

**PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN, DAN
RELIGIUSITAS MAHASISWA TERHADAP MINAT PRODUK
BANK SYARIAH
(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Oleh :

OPPY DWI YATI

NIM. 19.21.0103

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2023**

**PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN, DAN
RELIGIUSITAS MAHASISWA TERHADAP MINAT PRODUK
BANK SYARIAH
(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Oleh :

OPPY DWI YATI

NIM. 19.21.0103

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2023

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Oppy Dwi Yati

NIM : 19210103

Program Studi : Akuntansi

Judul : Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Religiusitas
Mahasiswa Terhadap Minat Produk Bank Syariah
(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta)

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ekonomi,

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 22 November 2023

Tim Penguji

Ketua : Eko Triyanto, S.E., M.M

Anggota : Arif Nugroho Rachman, S.E., M.A

Tanda Tangan



Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.h.

NIDN. 0625127401

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Oppy Dwi Yati

NIM : 19210103

Program Studi : Akuntansi

Judul : Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Religiusitas Mahasiswa Terhadap Minat Produk Bank Syariah (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta)

Disetujui dan disahkan :

Pada Hari : Jumat

Tanggal : 30 Juni 2023

Pembimbing,



Eko Triyanto.,S.E., M.M

NIDN.0217048601

Mengetahui,
Ketua STIE Surakarta



Astuning Saharsini.,S.E.,M.Acc

NIDN.0606129102

Pernyataan Keaslian Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN, DAN RELIGIUSITAS MAHASISWA TERHADAP MINAT PRODUK BANK SYARIAH

(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta)

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diteberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 31 Mei 2023

Yang memberi Pernyataan



Oppy Dwi Yati

PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN, DAN RELIGIUSITAS MAHASISWA TERHADAP MINAT PRODUK BANK SYARIAH

(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta)

**Oppy Dwi Yati
19.21.0103**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan bagaimana pengaruh persepsi, pengetahuan, dan religiusitas mahasiswa akuntansi terhadap minat produk perbankan syariah. Permasalahan yang akan dibahas yaitu apakah variabel-variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat produk perbankan syariah. Penelitian ini di adakan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang berada di Jalan Slamet Riyadi Makam Haji 437 Surakaarta Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, sifat penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *probability sampling* dengan cara *Simple random sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 81 orang dari populasi mahasiswa akuntansi STIE Surakarta. Hasil penelitian diperoleh dengan melakukan uji instrumen dan uji hipotesis. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas serta uji hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f) menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh secara positif signifikan kepada mahasiswa akuntansi STIE Surakarta terhadap minat produk bank syariah. Sedangkan pengetahuan tidak berpengaruh kepada mahasiswa akuntansi STIE Surakarta terhadap minat produk bank syariah. Religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan kepada mahasiswa akuntansi STIE Surakarta terhadap minat produk bank syariah.

Kata Kunci: Persepsi, Pengetahuan, Religiusitas, Minat, Perbankan Syariah

**THE EFFECT OF STUDENT PERCEPTION, KNOWLEDGE, AND
RELIGIUSITY ON INTEREST IN SHARIA BANK PRODUCTS
(Empirical Study of Accounting Students at STIE Surakarta)**

**Oppy Dwi Yati
19.21.0103**

ABSTRACT

This research was conducted to find out the problem of how the influence of perception, knowledge, and religiosity of accounting students on interest in Islamic banking products. The problem to be discussed is whether these variables have a significant effect on interest in Islamic banking products. This research was held at the Surakarta College of Economics which is located at Jalan Slamet Riyadi Makam Haji 437 Surakarta. The data collection technique in this study used a questionnaire, the nature of this research was a quantitative research with a descriptive approach. The sampling technique in this study was probability sampling by means of simple random sampling. The sample in this study was 81 people from the STIE Surakarta accounting student population. The research results were obtained by conducting instrument tests and hypothesis testing. Instrument testing was carried out by validity and reliability tests and hypothesis testing was carried out by partial tests (t test) and simultaneous tests (f test) using SPSS version 25.

The results showed that perceptions had a positive and significant effect on accounting students at STIE Surakarta on interest in Islamic bank products. Meanwhile, knowledge has no effect on accounting students from STIE Surakarta on interest in Islamic bank products. Religiosity has a positive and significant effect on STIE Surakarta accounting students' interest in Islamic bank products.

Keywords: Perception, Knowledge, Religiosity, Interest, Islamic Banking

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

A. MOTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 5-6)

B. PERSEMBAHAN

1. Kedua Orang Tuaku
2. Kakakku Tercinta
3. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
4. Teman – Temanku Tersayang
5. Almamaterku Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis mengucapkan kepada kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Religiusitas Mahasiswa Terhadap Minat Produk Bank Syariah (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Stie Surakarta) ”. Adapun maksud dan tujuan penulisan proposal penelitian untuk skripsi ini adalah bagian dari salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya doa, usaha, bimbingan, dukungan dan semangat dari berbagai belah pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT , yang telah memberikan saya kemudahan dan kelancaran untuk menyelesaikan skripsi ini dari awal sampai akhir.
2. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.h. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Ibu Astuning Saharsini, S.E., M. Acc, selaku Ketua Prodi Strata 1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
4. Bapak Eko Triyanto S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran serta pengarahan penyusunan proposal penelitian untuk skripsi ini hingga selesai.
5. Kedua Orang Tua yang sealalu memberi semangat dukungan yang baik kepada saya.
6. Teman – teman yang ikut terlibat dan banyak memberikan semangat dan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna, dan masih banyak kekurangannya, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif yang dapat membantu penelitian ini kepada peneliti selanjutnya untuk dapat memberikan masukan – masukan berupa

kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Sukoharjo, 31 Mei 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'O' followed by 'Dwi' and 'Yati' in a cursive script.

Oppy Dwi Yati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Teori yang Relevan.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Pikir.....	29
D. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Objek Penelitian.....	34

B. Jenis dan Sumber Data.....	34
C. Populasi dan Sampel.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Definisi Operasional.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Deskripsi Obyek Penelitian.....	44
B. Deskripsi Responden.....	45
C. Analisis Data.....	46
D. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2 Definisi Operasional.....	38
Tabel 3 Perhitungan Tingkat Pengembalian Kuisisioner.....	45
Tabel 4 Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 5 Usia Responden	46
Tabel 6 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 8 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 10 Hasil Uji Multikolineritas	50
Tabel 11 Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 12 Perhitungan Uji t	52
Tabel 13 Perhitungan Uji f.....	53
Tabel 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Pie Nasabah Bank Syariah.....	2
Gambar 2 Kerangka Pikir.....	29

BAB I

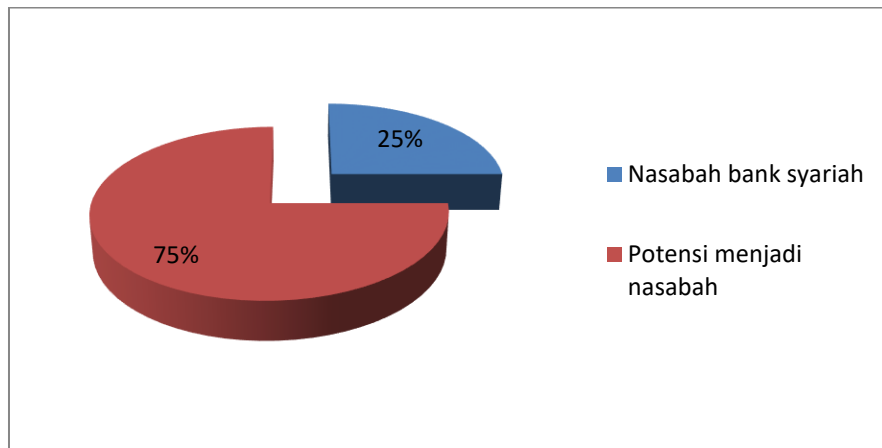
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pemeluk agama islam terbesar di dunia. Melihat fakta tersebut, Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dengan melibatkan pemerintah dan pengusaha Muslim mendirikan bank syariah pada tahun 1991. Prinsip-prinsip syariah tentunya diakomodasi dan disertakan dalam produk-produk yang disediakan bank syariah.

Bank syariah diciptakan sebagai salah satu penyelesaian alternatif terhadap permasalahan bunga bank dan riba. Bunga bank merupakan imbalan atas jasa yang diberikan oleh bank konvensional kepada nasabahnya. Sedangkan riba hukumnya haram dan merupakan tambahan baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam yang bertentangan dengan prinsip muamalah(Syafi, 2018).

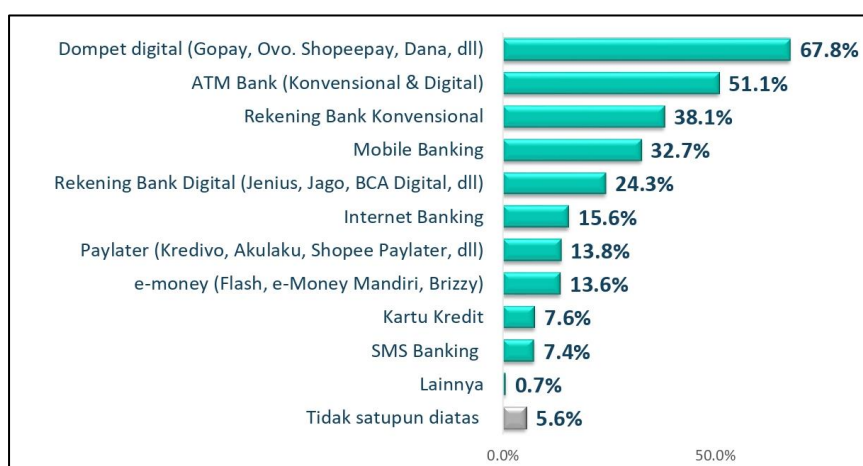
Bank syariah merupakan lembaga intermediet atau lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat. Bank syariah mempunyai peran yang sangat sentral karena dalam menghimpun dana harus seimbang dengan apa yang disalurkan. Penerapannya tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan, akan tetapi juga perlu memperhatikan minat menabung masyarakat (Kasmir, 2013).



Gambar 1 Diagram pie nasabah bank syariah

(CNN Indonesia, 2020)

Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau BSI Hery Gunardi mengatakan dari 180 juta penduduk muslim di Indonesia, baru 30,27 juta yang menjadi nasabah bank syariah per November 2020. Ini menandakan potensi pasar bank syariah besar dan belum tergarap seluruhnya. Henry menjelaskan Indonesia juga memiliki potensi dari sisi industri halal sebesar 6.564 triliun (CNN Indonesia, 2020).



Gambar 2 Produk perbankan & keuangan yang digunakan generasi Gen-Z

(Kata Data Insight Center, 2021)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Kata Data Insight Center terhadap 5.204 responden Gen-Z di Indonesia pada tahun 2021 mengemukakan bahwa generasi Gen-Z menggunakan dompet digital sebanyak 67,8%, ATM bank (konvensional & digital) sebanyak 51,1%, dan rekening bank konvensional sebanyak 38,1% . Perbankan syariah termasuk dalam baris tidak satupun diatas yaitu hanya sebanyak 5,6%.

Menurut Corey Seemiller dan Meghan Grace (2018) Gen-Z adalah generasi yang sangat beragam dan global serta dibentuk oleh perubahan sosial dan teknologi. Generasi Z yang juga dikenal sebagai iGen atau Centennials, umumnya didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Dari definisi tersebut maka mahasiswa saat ini termasuk dalam Generasi Z atau Gen-Z.

Pengaruh persepsi terhadap bank syariah dalam penelitian Nurul Fijri pada tahun 2021, menyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Sedangkan dalam penelitian Navidatul Ila pada tahun 2021, persepsi berpengaruh negatif terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.

Menurut Rahmawaty (2014) didapatkan fakta bahwa bahwa sikap dan perilaku berpengaruh pada minat memilih produk perbankan syariah, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman masyarakat terhadap bank syariah, terutama yang didominasi bank konvensional.

Minimnya pengetahuan terhadap bank syariah menjadikan masyarakat lebih memilih bank konvensional daripada bank syariah. Oleh karena itu,

sudah seharusnya mahasiswa memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah. Mengingat banyak ilmu yang telah mereka pelajari. Ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah diberikan kepada mahasiswa akuntansi STIES pada semester 5 (satu) dalam bentuk mata kuliah Akuntansi Syariah. Dalam mata kuliah tersebut terdapat pembahasan tentang definisi bank syariah, prinsip-prinsip dan akad dalam perbankan syariah, produk bank syariah, contoh bank syariah dan lain sebagainya.

Pengaruh pengetahuan terhadap minat produk bank syariah, dalam penelitian Navidatul Ila pada tahun 2021, berpengaruh positif namun tidak signifikan. Namun dalam penelitian Putri Hartini pada tahun 2019, pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat produk bank syariah.

Dalam penelitian Putri Hartini (2019) mengemukakan bahwa religiusitas mempengaruhi minat memilih produk bank syariah. Religiusitas yaitu nilai kerohanian seseorang dalam menjalankan syariat agama yang diyakininya. Semakin tinggi tingkat keimanan seseorang maka akan semakin tinggi pula kepatuhan dia terhadap agamanya. Hal tersebut juga berpengaruh pada aktivitas sehari-hari tak terkecuali dalam dunia perbankan.

Menurut Kiai Buchori dalam Madaninews.ID Jakarta menuturkan, riba itu hukumnya haram, sedangkan MUI telah mengeluarkan fatwa bahwa bunga bank konvensional itu haram. Allah SWT melarang riba terdapat dalam surat Al Baqarah ayat 275 dan 278-279, surat Ali Imran ayat 130, dan surat Ar Ruum ayat 39.

Sedangkan persepsi nasabah mengenai religiusitas perbankan syariah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *switching behavior* nasabah bank syariah. *Switching behavior* adalah suatu perilaku konsumen yang berganti penyedia layanan yang telah dipakai dengan penyedia yang lain.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut pengaruh persepsi, pengetahuan dan religiusitas masyarakat terhadap minat produk bank syariah mahasiswa akuntansi Sekolah Tinggi Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta). Karena mahasiswa merupakan salah satu sasaran menjadi nasabah. Oleh karena itu perlu dilakukan pengkajian terhadap minat mahasiswa terutama mahasiswa akuntansi terhadap produk bank syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam membangun minat menggunakan produk bank syariah.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN, DAN RELIGIUSITAS MAHASISWA TERHADAP MINAT PRODUK BANK SYARIAH (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari pemaparan diatas, maka penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi STIE Surakarta dalam memilih produk bank syariah?

2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi STIE Surakarta dalam memilih produk bank syariah?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi STIE Surakarta dalam memilih produk bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis menyampaikan beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat mahasiswa akuntansi STIE Surakarta dalam memilih produk bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa akuntansi STIE Surakarta dalam memilih produk bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa akuntansi STIE Surakarta dalam memilih produk bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan tentang perbankan syariah terutama tentang keunggulan produk perbankan syariah serta menjelaskan pengaruh persepsi, pengetahuan, dan religiusitas mahasiswa akuntansi terhadap minat produk bank syariah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan maupun bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan dan agar masyarakat lebih bisa menggunakan produk bank syariah.

BAB II

TINJAUAN PUSAKA

A. Teori Yang Relevan

1. *Locus Of Control*

Menurut Pendapat Rotter (1966) Menjelaskan bahwa *locus of control* adalah Tingkat sejauh mana seseorang mengharapkan bahwa penguatan atau hasil dari perilaku mereka tergantung pada penilaian mereka sendiri atau karakteristik pribadi.

Robbins & Judge (2008:138) menjelaskan bahwa *locus of control* merupakan tingkat dimana individu yakin bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri. Menurut Lefcourt (dalam Smet, 1994:181), *locus of control* mengacu pada derajat di mana individu memandang peristiwa-peristiwa dalam kehidupannya sebagai konsekuensi perbuatannya, dengan demikian dapat dikontrol (control internal), atau sebagai sesuatu yang tidak berhubungan dengan perilakunya sehingga di luar kontrol pribadinya (control eksternal).

Menurut Spector (1988) mengemukakan bahwa *Locus of control* didefinisikan sebagai kepercayaan umum bahwa keberhasilan dan kegagalan individu dikendalikan oleh perilaku individu (internal), atau mungkin, bahwa prestasi, kegagalan dan keberhasilan dikendalikan oleh kekuatan lain seperti kesempatan, keberuntungan dan nasib (eksternal).

Berdasarkan pengertian para peneliti yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwas *locus of control* adalah tingkat sejauh mana keyakinan yang dimiliki oleh individu terhadap sumber penyebab peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam kehidupannya dikendalikan oleh perilakunya dan penilaian dari diri sendiri (faktor internal). Sumber penyebab tersebut termasuk persepsi, pengetahuan, dan religiusitas seseorang.

2. Minat

a. Pengertian Minat

Minat adalah komponen internal dalam diri individu yang sangat berpengaruh terhadap tindakannya. Seorang individu akan merasa ingin bahkan perlu untuk melakukan sesuatu atau mendalami sesuatu jika muncul rasa tertarik dalam dirinya. Demikian pula yang dikemukakan oleh Slameto (2013) yaitu : “Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat dengan hubungan tersebut, semakin besar minat.”

Minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang atau gembira (Shaleh dan Wahab, 2004).

Sadirman (1990) mengatakan bahwa minat akan terlihat dengan baik jika mereka bisa menemukan objek yang disukai dengan tepat sasaran serta berkaitan langsung dengan keinginannya tersebut. Minat juga harus memiliki objek yang jelas untuk mempermudah kemana arahnya seseorang harus bersikap dan menuju objek yang tepat.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan atau ketertarikan terhadap suatu objek yang disertai dengan perasaan senang atau gembira.

b. Karakteristik Minat

Menurut Umar (2005) minat merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) Minat bersifat pribadi (Individual), ada perbedaan antara minat seseorang dengan orang lain
- 2) Minat menimbulkan efek deskriminatif
- 3) Minat erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi.
- 4) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari dan bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mood.

c. Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut Sunyato (2014) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

1) Faktor Psikologis

Faktor psikologis meliputi pengalaman belajar individu tentang kejadian dimasa lalu, serta pengaruh sikap dan keyakinan individu. Pengalaman belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman yang terjadi sebelumnya. Munculnya minat konsumen untuk melakukan pembiayaan sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajar. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi faktor psikologis adalah :

a) Motivasi

Perilaku seseorang dimulai dengan adanya suatu motif yang menggerakkan individu dalam mencapai tujuan konsumen.

b) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai suatu proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

2) Pembelajaran

Belajar dapat didefinisikan sebagai perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Perubahan perilaku tersebut bersifat tetap dan fleksibel dan hasil perubahan tersebut memberikan tanggapan tertentu untuk menginginkan sesuatu.

a) Faktor Pribadi

Persepsi dan pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk dipengaruhi oleh kepribadian konsumen. Oleh karena itu, pegawai pelayanan sangat penting dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Faktor pribadi yang dimaksud ini adalah konsep diri seseorang. Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri.

b) Faktor Sosial

Faktor sosial yang dimaksud adalah kelompok acuan. Dimana kelompok acuan adalah kelompok yang mampu mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Faktor sosial juga dapat disebabkan dari keluarga. Dalam keluarga, masing-masing anggota dapat berbuat hal yang berbeda dalam menginginkan sesuatu. Setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, perusahaan dalam mengidentifikasi minat konsumen harus mengetahui siapa pengambil inisiatif, atau siapa yang mempengaruhi keputusan untuk menginginkan kebutuhan dengan mengetahui peranan dari masing-masing.

3. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Menurut Sarwono (2009) persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi.

Persepsi berlangsung pada saat seseorang meniram stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Persepsi yaitu proses pencarian informasi untuk dipahami yang menggunakan alat pengindraan.

Sugihartono, dkk (2007: 8) berpendapat bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Suharman (2005: 23) menyatakan persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia. Terdapat tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.

Menurut Muchlas (2008) persepsi adalah proses kognitif atau proses pengetahuan yang kompleks yang dapat memberikan gambaran yang unik tentang dunia yang sangat berbeda dengan realitasnya, sehingga sering timbul anggapan yang berbeda terhadap obyek yang dilihat.

Dari definisi diatas dapat peneliti garis bawahi, persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk

menerjemahkan stimulus yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia dan akan mempengaruhi tindakan manusia tersebut.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Sarwono (2010) yaitu :

- 1) Perhatian, biasanya tidak menangkap seluruh rangsang yang ada disekitar kita sekaligus, tetapi memfokuskan perhatian pada satu atau dua objek saja. Perbedaan fokus perhatian antara satu dengan orang lain akan menyebabkan perbedaan persepsi.
- 2) Kesiapan mental seseorang terhadap rangsangan yang akan timbul.
- 3) Kebutuhan merupakan kebutuhan sesaat maupun menetap pada diri individu akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan persepsi bagi tiap individu.
- 4) Sistem nilai, yaitu sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat juga berpengaruh pula terhadap persepsi.
- 5) Tipe kepribadian, yaitu dimana pola kepribadian yang dimiliki oleh individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda. Sehubungan dengan itu maka proses terbentuknya persepsi dipengaruhi oleh diri seseorang persepsi antara satu orang dengan yang lain itu berbeda atau juga antara satu kelompok dengan kelompok lain.

4. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Menurut Kebung (2011) pengetahuan merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menuturkan hasil pengalaman seseorang tentang sesuatu. Dua unsur utama dalam rindakan mengetahui yaitu subjek yang mengetahui (S) dan sesuatu yang diketahui atau objek pengetahuan (O). Keduanya secara fenomenologis tidak mungkin dipisahkan satu dari yang lain. Karena itu pengetahuan dapat dikatakan sebagai hasil tahu manusia tentang sesuatu atau perbuatan manusia untuk memahami objek yang sedang dihadapi.

Notoadmojo (2002), mendefinisikan pengetahuan berupa ide atau hasil dari sebuah aktivitas/Prilaku manusia yang telah terjadi setelah penginderaan dari objek tertentu.

Menurut Bloom (1956), Pengetahuan adalah hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

Sumadi (1996) berpendapat bahwa pengetahuan merupakan kemampuan seseorang dalam mengingat fakta, simbol, proses, dan teori. Keraf (2001) menuturkan bahwasanya pengetahuan merupakan buah pikir, ide, gagasan, konsep, serta pemahaman manusia, yang

kemudian mengambil inisiatif untuk berbagi pengetahuan dengan berbagai metode.

Pengetahuan adalah bagian esensial dari eksistensi manusia, karena pengetahuan merupakan buah dan aktivitas berfikir yang dilakukan oleh manusia. Berfikir merupakan *diffensia* yang memisahkan manusia dari semua genus lainnya seperti hewan. Pengetahuan dapat berupa pengetahuan empiris dan rasional. Pengetahuan empiris menekankan pada pengalaman indrawi dan pengamatan atas segala fakta tertentu. Pengetahuan ini disebut juga pengetahuan yang bersifat a posteriori. Adapun pengetahuan rasional, adalah pengetahuan yang didasarkan pada budi pekerti, pengetahuan ini bersifat a priori yang tidak menekankan pada pengalaman melainkan hanya rasio semata (Octaviana dan Ramadhani, 2021).

b. Jenis Pengetahuan

Menurut Kebung (2011) pengetahuan dapat diklasifikasikan menjadi :

1) Berdasarkan Obyek (*Object-based*)

Pengetahuan manusia dapat dikelompokkan dalam berbagai macam sesuai dengan metode dan pendekatan yang mau digunakan (Kebung, 2011).

a) Pengetahuan Ilmiah

Semua hasil pemahaman manusia yang diperoleh dengan menggunakan metode ilmiah. Dalam metodologi ilmiah dapat kita

temukan berbagai kriteria dan sistematika yang dituntut untuk suatu pengetahuan. Karena itu pengetahuan ini dikenal sebagai pengetahuan yang lebih sempurna.

b) Pengetahuan Non Ilmiah

Pengetahuan yang diperoleh dengan menggunakan cara-cara yang tidak termasuk dalam kategori ilmiah. Kerap disebut juga dengan pengetahuan pra-ilmiah. Secara singkat dapat dikatakan bahwa pengetahuan non ilmiah adalah seluruh hasil pemahaman manusia tentang sesuatu atau obyek tertentu dalam kehidupan sehari-hari terutama apa yang ditangkap oleh indera-indera kita. Kerap juga terjadi perpaduan antara hasil pencerapan inderawi dengan hasil pemikiran secara akal. Juga persepsi atau intuisi akan kekuatan-kekuatan gaib. Dalam kaitan dengan ini pula kita mengenal pembagian pengetahuan inderawi (yang berasal dari panca indera manusia) dan pengetahuan akal (yang berasal dari pikiran manusia).

2) Berdasarkan Isi (*Content-Based*)

Berdasarkan isi atau pesan kita dapat membedakan pengetahuan atas beberapa macam yakni tahu bahwa, tahu bagaimana, tahu akan dan tahu mengapa (Kebung, 2011).

a) Tahu bahwa

Pengetahuan tentang informasi tertentu misalnya tahu bahwa sesuatu telah terjadi. Kita tahu bahwa fakta 1 dan fakta 2 itu

sesungguhnya benar. Pengetahuan ini disebut juga sebagai pengetahuan teoritis-ilmiah, walaupun tidak mendalam. Dasar pengetahuan ini ialah informasi tertentu yang akurat.

b) Tahu bagaimana

Misalnya bagaimana melakukan sesuatu (*know-how*). Ini berkaitan dengan ketrampilan atau keahlian membuat sesuatu. Sering juga dikenal dengan nama pengetahuan praktis, sesuatu yang memerlukan pemecahan, penerapan dan tindakan.

c) Tahu akan

Pengetahuan ini bersifat langsung melalui penganalan pribadi. Pengetahuan ini juga bersifat sangat spesifik berdasarkan pengenalan pribadi secara langsung akan obyek. Ciri pengetahuan ini ialah bahwa tingkatan obyektifitasnya tinggi. Namun juga apa yang dikenal pada obyek ditentukan oleh subyek dan sebab itu obyek yang sama dapat dikenal oleh dua subyek berbeda. Selain dari itu subyek juga mampu membuat penilaian tertentu atas obyeknya berdasarkan pengalamannya yang langsung atas obyek. Di sini keterlibatan pribadi subyek besar. Juga pengetahuan ini bersifat singular, yaitu berkaitan dengan barang atau obyek khusus yang dikenal secara pribadi.

d) Tahu mengapa

Pengetahuan ini didasarkan pada refleksi, abstraksi dan penjelasan. Tahu mengapa ini jauh lebih mendalam dari pada tahu

bahwa, karena tahu mengapa berkaitan dengan penjelasan (menerobos masuk di balik data yang ada secara kritis). Subyek berjalan lebih jauh dan kritis dengan mencari informasi yang lebih dalam dengan membuat refleksi lebih mendalam dan meneliti semua peristiwa yang berkaitan satu sama lain. Ini adalah model pengetahuan yang paling tinggi dan ilmiah.

c. Sumber Pengetahuan

Menurut Kebung (2011) ada enam hal penting sebagai alat untuk mengetahui terjadinya pengetahuan, yaitu :

1) Pengalaman Inderawi (*Sense–experience*)

Pengalaman inderawi dilihat sebagai sarana paling vital dalam memperoleh pengetahuan. Justru melalui indera-indera kita dapat berhubungan dengan berbagai macam objek di luar kita. Penekanan kuat pada kenyataan ini dikenal dengan nama realism (hanya kenyataan atau sesuatu yang sudah menjadi faktum dapat diketahui. Kesalahan bisa terjadi kalau ada ketidakharmonisan dalam semua peralatan inderawi

2) Penalaran (*Reasoning*)

Penalaran merupakan karya akal yang menggabungkan dua pemikiran atau lebih untuk memperoleh pengetahuan baru. Untuk itu amat perlu didalami asas-asas pemikiran seperti: *principium identitatis* atau asas kesamaan dalam arti sesuatu itu mesti sama dengan dirinya sendiri ($A=A$). *Principium contradictionis* atau asas

pertentangan. Apabila dua pendapat bertentangan, tidak mungkin keduanya benar dalam waktu yang bersamaan, atau pada subyek yang sama tidak mungkin terdapat dua predikat yang bertentangan pada satu waktu. Dan *principium tertii exclusi* (asas tidak ada kemungkinan ketiga). Pada dua pendapat yang berlawanan tidak mungkin keduanya benar dan salah. Kebenaran hanya terdapat pada satu di antara keduanya dan tidak perlu ada pendapat atau kemungkinan ketiga

Pengetahuan Rasional (*Rational Knowledge*) merupakan pengetahuan yang diperoleh dengan latihan rasio atau akal semata, tidak disertai dengan observasi terhadap peristiwa-peristiwa faktual. Contohnya adalah panas diukur dengan derajat panas, berat diukur dengan timbangan dan jauh diukur dengan materan.

3) Otoritas (*Authority*)

Otoritas adalah kewibawaan atau kekuasaan yang sah yang dimiliki seseorang dan diakui oleh kelompoknya. Ia dilihat sebagai salah satu sumber pengetahuan karena kelompoknya memiliki pengetahuan melalui seseorang yang memiliki kewibawaan dalam pengetahuannya. Karena itu pengetahuan ini tidak perlu diuji lagi karena kewibawaan orang itu

4) Intuisi (*Intution*)

Intuisi merupakan kemampuan yang ada dalam diri manusia (proses kejiwaan) untuk menangkap sesuatu atau membuat

pernyataan berupa pengetahuan. Pengetahuan Intuitif tidak dapat dibuktikan seketika atau lewat kenyataan karena tidak ada pengetahuan yang mendahuluinya. Lawan dari pengetahuan intuitif adalah pengetahuan diskursif. Pengetahuan ini tidak diperoleh secara langsung dan sekonyong-konyong, tetapi tergantung pada banyak aspek lain.

Pengetahuan Intuitif (*Intuitive Knowledge*) diperoleh manusia dari dalam dirinya sendiri, pada saat dia menghayati sesuatu. Untuk memperoleh intuitif yang tinggi, manusia harus berusaha melalui pemikiran dan perenungan yang konsisten terhadap suatu objek tertentu. Intuitif secara umum merupakan metode untuk memperoleh pengetahuan tidak berdasarkan penalaran rasio, pengalaman, dan pengamatan indera. Misalnya, pembahasan tentang keadilan. Pengertian adil akan berbeda tergantung akal manusia yang memahami. Adil mempunyai banyak definisi, disinilah intuisi berperan

5) Wahyu (*Relation*)

Wahyu adalah pengetahuan yang diperoleh dari ilahi lewat para nabi dan utusan-Nya demi kepentingan umat-Nya. Dasar pengetahuan adalah kepercayaan akan sesuatu yang disampaikan oleh sumber wahyu itu sendiri. Dari kepercayaan ini muncullah apa yang disebut keyakinan

Pengetahuan Wahyu (*Revealed Knowledge*) diperoleh manusia atas dasar wahyu yang diberikan oleh tuhan kepadanya. Pengetahuan wahyu bersifat eksternal, artinya pengetahuan tersebut berasal dari luar manusia. Pengetahuan wahyu lebih banyak menekankan pada kepercayaan.

6) Keyakinan (*Faith*)

Kepercayaan menghasilkan apa yang disebut iman atau keyakinan. Keyakinan itu mendasarkan diri pada ajaran-ajaran agama yang diungkapkan lewat norma-norma dan aturan-aturan agama. Keyakinan juga dilihat sebagai kemampuan kejiwaan yang merupakan pematangan dari kepercayaan. Kepercayaan pada umumnya bersifat dinamis dan mampu menyesuaikan diri dengan konteks, padahal keyakinan pada umumnya bersifat statis.

5. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Menurut Jalaluddin (2003) kata religi berasal dari bahasa latin *religio* yang akar katanya adalah *religare* yang berarti mengikat. Maksudnya religi atau agama pada umumnya terdapat aturan aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan yang semua itu berfungsi untuk mengikat dan mengutuhkan diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia dan alam sekitarnya.

Secara bahasa ada tiga istilah yang masing-masing kata tersebut memiliki perbedaan arti yakni religi, religiusitas dan religius. Rasmanah (2003) menjelaskan istilah tersebut dari bahasa Inggris. Religi berasal dari kata *religion* sebagai bentuk dari kata benda yang berarti agama atau kepercayaan akan adanya sesuatu kekuatan kodrati di atas manusia. Religiusitas berasal dari kata *religiosity* yang berarti keshalihan, pengabdian yang besar pada agama. Religiusitas berasal dari *religious* yang berkenaan dengan religi atau sifat religi yang melekat pada diri seseorang.

Chatters (2000). mengatakan bahwa religiusitas merupakan sebuah proses untuk mencari sebuah jalan kebenaran yang berhubungan dengan sesuatu yang sakral. Menurut Majid (1992) religiusitas adalah tingkah laku manusia yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan kepada kegaiban atau alam gaib, yaitu kenyataan-kenyataan supra-empiris. Manusia melakukan tindakan empiris sebagaimana layaknya tetapi manusia yang memiliki religiusitas meletakkan harga dan makna tindakan empirisnya dibawah supra-empiris.

Dari segi istilah religiusitas mempunyai makna yang berbeda dengan religi atau agama. Kalau agama menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Religiusitas biasanya diidentikkan dengan keberagamaan. Religiusitas dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh

pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam (Nashori dan Mucharam, 2002).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah sifat seseorang yang semak in mengikat, mengabdikan, dan mengutuhkannya diri kepada Tuhan dan terhadap agama atau kepercayaan yang terdapat aturan aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan dengan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya.

b. Dimensi-dimensi Religiusitas

Menurut Glock & Stark (1966) dimensi dimensi religiusitas terdiri dari lima macam yaitu :

1) Dimensi keyakinan

Merupakan dimensi ideologis yang memberikan gambaran sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatis dari agamanya. Dalam keberislaman, dimensi keyakinan menyangkut keyakinan keimanan kepada Allah, para Malaikat, Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.

2) Dimensi peribadatan atau praktek agama

Merupakan dimensi ritual, yakni sejauh mana seseorang

menjalankan kewajiban-kewajiban ritual agamanya, misalnya shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al-Qur'an, do'a, zikir dan lain-lain terutama bagi umat Islam.

3) Dimensi pengamalan atau konsekuensi

Menunjuk pada seberapa tingkatan seseorang berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerjasama, berderma, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, memaafkan, tidak mencuri, mematuhi norma-norma Islam dalam berperilaku seksual, berjuang untuk hidup sukses dalam Islam, dan sebagainya.

4) Dimensi pengetahuan

Menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya, sebagaimana termuat dalam kitab sucinya. Dalam Islam dimensi ini menyangkut pengetahuan tentang isi Al-Qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum-hukum Islam, sejarah Islam, dan sebagainya.

5) Dimensi penghayatan

Menunjuk pada seberapa jauh tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius. Dimensi ini terwujud dalam perasaan dekat atau akrab dengan Tuhan, perasaan do'a-do'anya sering terkabul, perasaan

tenteram bahagia, perasaan tawakal, perasaan khusuk ketika beribadah, dan sebagainya.

c. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thouless (2000) faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas yaitu:

1) Pengaruh Pendidikan dan Tekanan Sosial

Pendidikan, tradisi dan tekanan sosial berpengaruh terhadap religiusitas dari individu tersebut.

2) Faktor pengalaman

Faktor pengalaman dapat membentuk sikap keagamaan atau religiusitas dari individu. Pengalaman yang dimaksud adalah berkenaan dengan keindahan, konflik dan pengalaman emosional dari ritual keagamaan. Pengalaman spiritual tersebut, dapat berpengaruh terhadap perilaku individu dalam aspek religiusitasnya.

3) Faktor kebutuhan

Kebutuhan individu dibagi menjadi 4 jenis yaitu kebutuhan akan kasih sayang dan rasa aman, kebutuhan cinta dan kasih sayang, kebutuhan akan harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena ancaman kematian.

4) Faktor intelektual

Faktor intelektual berkenaan dengan proses penalaran dan rasionalisasi individu dalam menyikapi ajaran agama dan fenomena-fenomena yang terjadi di sekitarnya.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Religiusitas Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat Produk Bank Syariah sebagai berikut:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

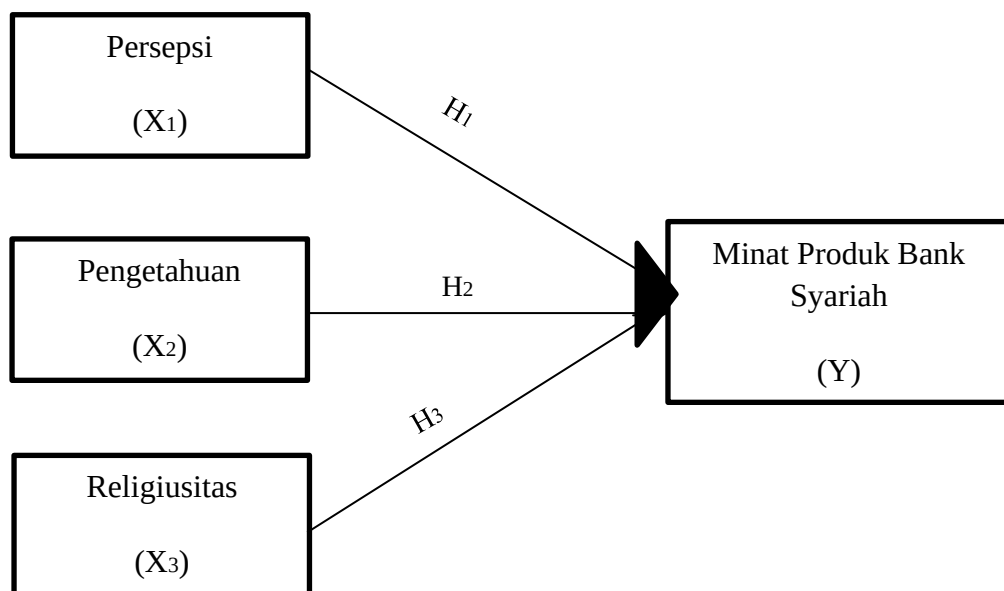
No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Putri hartini (2019)	Pengaruh pengetahuan dan religiusitas Terhadap minat santri memilih produk Perbankan syariah (studi pada pesantren di aceh besar)	Pengetahuan Santri (X ₁), Religiusitas Santri (X ₂), Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Y).	Secara simultan pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Kemudian secara parsial variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat sedangkan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah.
2	Navidatul ila (2021)	Analisis pengaruh pengetahuan, religiusitas dan Persepsi santri putri pondok pesantren aisyiyah imadul Bilad terhadap minat menjadi	Pengetahuan (X ₁), Religiusitas (X ₂), Persepsi (X ₃), Menjadi nasabah perbankan Syariah. (Y)	Secara parsial pengetahuan dan religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah, sedangkan persepsi berpengaruh

		nasabah Perbankan syariah		negatif terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah. Secara simultan pengetahuan, religiusitas dan persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.
3	Abdillah syekh assegaf (2021)	Pengaruh pengetahuan produk dan kepercayaan masyarakat Jakarta terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia	Pengetahuan (X ₁), Kepercayaan (X ₂), Minat menabung pada bank syariah Indonesia (Y)	Secara parsial dan simultan, pengetahuan produk dan kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan dalam mempengaruhi minat menabung pada Bank Syariah Indonesia.
4	Nuril fijriah (2021)	Pengaruh persepsi terhadap minat mahasiswa Menabung di bank syariah.	Persepsi (X), Minat Menabung (Y).	Berdasarkan hasil uji R ² , 69,2% variabel persepsi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) mahasiswa menabung di bank syariah.
5	Vino Aurefanda (2019)	Pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah.	Pengetahuan (X), Minat menabung di bank syariah (Y).	Persentase pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah sebesar 53,2% adapun sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak

				termasuk dalam penelitian ini.
6	Gina Anggreini S (2019)	Analisis persepsi mahasiswa terhadap minat menabung di perbankan syariah	Persepsi (x), Minat menabung di bank syariah (y).	Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah.
7	Safa'atul Abrori (2020)	Pengaruh pengetahuan fasilitas dan religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial kabupaten sukoharjo di bank syariah	Pengetahuan fasilitas (X1), Religiusitas (X2), Minat menabung (Y).	Pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan nilai probabilitas sebesar 0,187. Religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai probabilitas sebesar 0,015.

C. Kerangka Pikir

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, diperlukan adanya pemikiran yang menjadi landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran atas penelitian tersebut (Nuril, 2021). Kerangka pikir dalam penelitian ini adalah :



Gambar 2 Kerangka Pikir

Keterangan :

1. Variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu, persepsi (X_1), pengetahuan (X_2), religiusitas (X_3).
2. Variabel terikat yaitu variabel terikat yang dipengaruhi oleh sebab akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu, minat produk bank syariah (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya atau jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian dalam perumusan masalah. Dikatakan sementara karena merupakan jawaban yang berdasarkan teori, artinya masih perlu dilakukan pengujian secara empirik (Sugiyono, 2012).

Sehubungan dengan penelitian ini maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi terhadap minat produk bank syariah

Persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan (Rakhmat, 2017).

Berdasarkan TRA (*Teory Of Reasoned Action*) dapat dikatakan bahwa apabila seorang nasabah mempunyai persepsi yang baik dan berpikir baik

tentang bank syariah tersebut, dengan begitu tidak menutup kemungkinan akan menarik minat untuk memilih produk bank syariah.

Dalam penelitian Gina Anggreini S (2019) tentang pengaruh persepsi terhadap menabung di bank syariah menyatakan bahwa variabel persepsi tentang bank syariah (X) sangat menentukan variabel minat menabung di perbankan syariah (Y). Hal tersebut terbukti dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yang mana diketahui bahwa variabel bebas (Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah) mempengaruhi variabel terikat (Minat Menabung di Perbankan Syariah). Menabung merupakan salah satu produk dari bank syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Persepsi mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi STIE Surakarta memilih produk bank syariah.

2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat produk bank syariah

Menurut Kotler (2012) seseorang yang telah mempunyai informasi berupa pengetahuan tentang bank syariah berarti telah mengenal bank syariah baik secara langsung maupun tidak langsung. Seseorang yang telah mengetahui bank syariah berkemungkinan besar akan menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Abdillah syekh assegaf (2021), menunjukkan bahwa Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung pada Bank Syariah

Indonesia. Hal ini mengacu pada item pertanyaan yang diajukan bahwa item yang paling berpengaruh yaitu nasabah mengetahui sistem bagaimana cara menabung di Bank Syariah Indonesia. Maka dapat disusun hipotesis :

H₂ : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi STIE Surakarta memilih produk bank syariah.

3. Pengaruh religiusitas terhadap minat produk bank syariah

Menurut Mujaddid & Nugroho (2019) Religiusitas merupakan tingkat keyakinan, kepercayaan, dan kesalehan seseorang dalam menjalani syariat agama. Religiusitas diwujudkan kedalam berbagai aspek kehidupan termasuk aspek ekonomi. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berkaitan dengan kegiatan muamalah.

Bank syariah diciptakan sebagai salah satu penyelesaian alternatif terhadap permasalahan bunga bank dan riba. Bunga bank merupakan imbalan atas jasa yang diberikan oleh bank konvensional kepada nasabahnya. Sedangkan riba hukumnya haram (dilarang) dan merupakan tambahan baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam (Syafi, 2018).

Semakin tinggi tingkat keimanan seseorang maka akan semakin tinggi pula kepatuhan dia terhadap agamanya dan menjauhi larangannya. Hal tersebut juga mempengaruhi pada aktivitas sehari-hari tak terkecuali dalam dunia perbankan bagi para mahasiswa. Semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin berpengaruh terhadap minat dalam memilih produk perbankan syariah (Hartini 2019).

Hasil penelitian Putri hartini (2019), menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat memilih produk perbankan syariah secara signifikan. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi STIE Surakarta memilih produk bank syariah