaan seseorang (Spinks).

Religiusitas berasal dari bahasa latin religi. Religi asalnya adalah relegere yang berarti mengumpulkan atau membaca. Sedangkan kata religare berarti mengikat. Agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi manusia. Ikatan dimaksud berasal dari suatu kekuatan yang lebih tinggi dari manusia sebagai kekuatan gaib yang tidak dapat ditangkap dengan panca indera, namun mempunyai pengaruh yang besar sekali terhadap kehidupan manusia sehari-hari (Jalaludin).

Metode

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, rumusan masalah deskriptif adalah sebagai berikut: Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Penelitian semacam ini untuk

selanjutnya dinamakan penelitian deskriptif (Sugiyono)

Populasi penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu Berdasarkan hasil dari rumus tersebut maka diperoleh sampel untuk penelitian ini sebanyak 94 mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Datokarama Palu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti bisa mengambil sampel pada siapa saja yang ditemui tanpa perencanaan sebelumnya Pembagian ini dapat dilakukan berdasarkan ciri-ciri tertentu berupa jenis kelamin, angkatan, dan jurusan (Hardani).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Dimana analisis ini merupakan proses analisa yang terdapat data - data berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistic untuk mengukur pengaruh persepsi generasi Z terhadap minat menabung di Bank syariah pasca merger. Beberapa pengujian yang dilakukan yaitu uji validitas dan realibilitas, kemudian uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis, Pengujian hipotesis uji t menggunakan program SPSS versi 24.0

Hasil

a.Hasil Uji Instrumen.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan corrected item total correlation pada cronbach alpha yaitu membandingkan hasil output corrected item total correlation (rhitung) dengan rtabel (nilai kritis) pada degree of freedom $df = (n-k)$ atau $df = (94-3)$, dimana n adalah jumlah sampel dan standar uji yang sering dilakukan pada $\alpha = 10\%$

Tabel 1. 1
Item-Total Statistics
Uji Validitas Variabel X1 (Persepsi Bagi Hasil)

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel $df=(94-2)$ (0.1707)	Keterangan
X1.P1	.374	0.1707	Valid
X1.P2	.399	0.1707	Valid
X1.P3	.431	0.1707	Valid
X1.P4	.418	0.1707	Valid
X1.P5	.421	0.1707	Valid

Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2022

Uji Validitas Variabel X2 (Pengetahuan Produk)

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total	R Tabel $df=(94-2)$ (0.1707)	Keterangan

Fadel Mohamad, Syaifullah MS, Irham Pakawaru: Persepsi Bagi Hasil, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah Pada Generasi Z Berdasarkan Gender

	Correlation		
X2.P1		0.1707	Valid
X2.P2	.485	0.1707	Valid
X2.P3	.521	0.1707	Valid
X2.P4	.728	0.1707	Valid
X2.P5	.741	0.1707	Valid
X2.P6	.565	0.1707	Valid
	.450		

Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2022

Uji Validitas Variabel X3 (Religiusitas)

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel df=(94-2) (0.1707)	Keterangan
X3.P1	.750	0.1707	Valid
X3.P2	.751	0.1707	Valid
X3.P3	.800	0.1707	Valid
X3.P4	.507	0.1707	Valid
X3.P5	.630	0.1707	Valid
X3.P6	.592	0.1707	Valid

Sumber: Data Primer Diolah Dari Output SPSS.26 2022

Uji Validitas Variabel Y (Minat Menabung)

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel df=(94-2) (0.1707)	Keterangan
Y.P1	.791	0.1707	Valid
Y.P2	.896	0.1707	Valid
Y.P3	.821	0.1707	Valid
Y.P4	.715	0.1707	Valid
Y.P5	.657	0.1707	Valid

Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2022

Berdasarkan tabel 4.3 maka dapat dilihat nilai r hitung pada kolom Corrected item Total Correlation untuk masing-masing item memiliki r hitung > r tabel (0.1707) yang artinya item pernyataan dalam variabel X1, X2, X3 dan variabel Y dinyatakan valid. Sehingga pernyataan kuesioner yang dinyatakan valid dapat di gunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Uji Reliabilitas. Teknik yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah

menggunakan metode cronbach's alpha. Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha.	Tingkat Keandalan
0.00 - 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

Sumber Data: Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2022

Tabel 1. 3
Reliability Statistics

Variabel X1		
Reliability Statistics		Keterangan
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.651	5	Reliabel

Sumber Data: Output SPSS.26 2022

Variabel X2		
Reliability Statistics		Keterangan
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.817	6	Reliabel

Sumber Data: Output SPSS.26 2022

Variabel X3		
Reliability Statistics		Keterangan
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.867	6	Reliabel

Sumber Data: Output SPSS.26 2022

Variabel Y		
Reliability Statistics		Keterangan
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.911	5	Reliabel

Sumber Data: Output SPSS.26 2022

Pada tabel di atas variabel X1 nilai cronbach's alpha bernilai 0,651, variabel X2 nilai cronbach's alpha bernilai 0,817, variabel X3 nilai cronbach's alpha bernilai 0,867 dan variabel Y nilai cronbach's alpha bernilai 0,911 maka kuesioner yang diuji dinyatakan

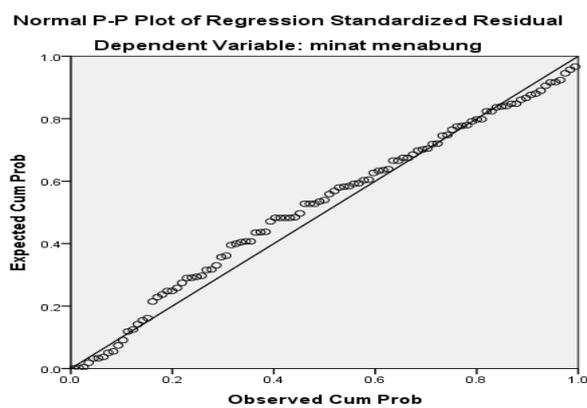
reliabel. Tabel diatas dapat diketahui bahwa msing-masing variabel memiliki cronbach's alpha lebih dari 0,60 yang artinya bahwa variabel X dan Y adalah reliabel.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dasar dalam pengambilan keputusan pada analisis grafik, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 1. 1
Hasil Uji Normalitas dengan Analisis Grafik



Sumber Data: Output SPSS.26 2022

Pada gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data (titik) berada dan tersebar disekitar garis diagonal atau garis histogram. Dapat disimpulkan bahwa variabel dependen (Y) yaitu Minat Menabung menunjukkan pola distribusi normal atau model regresi ini dapat memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Peneliti ingin menguji asumsi multikolinearitas dari variabel minat beli ulang (Y), customer experience (X1) dan pengetahuan produk (X2).

Tabel 1. 5
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
persepsi tentang bagi hasil	.515	1.943
persepsi tentang produk	.362	2.762
persepsi tentang religiusitas	.488	2.050

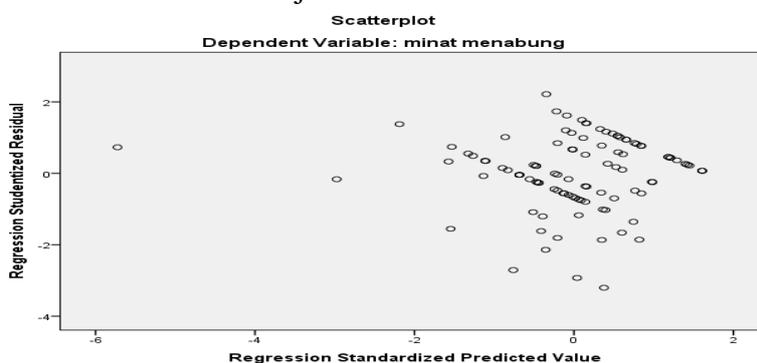
Sumber Data: Output SPSS.26 2022

Dari tabel 4.6 coefficients menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana sebaran varian faktor atau disturbance tidak konstan sepanjang daerah observasi. Adapun metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas yaitu metode grafik

Gambar 1.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber Data: Output SPSS.26 2022

Dari gambar 4.3 menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan di atas angka nol pada sumbu Y, dengan demikian model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Regresi Berganda

Tabel 1. 6
Coefficientsa Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.137	2.257		.503	.616
	persepsi tentang bagi hasil	.439	.133	.342	3.308	.001
	persepsi tentang produk	-.056	.119	-.058	-.470	.640
	persepsi tentang religiusitas	.480	.107	.475	4.480	.000

Berdasarkan hasil output tersebut maka diperoleh persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 1.137 + 0,439X_1 + -0.056X_2 + 0,480X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Menabung

Fadel Mohamad, Syaifullah MS, Irham Pakawaru: Persepsi Bagi Hasil, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah Pada Generasi Z Berdasarkan Gender

- a = Konstanta
- b1 = Koefisien regresi variabel Bagi Hasil (X1)
- b2 = Koefisien regresi variabel Produk (X2)
- b3 = Koefisien regresi variabel Religiusitas (X3)
- X1 = Persepsi Bagi Hasil
- X2 = Produk
- X3 = Religiusitas
- e = Std eror

Uji Hipotesis

1) Uji t (*Parsial*)

Pengujian secara parsial atau uji hipotesis t digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel terikat atau dependen berdasarkan hasil perhitungan uji t. Jika uji t hitung < t tabel, maka Ho ditolak. Dalam menentukan tabel dapat melihat pada tabel staitistik pada signifikansi 0,05 (uji 2 sisi) dengan df = n-k atau df = 94-3 = 91 maka didapat t tabel sebesar 1,661

Tabel 1. 7
Coefficients^a Uji Parsial

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	1.137	2.257		.503	.616
	persepsi tentang bagi hasil	.439	.133	.342	3.308	.001
	persepsi tentang produk	-.056	.119	-.058	-.470	.640
	persepsi tentang religiusitas	.480	.107	.475	4.480	.000

2) Uji F (Simultan)

Hipotesis simultan adalah hipotesis yang dilakukan secara bersamaan pada variabel penelitian yang dilakukan secara bersamaan adapun pada penelitian hipotesis simultan dalam menggunakan SPSS.26 dapat diperoleh melalui uji ANOVA, Adapun pada data dalam penelitian tersebut diperoleh output pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 1. 8
ANOVA^a Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	436.550	3	145.517	27.748	.000 ^b
	Residual	519.178	99	5.244		
	Total	955.728	102			

Sumber Data: Output SPSS.26 2022

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances assumed	6.596	0.12	-2.643	92	.010	-1.14994	.43475	-2.01239	-.28548
Equal variances not assumed			-2.643	82.561	.010	-1.14994	.43475	-2.01239	-.28548

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 1.9
Model Summary
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.440	2.29003

Sumber Data: Output SPSS.26 2022

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa besarnya persentase yang dihasilkan yaitu pada kolom adjusted r square sebesar 0,457, ini diartikan sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel Bagi Hasil, Produk dan Religiusitas terhadap variabel Minat Menabung sebesar 44,%. Sedangkan sisanya sebesar (100% - 44% = 56%). Jadi sebesar 56, % merupakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat menabung yang mana variabel tersebut tidak diteliti pada penelitian ini

Hasil Uji Beda T test

Tabel 1.10
Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Jawaban Pria	1.00	47	21.7234	2.43794	.35561
Jawaban wanita	2.00	47	22.8723	1.71461	.25010

Keterangan:

1. Jika nilai sig. (2-tailed) < 0,05, maka terdapat perbandingan yang signifikan antara minat menabung Laki-laki dan Perempuan.
2. Jika nilai sig. (2-tailed) > 0,05, maka terdapat perbandingan yang signifikan antara minat menabung Laki-laki dan Perempuan (Santoso)

Dari keterangan diatas dapat kita simpulkan bahwa bahwa Minat menabung antara laki-laki dan perempuan tidak berbeda karena sig. (2-tailed) > 0.05.

Diskusi

Persepsi Bagi Hasil, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat menabung di Bank Syariah secara Parsial

Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Menabung

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Sistem Bagi Hasil terhadap Minat menabung mahasiswa FEBI di Bank Syariah. Dengan perolehan nilai signifikansi $0,01 < 0,05$ dan dibuktikan dengan uji statistik t dimana t hitung (3,308) > t tabel (1,661) sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian taufik yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan sistem bagi hasil terhadap minat penggunaan jasa perbankan Syariah (Taufiq et all). Lalu penelitian lain mengenai "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah" bahwa adanya pengaruh yang signifikan bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Dari hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel Sistem Bagi Hasil berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah. Dapat diartikan bahwa bank syariah secara keseluruhan memiliki sistem bagi hasil yang baik dari penelitian ini, sehingga mendorong masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Karena apabila seseorang telah melihat dan merasakan dari sistem bagi hasil itu sendiri bukan tidak mungkin para calon nasabah akan menjadi nasabah di bank Syariah (Wahyuni).

Pengaruh Produk terhadap Minat Menabung

Dengan melihat uji t yang telah dilakukan, dapat diketahui variabel Produk (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap Minat Menabung mahasiswa FEBI UIN Datokarama Palu di Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Produk terhadap Minat menabung mahasiswa FEBI di Bank Syariah. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap minat nasabah menabung di BANK BNI Syariah” menunjukkan bahwa variable kualitas produk (X1) thitung sebesar 5.147 lebih besar dari ttabel 1.984 artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas produk terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah (Musthofa).

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Sistem Bagi Hasil terhadap Minat menabung mahasiswa FEBI di bank syariah. Dengan perolehan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan dibuktikan dengan uji statistik t dimana t hitung (27.748) > t tabel (1,661) sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengujian statistik atas data penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel komitmen secara signifikan mempengaruhi variabel minat menabung. Komitmen beragama yang dapat diartikan sebagai sebagai taqwa dan dalam kontek Agama Islam, taqwa ini memiliki dimensi vertikal yaitu hubungan pribadi manusia kepada Tuhan-Nya. Komitmen ini memiliki andil yang besar dalam mempengaruhi segala aspek kehidupan beragama bagi anak muda khususnya di POLBAN, termasuk minat untuk menabung. Terlebih dengan adanya pilihan bank syariah yang notabene bank tersebut sebagai bank yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah, maka responden merasa tertarik untuk bisa menjalankan sebagian tindak perilakunya yang berdasar kepada nilai keagamaan.

Nilai dari religiusitas lainnya adalah kepribadian atau dalam Islam lebih dikenal dengan istilah akhlak. Kepribadian ini lebih cenderung kepada hubungan pribadi responden secara horizontal, bisa hubungan manusia dengan manusia ataupun manusia dengan alam. Kepribadian lebih cenderung mengenal hukuman seperti hukum alam, seperti jika kita melakukan perbuatan baik maka akan dibalas dengan kebaikan pula oleh orang lain. Berbeda dengan komitmen yang berharap langsung kepada Tuhan bahwa suatu perbuatan akan dibalas dengan pahala, yang tentu hal tersebut baru kita dapatkan kelak di akhirat. Namun untuk kepribadian, harapan balasan atas perbuatan kita biasanya dapat dirasakan langsung di dunia. Hasil pengujian statistik di atas menunjukkan bahwa kepribadian seseorang dapat mempengaruhi minatnya untuk menabung di bank syariah. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik kepribadian anak muda maka mereka cenderung berkeinginan untuk menabung di bank syariah.

Persepsi Bagi Hasil, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat menabung di Bank Syariah secara Simultan

Pada hasil uji F, nilai yang diperoleh yaitu sebesar 27,748, sedangkan nilai F tabel sebesar 3,10. Maka dapat diketahui nilai F hitung $27,748 > F$ tabel 3,10 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Bagi Hasil, Produk dan Religiusitas secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat menjadi Nasabah. Dari hasil penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Persepsi Bagi Hasil, Produk dan Religiusitas berpengaruh terhadap Minat menabung mahasiswa FEBI di Bank Syariah Indonesia.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis pada penelitian ini mengenai pengaruh persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: Persepsi Bagi Hasil berpengaruh signifikan terhadap Minat menabung mahasiswa FEBI di Bank Syariah Indonesia, dengan nilai signifikansi. Sedangkan, Produk dan Religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat menabung mahasiswa FEBI di Bank Syariah Indonesia, dengan nilai signifikansi.

Uji simultan (uji F) diketahui bahwa variabel Persepsi Bagi Hasil, Produk dan Religiusitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Minat menabung mahasiswa FEBI di Bank Syariah Indonesia. Sementara itu, hasil Uji Independent T Test diketahui tidak ada perbedaan antara minat menabung Laki-laki dan perempuan di Bank Syariah Indonesia. penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel yang berbeda dengan jumlah sampel yang lebih besar lagi untuk mewakili populasi. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dan lebih banyak menambah referensi untuk dapat memperluas penelitian sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah.

References

- Anshori, Abdul Ghofur. *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisisi dan Konversi (Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam)*. Yogyakarta : UII Pers. 2010
- Calomiris, C. W. and Karceski, J. (2000). Is the Bank Merger Wave of the 1990s Efficient? Lesson from Nine Case Studies. In Steven N. Kaplan, Editor (2000).
- Crow dkk, *Psikologi Pendidikan*. Surabaya: PT. Bina Ilmu 1984
- Danang Sunyoto, "*Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*", Yogyakarta: CAPS, 2011
- Dian Arie, *Presepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah* (studi pada masyarakat
- Doni stadi Dkk, *Aplikasi Komputer statistik dengan spss untuk penelitian Ekonomi Dan Bisnis* badan penerbit Raja Grafindo persada ,2018
- Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*, Cet. I; Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013
- Fifi Afyanti Tripuspitorion "*Pengaruh Relegiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah*"2020
- Gaspersz, V. *Manajemen Bisnis Total Dalam Era Globalisasi*. Gramedia Pustaka Utama.1997
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS,1* Badan Penerbit UNDIP, 2018
- Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Cet. 1, Yogyakarta :CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Hariyanti, Iswidkk. *Merger, Konsolidasi, Akuisisi, Dan Pemisahan Perusahaan (Cara Cerdas Mengembangkan Dan Memajukan Perusahaan)*. Jakarta: Visimedia.2011.
- Haryadi Sarjono, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*, Cet. III : Jakarta Salemba Empat, 2011
- HendroPuspito C. *Sosiologi Agama* Yogyakarta.Kanisius Dan BPK Gunung Mulia 1998.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Imran, I., & Hendrawan, B. Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Applied Business Administration*,2018.
- Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Jakarta:PTRajaGrafindoPersada,2005.
- KTI, *Karya Tulis Ilmiah UIN Datokarama Palu*,2023
- M.Nadrattuzaman Hosen dkk, *Materi Dakwa Ekonomi Syariah*, Jakarta: PKES (Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah), 2008
- Mappiare, Andi. *Psikologi orang dewasa*,surabaya: usaha nasional 1983.
- Masri Singarimbun, Effendi Sofyan. *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta 2006.
- Meri angraini, "*persepsi mahasiswa terhadap Bank Sariah Indonesia*" UIN Sulthann Thaha Saiuddin Jambi,2021.
- Muhammad Anim Musthofa and Mila FURSiana Salma Musfiroh, "Pengaruh Produk, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah," *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 2 (2022):.
- Muhammad Syafi'i, Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.2001.
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Cet. 1, Jakarta : Rajawali Pers, 2008

Fadel Mohamad, Syaifullah MS, Irham Pakawaru: Persepsi Bagi Hasil, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah Pada Generasi Z Berdasarkan Gender

- Nanang Martono, "Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder" edisi revisi 2, Cet V. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016
- Nurohman, Y.A. *Pengantar Manajemen: Penerapan Pada Industri Perbankan* (1st ed.). Gerbang Media Aksara, 2019
- P. Hellen, Chou. *Cyber Smart Parenting*. Jakarta: PT Visi Anugerah Indonesia, 2012.
- Putri, A.L. *Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk Pengembangan Ekonomi Syariah*. Republika, 2021
- Qurniawati, Rina Sari, Nurohman, Yulyan Arif, *persepsi nasabah generasi z pasca pengumuman merger bank syariah uin raden mas said surakarta*, jurnal, 2021.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 1996
- Sabran, Bob. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan Brealey, Myers, Marcus*. Amerika: Erlangga. 2006
- Singgih Santoso: 265, *pedoman pengambilan keputusan dalam uji paired t-test*, 2014
- Slameto. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta 1988
- Solmaz, Ozkan. *(the changing face of the employees-generation z and their perceptions of work)* 2015
- Spinks, G.S. *Psychology and Religion* London: Methuen and Company Ltd, 1963
- Sudana, I Made. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Erlangga. 2015
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019
- Sugiyono, *pada buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* tahun 2009
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta, 2018
- Sujarweni V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami* Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014
- Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2010
- T. Elizabeth, Santosa. *Raising Children in Digital Era*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015
- Untung, Budi. *Hukum Merger*. Yogyakarta: Andi Offset. 2019
- Virhani, Mohan Rifko. *Hukum Merger, Konsolidasi, Dan Akuisis Pada Industri Telekomunikasi (Perspektif Efektivitas Dan Efisiensi Pemanfaatan Spektrum Frekuensi Radio Pada Penyelenggara Jaringan Bergerak Seluler)*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2020
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset. 2010
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset. 2004