

SKRIPSI

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM
DAN LAYANAN KARYAWAN TERHADAP
MINAT MENABUNG SISWA SMK DARUSSALAM
BLOKAGUNG PADA USPPS AUSATH BLOKAGUNG**



Oleh:

Ahmad Abdul Hak

NIM: 2113211026

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT (UIMSYA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2025**



PRASYARAT GELAR

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN LAYANAN KARYAWAN TERHADAP MINAT MENABUNG SISWA SMK DARUSSALAM BLOKAGUNG PADA USPPS AUSATH BLOKAGUNG

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSya) Blokagung Banyuwangi
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Ahmad Abdul Hak
NIM: 2113211026

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT (UIMSya)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Dengan Judul:

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM
DAN LAYANAN KARYAWAN TERHADAP
MINAT MENABUNG SISWA SMK DARUSSALAM
BLOKAGUNG PADA USPPS AUSATH BLOKAGUNG**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal: 20 Juli 2025

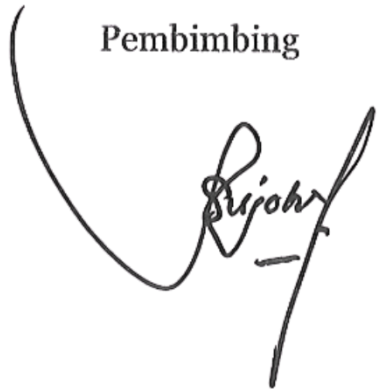
Mengetahui,

Ketua Program Studi
Perbankan Syari'ah



Imam Khusnudin, S.E., M.M.
NIPY: 3151602078501

Pembimbing



Drs. Edy Sujoko, M.H.
NIPY: 3150514096301

PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi saudara **Ahmad Abdul Hak** telah di Munaqosah Kepada
Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas KH. Mukhtar Syafa'at (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi

Pada tanggal : 20 Juli 2025

Dan Telah Diterima Serta Disahkan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Tim Penguji:

Ketua



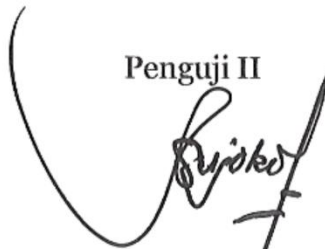
Indana Almas Azhar, M.Pd.
NIPY. 3152119089401

Penguji I



Imam Muslih, A.Md., S.E., M.E.
NIPY: 3152308129201

Penguji II



Drs. Edy Sujoko, M.H.
NIPY: 3150514096301

Dekan



Dr. Hj. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, S.E., M.H., M.M., CRP.
NIPY. 3150425027901

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Mimpi, usaha, dan doa adalah kombinasi yang tak pernah gagal.”

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, dan kemudahan dalam setiap langkah. Tanpa pertolongan dan ridha-Nya, perjuangan ini tidak akan sampai di titik ini.

1. Untuk Bapak dan Ibu tercinta, terima kasih atas setiap doa, dukungan, dan pengorbanan yang tak terhitung. Kalian adalah alasan terbesar saya terus berjuang, bahkan saat semangat mulai goyah. Apa yang saya capai hari ini adalah buah dari kesabaran dan keikhlasan kalian.
2. Untuk para masyayikh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, terima kasih atas segala bimbingan, doa, dan ilmu yang telah diberikan. Semoga setiap nasihat yang pernah disampaikan menjadi pegangan hidup saya, dunia dan akhirat.
3. Untuk kakak laki-laki saya, sosok yang menjadi panutan dan tempat bersandar. Terima kasih atas dorongan dan keteladanan yang secara tidak langsung selalu menguatkan langkah saya dalam menempuh pendidikan ini.
4. Untuk saudara, teman, sahabat seperjuangan, dan semua yang selalu bertanya, “Kapan sidang? Kapan selesai? Kapan wisuda?”. Terima kasih atas perhatian, dorongan, dan candaan kalian yang tanpa disadari jadi penyemangat tersendiri untuk menuntaskan skripsi ini.

Perjalanan ini tidak mudah, tapi saya bersyukur bisa menjalaninya bersama orang-orang yang luar biasa. Semoga langkah ini menjadi awal untuk terus belajar dan bermanfaat bagi banyak orang.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : Ahmad Abdul Hak
NIM : 2113211026
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat Lengkap : Blokagung, RT. 03, RW. 04 Desa Karangdoro
Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi
Provinsi Jawa Timur

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi, 20 Juli 2025

Yang Menyatakan,



Ahmad Abdul Hak
NIM : 2113211026

ABSTRAK

Ahmad Abdul Hak. 2025. Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan terhadap Minat Menabung Siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung. Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi.
Pembimbing: Drs. Edy Sujoko, M.H.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam; Layanan Karyawan; Minat Menabung*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peningkatan minat menabung siswa melalui pendekatan etika bisnis Islam dan layanan karyawan yang optimal. Etika bisnis Islam berperan dalam membentuk kepercayaan dan nilai-nilai syariah dalam transaksi keuangan, sementara layanan karyawan yang berkualitas mampu menciptakan pengalaman positif dan loyalitas siswa terhadap lembaga keuangan syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Etika Bisnis Islam (X_1) dan Layanan Karyawan (X_2) terhadap Minat Menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif jenis asosiatif. Data dikumpulkan melalui angket kepada 93 siswa, ditentukan dengan rumus Slovin. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan uji parsial (t), simultan (F), dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Etika Bisnis Islam berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Minat Menabung siswa, dengan nilai $t = -0,227$ dan signifikansi $0,821 (> 0,05)$; 2) Layanan Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung siswa, ditunjukkan oleh nilai $t = 30,940$ dan signifikansi $0,000 (< 0,05)$; 3) Secara simultan, Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung siswa, dengan nilai $F = 484,334$ dan signifikansi $0,000 (< 0,05)$, serta koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,915$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan dan penerapan nilai-nilai syariah, maka semakin besar potensi peningkatan minat menabung siswa.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung siswa tetapi tidak signifikan. Sementara itu, Layanan Karyawan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan pengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar $91,5\%$. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan dan penerapan nilai-nilai syariah dapat mendorong peningkatan minat menabung siswa.

ABSTRACT

Ahmad Abdul Hak. 2025. The Influence of Islamic Business Ethics and Employee Service on the Saving Interest of Students of SMK Darussalam Blokagung at USPPS Ausath Blokagung. Thesis. Islamic Banking Study Program. Faculty of Islamic Economics and Business. Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi. Supervisor: Drs. Edy Sujoko, M.H.

Keywords: *Islamic Business Ethics; Employee Services; Interest in Saving*

This research is motivated by the importance of increasing students' interest in saving through an approach to Islamic business ethics and optimal employee service. Islamic business ethics play a role in shaping sharia trust and values in financial transactions, while quality employee service is able to create a positive experience and students' loyalty to Islamic financial institutions.

This study aims to determine the influence of Islamic Business Ethics (X1) and Employee Service (X2) on the Saving Interest (Y) of students of SMK Darussalam Blokagung at USPPS Ausath Blokagung. The research uses an associative type quantitative approach. Data was collected through a questionnaire to 93 students, determined by the Slovin formula. The data analysis technique used multiple linear regression with partial (t), simultaneous (F), and coefficient of determination (R^2) tests.

The results of the study showed that: 1) Islamic Business Ethics had an effect but was not significant on students' Interest in Savings, with a value of $t = -0.227$ and a significance of $0.821 (> 0.05)$; 2) Employee Service has a positive and significant effect on students' Interest in Savings, shown by the value of $t = 30.940$ and the significance of $0.000 (< 0.05)$; 3) Simultaneously, Islamic Business Ethics and Employee Service had a significant effect on students' Interest in Savings, with a value of $F = 484.334$ and a significance of $0.000 (< 0.05)$, and a coefficient of determination (R^2) of 0.915 . These findings indicate that the higher the quality of services and the application of sharia values, the greater the potential for an increase in students' interest in saving.

This study shows that Islamic Business Ethics has an influence on students' Interest in Saving but is not significant. Meanwhile, Employee Services has been proven to have a positive and significant effect on Interest in Savings. Simultaneously, these two variables have a significant influence with a contribution of 91.5% . These findings confirm that improving service quality and the application of sharia values can encourage an increase in students' interest in saving.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَا بِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala puji pada Allah SWT., atas limpahan rahmatnya penelitian dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Siswa SMK Darussalam Blokagung Pada USPPS Ausath Blokagung.” ini bisa terselesaikan dengan baik semata karena rahmat, ridho dan kasih-Nya. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan bagi umatnya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, penelitian ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada:

1. Pengasuh pondok pesantren Darussalam Blokagung KH. Ahmad Hisyam Syafa’at, S. Sos. I., MH.
2. Dr. KH. Abdul Kholiq Syafa’at, M.A. selaku Ketua Senat Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi.
3. Dr. KH. Ahmad Munib Syafa’at, Lc., M.E.I. selaku Rektor Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi.
4. Dr. Hj. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, S.E., M.H., MM, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Imam Khusnudin, S.E., M.M selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah.
6. Bapak Drs. Edy Sujoko, M.H. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
7. Kepada Bapak, Ibu dan kakak saya yang selalu memberi semangat dan dukungan hingga berada ditahap ini yang sudah menjadi rumah ternyaman bagi saya terima kasih sudah mendidik dan membimbing saya menjadi orang hebat sampai detik ini.
8. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan psy 21 yang selalu memberikan semangat dan dorongan agar tidak mudah menyerah
9. Terima kasih kepada Seluruh Dosen Universitas Kh. Mukhtar Syafa’at Blokagung dan guru-guru SMK Darussalam Blokagung yang telah membimbing, mendukung, dan memberikan inspirasi selama proses pembelajaran saya.
10. Terima kasih kepada seluruh siswa-siswi SMK Darussalam Blokagung yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini, berbagi semangat, tawa, dan kebersamaan yang meringankan setiap langkah dalam proses belajar.

11. Terima kasih kepada diri saya sendiri atas keteguhan dan usaha yang telah dilalui sejauh ini. Di tengah lelah fisik, tekanan mental, dan kondisi yang tidak selalu stabil, saya tetap memilih untuk bertahan dan melangkah maju. Terima kasih telah kuat sejauh ini.
12. Terima kasih kepada semua pihak yang telah menyediakan fasilitas yang mendukung proses penyusunan proposal ini, seperti Lab Akuntansi dan Ruang Kantor SMK Darussalam Blokagung yang menjadi tempat belajar dan diskusi, rumah teman-teman yang selalu terbuka untuk bertukar pikiran, café sekitar blokagung yang memberi suasana tenang untuk menyusun ide, serta Perpustakaan Asy-Syafa'ah yang menjadi tempat singgah penuh inspirasi.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do'a kepada Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih, semoga kebaikan beliau semua mendapat balasan dari-Nya. Demikian juga dengan proposal ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kekhilafan dalam penulisan proposal ini penulis mohon maaf sebagai insan yang dhoif. Akhirnya kepada *Allah Azza Wa Jalla*, penulis kembalikan segala sesuatunya dengan harapan semoga proposal ini tersusun dengan ridho-Nya serta dapat memberikan manfaat. *Amin Ya Robbal 'Alamin.*

Banyuwangi, 20 Juli 2025



Ahmad Abdul Hak

NIM : 2113211026

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	
Halaman Sampul Dalam	i
Prasyaratan Gelar	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Motto Dan Persembahan.....	v
Pernyataan Keaslian Skripsi	vi
Abstrak.....	vii
Abstract.....	viii
Kata Pengantar	xix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Pedoman Transliterasi Arab-Latin.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Batasan Penelitian	6
1.6 Definisi Operasional	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Lembaga Keuangan Non Bank	8
2.1.2 Etika Bisnis Islam.....	14
2.1.3 Layanan Karyawan	19
2.1.4 Minat Menabung.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Hipotesis Penelitian	35

BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian	37
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	38
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.5 Variabel Penelitian	40
3.6 Uji Validitas Reliabilitas Dan Normalitas	42
3.7 Data dan Sumber Data	42
3.8 Teknik Pengumpulan Data	43
3.9 Teknik Analisis Data.....	45
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 47
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Lokasi Penelitian.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden.....	50
4.2 Analisis Data	52
4.3 Pembahasan	61
 BAB V KESIMPULAN.....	 70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas X1	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas X2.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Y.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabel	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefesienregresi	58
Tabel 4.12 Hasil Uji ANOVA.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 3.1 Desain Penelitian	35
Gambar 4.1 Bagan Pai Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4.2 Bagan Pai Responden Berdasarkan Kelas	49
Gambar 4.3 Bagan Pai Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Normalitas
- Lampiran 4 : T Tabel Untuk Alpha 5%
- Lampiran 5 : F Tabel Untuk Alpha 5%
- Lampiran 6 : R Tabel untuk Signifikan 5% dan 1%
- Lampiran 7 : Kartu Bimbingan
- Lampiran 8 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 9 : Dokumentasi Kegiatan/
- Lampiran 10 : Plagiarism Originality Report
- Lampiran 11 : Pengesahan Revisi Ujian Skripsi
- Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas ekonomi masyarakat yang terus berkembang mendorong kebutuhan akan lembaga yang dapat mengelola dana yang dimiliki oleh individu maupun kelompok. Dari sinilah muncul berbagai lembaga keuangan. Lembaga keuangan dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu lembaga keuangan bank dan non-bank. Keduanya memiliki fungsi yang serupa sebagai perantara keuangan antara pihak yang memiliki kelebihan dana (surplus) dan pihak yang membutuhkan dana (defisit). Dalam sistem ekonomi Indonesia, lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting. Hampir semua aspek yang berkaitan dengan transaksi keuangan memerlukan layanan dari lembaga ini. Oleh karena itu, keberadaan lembaga keuangan akan selalu diperlukan, baik saat ini maupun di masa depan, dalam menjalankan aktivitas finansial, baik secara individu maupun dalam konteks bisnis.

Lembaga keuangan berfungsi untuk mengumpulkan dana dan menyalurkan modal kepada masyarakat, khususnya dalam pembiayaan investasi usaha. Di sisi lain, lembaga keuangan syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan dan transparansi dalam setiap transaksi (Hassan & Ali, 2021). Dalam era globalisasi, perkembangan lembaga keuangan syariah semakin pesat, dengan tujuan untuk menyediakan alternatif sistem simpan pinjam yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Pemasaran syariah memiliki peran penting dalam menarik minat nasabah, termasuk siswa, untuk menabung. Proses pemasaran ini harus mematuhi prinsip-prinsip Mu'amalah Islam, yang menekankan kejujuran dan etika dalam setiap interaksi (Sari & Rahman, 2022). Oleh karena itu, etika bisnis Islam menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan dan hubungan yang baik antara lembaga keuangan syariah dan nasabah.

Penelitian oleh (Fitriani dan Sari, 2021) menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam lembaga keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah. Selain itu, layanan karyawan yang ramah dan profesional juga berkontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan minat mereka untuk menabung. Hal ini sejalan dengan temuan oleh (Prabowo dan Hidayah, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas

layanan karyawan berpengaruh langsung terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga keuangan syariah.

Dengan demikian, untuk meningkatkan minat menabung siswa SMK Darussalam Blokagung Pada USPPS Ausath Blokagung, penting bagi lembaga keuangan syariah untuk menerapkan etika bisnis yang kuat dan memberikan layanan yang berkualitas. Ini akan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara lembaga keuangan dan nasabah, serta mendorong siswa untuk menabung.

Etika bisnis Islam merupakan landasan penting dalam operasional lembaga keuangan syariah yang tidak hanya menekankan aspek profit, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan keadilan sesuai dengan prinsip Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam konteks pembangunan ekonomi umat, etika bisnis Islam berfungsi sebagai pedoman utama dalam menciptakan hubungan transaksi yang transparan, jujur, dan saling menguntungkan antara penyedia layanan keuangan dan nasabah. Studi terbaru oleh (Hassan dan Ali, 2021) menegaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam lembaga keuangan syariah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah, khususnya generasi muda, sehingga berpengaruh positif terhadap minat mereka dalam menyimpan dan menabung. Kepercayaan yang dibangun melalui implementasi etika bisnis ini menciptakan rasa aman dan kenyamanan bagi siswa SMK yang menjadi sasaran dalam kegiatan penarikan tabungan di USPPS Ausath Blokagung. Oleh karena itu, penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam menjadi faktor fundamental dalam upaya memotivasi minat menabung siswa sebagai langkah awal pembentukan budaya ekonomi yang sehat dan berkelanjutan.

Selain etika bisnis Islam, kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan lembaga keuangan juga memegang peranan vital dalam menentukan minat menabung siswa. Layanan yang diberikan oleh staf yang ramah, profesional, dan responsif mampu menciptakan pengalaman positif bagi nasabah muda yang mungkin baru pertama kali terlibat dalam produk tabungan. Penelitian yang dilakukan oleh (Sari dan Rahman, 2022) mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa layanan karyawan yang baik, berupa perhatian personal, kecepatan respons layanan, serta kemampuan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami, dapat meningkatkan rasa percaya siswa terhadap institusi keuangan syariah. Dengan demikian, layanan yang berorientasi pada pelanggan tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga mendorong siswa untuk lebih aktif dalam menabung dan mengelola keuangan pribadi mereka secara mandiri.

Dalam konteks lingkungan SMK Darussalam Blokagung, layanan karyawan yang berkualitas dan penerapan etika bisnis Islam berkontribusi langsung terhadap pembentukan kesadaran dan minat menabung siswa. Sebagaimana dikemukakan oleh (Fitriani dan Sari, 2021), siswa yang memperoleh layanan informasi dan edukasi keuangan syariah secara kontinu melalui interaksi yang baik dengan karyawan lembaga cenderung memiliki motivasi dan komitmen yang lebih tinggi untuk menabung. Proses pendidikan dan pelayanan yang terintegrasi di USPPS Ausath Blokagung ini mempermudah siswa dalam memahami manfaat tabungan syariah sebagai instrumen keuangan yang sesuai dengan keyakinan mereka. Hal ini turut menciptakan pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku menabung di kalangan siswa, sehingga dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam kegiatan ekonomi berbasis syariah.

Minat menabung siswa juga dipengaruhi oleh berbagai faktor dinamis, seperti perubahan sosial, ekonomi, dan budaya yang terjadi di lingkungan mereka. Oleh karena itu, lembaga keuangan yang bergerak di bidang syariah harus mampu menyesuaikan produk dan layanan mereka agar selaras dengan kebutuhan dan harapan siswa dan masyarakat sekitar. (Prabowo dan Hidayah, 2023) menambah bahwa peningkatan kualitas layanan karyawan, antara lain melalui pelatihan, pengembangan kompetensi, dan komunikasi aktif dengan nasabah, terbukti mampu meningkatkan loyalitas dan minat menabung. Karyawan bukan sekadar penyedia jasa, tetapi juga berperan sebagai mediator dan edukator yang membawa nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik keseharian, sehingga minat menabung dapat lebih terjaga dan berkembang secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, keseluruhan sistem pelayanan di USPPS Ausath Blokagung yang mengedepankan etika bisnis Islam dan kualitas layanan karyawan yang prima merupakan kunci utama untuk mendorong minat menabung siswa SMK Darussalam Blokagung. Pendekatan yang holistik dan berkelanjutan ini tidak hanya menghasilkan peningkatan minat menabung, tetapi juga ikut membangun karakter dan kesadaran keuangan siswa agar lebih siap dalam menghadapi tantangan ekonomi di masa depan. Implementasi etika bisnis yang kokoh dan pelayanan yang memuaskan akan membentuk fondasi yang kuat bagi perkembangan budaya menabung dalam kalangan generasi muda, sekaligus menguatkan peran lembaga keuangan syariah sebagai mitra strategis dalam pembangunan ekonomi umat.

Anjuran menabung dalam Islam telah dijelaskan dalam Al-Quran, konsep menabung dapat dipahami dari ayat-ayat Al-Quran yang menganjurkan kita untuk menabung secara eksplisit dan implisit, seperti yang tertulis dalam surah Al isra ayat 26-27 sebagai berikut:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

Artinya:

“Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan sangat ingkar kepada Tuhannya”. (Q.S Al Isra ayat 26-27)

Penulis memilih judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan terhadap Minat Menabung Siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung” karena tema ini dinilai relevan dan menarik untuk diteliti dalam konteks lingkungan sekolah berbasis pesantren yang kental dengan nilai-nilai Islam. Keunikan dari judul ini terletak pada fokusnya yang menggabungkan dua aspek penting dalam pengelolaan lembaga keuangan syariah, yaitu etika bisnis Islam dan kualitas layanan karyawan, yang belum banyak dikaji secara khusus dalam lingkup pelajar SMK. Selain itu, USPPS Ausath merupakan lembaga keuangan syariah lokal yang langsung bersentuhan dengan aktivitas siswa sehari-hari, sehingga sangat tepat untuk dijadikan objek kajian. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat menabung siswa sekaligus memperkuat pemahaman mereka terhadap ekonomi Islam secara praktis dan aplikatif. Berdasarkan pemikiran tersebut maka pemikiran tersebut diberi judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Siswa SMK Darussalam Blokagung Pada USPPS Ausath Blokagung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah etika bisnis Islam (X₁) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung di USPPS Ausath Blokagung?
2. Apakah layanan karyawan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung di USPPS Ausath Blokagung?
3. Apakah etika bisnis Islam (X₁) dan layanan karyawan (X₂) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung di USPPS Ausath Blokagung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan etika bisnis Islam (X1) terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung di USPPS Ausath Blokagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan layanan karyawan (X2) terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung di USPPS Ausath Blokagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan secara simultan antara etika bisnis Islam (X1) dan layanan karyawan (X2) terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung di USPPS Ausath Blokagung

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat mengembangkan ilmu ekonomi Syariah secara lebih mendalam dan juga mengembangkan ilmu yang terkait dengan minat menabung yang dipengaruhi oleh etika bisnis islan dan layanan karyawan itu sendiri.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat dari hasil penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi USPPS Ausath Blokagung, Siswa SMK Darussalam dan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi USPPS Ausath dalam meningkatkan penerapan etika bisnis Islam serta kualitas layanan karyawan, sehingga dapat menarik minat lebih banyak siswa SMK Darussalam Blokagung untuk menabung dan memperkuat posisi lembaga dalam persaingan dengan institusi keuangan lainnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi siswa SMK Darussalam sebagai sumber wawasan untuk memahami pentingnya etika bisnis dan kualitas layanan dalam mempengaruhi minat menabung, sehingga mereka terdorong untuk memanfaatkan produk tabungan yang ditawarkan USPPS Ausath. Lebih luas lagi, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi masyarakat, khususnya umat Islam, untuk mengenal dan meningkatkan kesadaran akan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan keuangan serta ikut berperan dalam pengembangan produk tabungan sesuai prinsip syariah.

2. Bagi Universitas

Dengan adanya penelitian ini diharapkan karya yang dapat dijadikan sebagai referensi pembelajaran terkait dengan kurikulum maupun tambahan informasi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH Mukhtar Syafaat (UIMSYA) yang akan menyusun tugas akhir. Khususnya yang bersentuhan dengan pengaruh etika bisnis islam dan layanan karyawan terhadap minat menabung siswa smk darussalam blokagung di uspps ausath blokagung yang seharusnya dapat diaplikasikan dengan referensi buku-buku ilmiah.

3. Bagi mahasiswa

Diharapkan hasil dari penulisan ini sebagai pembelajaran yang tidak pernah di dapat selama dibangku perkuliahan sekaligus sebagai pengalaman untuk kedepan dan dapat digunakan sebagai bahan informan atau sebagai bacaan mengenai penelitian pengaruh etika bisnis islam dan layanan karyawan terhadap minat menabung.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini tidak melebar dan tetap fokus pada pokok permasalahan, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini hanya pada siswa SMK Darussalam Blokagung kelas 10, 11, dan 12, baik putra maupun putri, jurusan akuntansi dan keuangan lembaga. Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji pengaruh etika bisnis Islam dan layanan karyawan terhadap minat menabung siswa, dengan lokasi penelitian terbatas pada USPPS Ausath Blokagung. Waktu pelaksanaan penelitian berada pada semester genap tahun ajaran 2024/2025. Adapun variabel-variabel lain di luar etika bisnis Islam, layanan karyawan, dan minat menabung tidak menjadi bagian dari kajian dalam penelitian ini.

1.6 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merujuk pada atribut, sifat, atau karakteristik dari suatu individu, objek, atau aktivitas yang dapat diamati dan diukur, serta memiliki nilai yang bervariasi, yang kemudian ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulan (Sekaran & Bougie, 2022). Definisi operasional juga disebut sebagai sebuah pengertian atau penegasan dari penelitian yang sesuai dengan judul yang diteliti “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung”.

Sesuai dengan definisi operasional tersebut maka definisi variable sebagai berikut:

1. Etika Bisnis Islam (X1)

Etika Bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral yang mengatur aktivitas bisnis berdasarkan ajaran Islam, mencakup kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, dan transparansi. Etika ini menekankan integritas dalam transaksi, menghindari praktik yang merugikan, serta mendorong terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan masyarakat. Nilai-nilai ini juga bertujuan menciptakan iklim bisnis yang sehat dan sesuai dengan prinsip syariah. Sebagaimana ditegaskan oleh Rahman dan Sari (2021), setiap praktik bisnis harus mencerminkan nilai-nilai yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis.

2. Layanan Karyawan (X2)

Kualitas Layanan karyawan adalah keseluruhan aktivitas, sikap, dan kemampuan yang diperlihatkan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, yang mencakup responsif, keramahan, keandalan, dan kemampuan memecahkan masalah dengan efektif. Menurut (Rahmawati dan Nugroho, 2022), layanan karyawan yang berkualitas menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan, sehingga berdampak langsung pada loyalitas dan minat menabung nasabah di lembaga keuangan syariah. Layanan karyawan menjadi faktor penting dalam membangun hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara lembaga dan nasabah

3. Minat Menabung (Y)

Minat menabung konsumen merupakan kecenderungan seseorang untuk menyimpan dananya di lembaga keuangan, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepercayaan, kualitas layanan, dan pemahaman terhadap produk keuangan. Menurut Fitriani dan Sari (2021), minat menabung mencerminkan keinginan individu untuk berinvestasi dalam produk keuangan yang sesuai dengan nilai dan kebutuhannya, serta dipengaruhi oleh pengalaman positif selama berinteraksi dengan lembaga keuangan.

Semakin baik pelayanan dan kepercayaan yang terbangun, maka semakin besar kemungkinan seseorang memiliki minat untuk menabung. Karena itu, lembaga keuangan perlu menjaga kualitas layanan dan membangun hubungan baik dengan calon nasabah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Lembaga Keuangan Non Bank

Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) adalah lembaga atau institusi keuangan yang melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat tanpa memiliki izin untuk menghimpun dana dalam bentuk simpanan seperti giro, tabungan, atau deposito sebagaimana lembaga perbankan pada umumnya. LKNB berperan sebagai pelengkap sistem keuangan nasional dengan menawarkan alternatif layanan dan produk keuangan yang lebih variatif dan menjangkau kelompok masyarakat yang belum terlayani oleh perbankan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022), LKNB adalah lembaga yang melakukan kegiatan di sektor jasa keuangan yang tidak termasuk bank, namun memiliki peran dalam mengelola dan mendistribusikan dana masyarakat untuk mendukung kegiatan ekonomi secara menyeluruh.

Secara umum, LKNB meliputi lembaga-lembaga seperti perusahaan pembiayaan, perusahaan asuransi, dana pensiun, modal ventura, pegadaian, dan lembaga keuangan mikro. Lembaga-lembaga ini memberikan layanan yang sangat dibutuhkan dalam perekonomian modern, mulai dari proteksi risiko melalui asuransi, penyediaan dana cepat melalui pegadaian, hingga pembiayaan modal kerja untuk UMKM. Selain itu, beberapa LKNB juga beroperasi dengan prinsip syariah, seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT) atau Unit Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (USPPS), yang menerapkan prinsip ekonomi Islam dalam setiap aktivitas keuangannya (Kemenkeu RI, 2023).

LKNB memiliki peran strategis dalam memperluas inklusi keuangan di Indonesia. Dalam laporan Strategi Nasional Keuangan Inklusif, disebutkan bahwa kehadiran LKNB membantu mengatasi keterbatasan akses terhadap layanan keuangan formal, terutama di daerah terpencil dan kelompok masyarakat berpendapatan rendah (Kementerian Koordinator Perekonomian RI, 2022). Lembaga-lembaga ini menciptakan peluang pembiayaan bagi masyarakat yang tidak memenuhi syarat bank konvensional, dan memberikan perlindungan

keuangan terhadap risiko-risiko kehidupan melalui skema seperti asuransi mikro dan pembiayaan syariah berbasis akad.

Dari sisi regulasi, keberadaan LKNB diawasi oleh OJK sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan. Pengawasan ini bertujuan untuk menjaga stabilitas sistem keuangan dan perlindungan konsumen. Berbeda dari bank, LKNB tidak beroperasi berdasarkan prinsip fractional reserve banking, sehingga risikonya lebih terkonsentrasi pada model bisnis dan manajemen lembaganya sendiri (OJK, 2021).

Dengan demikian, Lembaga Keuangan Non Bank dapat dipahami sebagai entitas yang memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi, menciptakan akses pembiayaan yang lebih luas, serta memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat, khususnya di luar jalur perbankan konvensional. Kehadirannya sangat relevan dalam sistem keuangan modern yang menuntut fleksibilitas dan keberagaman produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dari berbagai segmen sosial.

1. Jenis Jenis Lembaga Keuangan Non Bank

Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) memiliki berbagai jenis yang berbeda fungsi dan karakteristiknya, namun kesemuanya memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan yang lebih inklusif dan beragam bagi masyarakat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022), LKNB dapat dikelompokkan berdasarkan layanan yang ditawarkan, seperti pembiayaan, asuransi, pensiun, modal ventura, dan pegadaian. Pembagian ini membantu dalam memahami cakupan peran LKNB dalam sistem keuangan Indonesia.

a. Perusahaan Pembiayaan (*Leasing/Multifinance*)

Perusahaan pembiayaan adalah jenis LKNB yang menyediakan pembiayaan kepada konsumen dalam bentuk kredit investasi, kredit modal kerja, atau pembiayaan multiguna. Layanan ini sangat populer untuk pembelian kendaraan bermotor, alat berat, hingga kebutuhan konsumtif. Perusahaan ini tidak menghimpun dana secara langsung dari masyarakat, melainkan memperoleh dana dari lembaga keuangan lain atau investor (OJK, 2022). Contoh perusahaan

pembiayaan antara lain Adira Finance, FIF, dan BCA Finance.

b. Perusahaan Asuransi

Lembaga ini menyediakan perlindungan terhadap risiko dengan cara menghimpun premi dan memberikan klaim saat terjadi peristiwa yang diasuransikan. Asuransi terbagi dalam dua kelompok besar yaitu asuransi jiwa dan asuransi umum. Perusahaan asuransi memainkan peran penting dalam menciptakan stabilitas ekonomi bagi individu maupun korporasi, serta mendorong investasi melalui pengelolaan dana premi (Kemenkeu, 2023). Saat ini, juga berkembang asuransi syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip tolong-menolong (ta'awun) dan berbagi risiko.

c. Dana Pensiun

Dana pensiun adalah lembaga yang menghimpun iuran dari peserta dan/atau pemberi kerja selama masa kerja untuk digunakan sebagai pembayaran manfaat pensiun di masa mendatang. Dana pensiun dapat dikelola oleh lembaga independen (Dana Pensiun Lembaga Keuangan/DPLK) maupun oleh perusahaan tempat peserta bekerja (Dana Pensiun Pemberi Kerja/DPPK). Lembaga ini sangat penting dalam menjamin keberlanjutan ekonomi seseorang setelah pensiun (OJK, 2021).

d. Perusahaan Modal Ventura

Modal ventura adalah bentuk pembiayaan berupa penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan (biasanya startup atau UMKM) yang memiliki prospek tinggi, namun belum bankable. Modal ventura tidak memberikan pinjaman, melainkan menjadi bagian dari kepemilikan perusahaan dan ikut serta dalam risiko maupun keuntungan. Ini menjadi alternatif pembiayaan bagi pelaku usaha rintisan yang kesulitan mendapat kredit dari bank (Kemenko Perekonomian, 2022).

e. Perusahaan Pegadaian

Pegadaian menyediakan pembiayaan dengan jaminan barang berharga, seperti emas, kendaraan, atau barang elektronik. Layanan ini sangat diminati oleh masyarakat karena prosesnya cepat dan tidak memerlukan proses

seleksi kredit seperti di bank. Pegadaian juga memiliki produk berbasis syariah yang bebas bunga dan menggunakan akad ijarah atau qardh (Pegadaian, 2022).

Ragam jenis LKNB di atas menunjukkan bahwa sistem keuangan Indonesia tidak hanya bergantung pada bank konvensional, melainkan juga membutuhkan dukungan dari lembaga non-bank yang mampu melayani kebutuhan finansial masyarakat secara lebih fleksibel dan sesuai konteks lokal. Peran LKNB ini menjadi sangat penting terutama dalam menghadapi era ekonomi digital dan pengembangan UMKM secara nasional.

2. Peran dan Fungsi Lembaga Keuangan Non Bank

Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) memiliki peran strategis dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional. Sebagai pelengkap sistem perbankan, LKNB hadir untuk menjangkau segmen masyarakat dan pelaku usaha yang belum sepenuhnya terlayani oleh bank umum. Peran utamanya adalah menyediakan akses pembiayaan, investasi, dan perlindungan keuangan melalui produk-produk non-simpanan, seperti leasing, asuransi, dana pensiun, pegadaian, dan pembiayaan mikro. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2021), LKNB berfungsi untuk menghimpun dana masyarakat melalui instrumen non-deposito dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan kepada sektor-sektor produktif, sehingga mendukung perputaran ekonomi secara lebih luas.

Salah satu fungsi penting dari LKNB adalah meningkatkan inklusi keuangan dengan menjangkau kelompok masyarakat berpendapatan rendah, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta wilayah-wilayah terpencil yang sulit diakses oleh lembaga perbankan. Dengan fleksibilitas dalam pelayanan, LKNB mampu menawarkan skema pembiayaan yang lebih sederhana dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Contohnya, koperasi simpan pinjam, Baitul Maal wat Tamwil (BMT), dan lembaga keuangan mikro syariah seperti USPPS memberikan alternatif pembiayaan berbasis syariah tanpa bunga, yang lebih diterima oleh masyarakat Muslim.

Di samping itu, LKNB juga berperan dalam memberikan edukasi keuangan dan membangun budaya menabung di kalangan masyarakat. Lembaga-lembaga seperti perusahaan asuransi dan dana pensiun membantu masyarakat mempersiapkan masa depan secara finansial, sedangkan lembaga pembiayaan seperti perusahaan leasing mendukung kepemilikan aset produktif, seperti kendaraan atau mesin usaha. Hal ini menunjukkan bahwa LKNB tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Menurut Harahap dan Fathoni (2022), LKNB memberikan kontribusi penting terhadap pembangunan ekonomi melalui diversifikasi sumber pembiayaan, penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan sektor-sektor usaha yang belum mampu dijangkau bank. Oleh karena itu, kehadiran LKNB menjadi vital dalam menciptakan ekosistem keuangan yang sehat dan berkelanjutan, terutama dalam era digitalisasi dan transformasi ekonomi nasional.

3. USPPS Sebagai Lembaga Keuangan Syariah Non Bank

Unit Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (USPPS) merupakan bagian dari Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. USPPS termasuk dalam kategori Lembaga Keuangan Non Bank karena tidak menghimpun dana dalam bentuk giro atau tabungan seperti bank umum, namun tetap menjalankan fungsi intermediasi keuangan melalui aktivitas simpan pinjam dan pembiayaan berbasis akad-akad syariah. Keberadaan USPPS sangat penting dalam mendukung sistem keuangan inklusif dan ekonomi umat, khususnya bagi masyarakat yang menginginkan layanan keuangan tanpa unsur riba dan lebih menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan serta kemaslahatan bersama.

USPPS beroperasi dengan mengacu pada prinsip-prinsip syariah, seperti musyarakah (kerja sama), mudharabah (bagi hasil), murabahah (jual beli), ijarah (sewa), dan qardh (pinjaman kebajikan). Melalui prinsip-prinsip ini, USPPS tidak hanya menjadi sarana simpan pinjam biasa, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. USPPS memfasilitasi anggota koperasi untuk

memperoleh akses pembiayaan usaha, kebutuhan konsumsi, pendidikan, bahkan pengadaan barang modal secara adil dan transparan (Maulana & Arifin, 2021).

Dalam pelaksanaannya, USPPS bertujuan memberikan kemudahan layanan keuangan yang halal dan *thayyib* kepada masyarakat bawah dan menengah, khususnya yang belum dapat menjangkau layanan perbankan syariah. Kehadiran USPPS memperkuat ketahanan ekonomi mikro dan menumbuhkan wirausaha baru melalui pembiayaan yang ringan, berlandaskan syariah, dan berorientasi pada kemaslahatan umat. Selain itu, USPPS juga memberikan layanan edukasi kepada anggotanya tentang keuangan syariah, pentingnya literasi ekonomi, dan pengelolaan keuangan rumah tangga secara bijak (Musyafak, 2022).

Menurut data (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023), pertumbuhan koperasi syariah dengan unit USPPS menunjukkan tren positif, terutama di wilayah pedesaan dan komunitas pesantren. Hal ini menjadi bukti bahwa USPPS mampu berperan sebagai motor penggerak ekonomi kerakyatan yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman, serta dapat bersinergi dengan program pembangunan nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

Dengan konsep kelembagaan yang sederhana namun berprinsip syariah, USPPS mampu menjembatani kebutuhan masyarakat terhadap akses keuangan yang adil, transparan, dan sesuai hukum Islam. Maka dari itu, USPPS layak disebut sebagai pilar penting dalam sistem keuangan syariah non bank di Indonesia, serta sebagai lembaga pemberdaya ekonomi umat yang berkontribusi besar dalam menanggulangi praktik rentenir dan memperkuat struktur ekonomi mikro berbasis komunitas Islam.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti memandang bahwa kehadiran LKNB seperti USPPS sangat penting dalam menjembatani akses keuangan syariah yang inklusif, terutama bagi siswa SMK yang berada di lingkungan pesantren. LKNB tidak hanya menawarkan alternatif pembiayaan, tetapi juga menjadi media edukasi keuangan Islami yang tepat guna dan sesuai dengan nilai-nilai spiritual siswa.

2.1.2 Etika Bisnis Islam

Etika merupakan sistem nilai dan norma moral yang menjadi pedoman dalam membedakan tindakan yang benar dan salah dalam kehidupan manusia. Dalam konteks Islam, etika mencerminkan ajaran syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah sebagai dasar perilaku yang baik dan terpuji. Etika tidak hanya berkaitan dengan hubungan antarindividu, tetapi juga mencakup tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Menurut (Yusof dan Rashid, 2021), etika adalah seperangkat nilai universal yang menekankan kejujuran, keadilan, dan kepedulian sosial, yang menjadi pondasi bagi keharmonisan sosial dan integritas pribadi. Oleh karena itu, etika Islam menuntut individu untuk selalu berlaku adil dan menjaga amanah, serta menghindari perbuatan yang merugikan orang lain, termasuk dalam konteks bisnis dan ekonomi.

Etika bisnis Islam menekankan pentingnya menjaga hubungan baik dengan seluruh pihak yang terlibat dalam bisnis, termasuk konsumen, mitra usaha, dan masyarakat luas. Dengan mengacu pada prinsip-prinsip syariah, setiap transaksi dianggap sah sepanjang bebas dari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (perjudian). Hermawan Kertajaya dan Syakir Sula menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah disiplin strategis yang membimbing praktik bisnis dalam menciptakan, menyampaikan, dan mempertukarkan nilai yang halal dan bermanfaat. Dengan demikian, apabila suatu proses bisnis dijalankan tanpa adanya penyimpangan dari hukum syariah, maka bisnis tersebut diperbolehkan dalam Islam.

Krisis etika di dunia bisnis modern telah mendorong banyak umat Islam kembali meninggalkan praktik-praktik bisnis yang tidak sesuai dan beralih ke etika bisnis Islam yang mengandung nilai spiritual, etika, dan kemanusiaan.

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika bisnis adalah panduan moral dan prinsip-prinsip etis yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Etika bisnis bertujuan untuk menjaga integritas, keadilan, dan kepercayaan dalam setiap aspek interaksi bisnis, baik dengan konsumen, mitra kerja, investor, maupun masyarakat secara umum. Menurut (Fitri dan Halim, 2022), etika bisnis mencakup

nilai-nilai yang membentuk perilaku korporasi agar tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dalam praktiknya, etika bisnis membantu mencegah tindakan yang merugikan pihak lain seperti penipuan, monopoli, manipulasi informasi, eksploitasi tenaga kerja, dan pencemaran lingkungan. Etika bisnis tidak hanya berlaku bagi perusahaan besar, tetapi juga bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang berinteraksi langsung dengan masyarakat. Penegakan etika bisnis yang kuat akan menciptakan ekosistem usaha yang sehat dan kompetitif secara adil.

Etika bisnis menjadi semakin penting dalam era globalisasi dan digitalisasi ekonomi. Kepercayaan konsumen menjadi faktor utama keberhasilan usaha, dan hal ini tidak bisa dicapai tanpa komitmen terhadap etika. Menurut (Yusuf dan Hartini, 2023), perusahaan yang mengintegrasikan etika dalam strategi bisnisnya cenderung memiliki hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, etika bisnis bukan hanya urusan moral, tetapi juga strategi yang menentukan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Etika bisnis juga menjadi dasar pengambilan keputusan yang adil dan berkelanjutan. Di tengah persaingan bisnis yang ketat, banyak godaan untuk melakukan penyimpangan demi memperoleh keuntungan cepat. Namun dengan berpegang pada etika bisnis, pelaku usaha akan lebih berhati-hati dalam bertindak dan selalu mempertimbangkan dampaknya terhadap pihak lain. Etika ini sekaligus menjadi jembatan antara kepentingan perusahaan dan tanggung jawab sosialnya.

2. Konsep Etika Bisnis Islam

Konsep etika bisnis Islam sejatinya tidak jauh berbeda dengan konsep etika bisnis secara umum yang mengedepankan kejujuran, keterbukaan, dan rasa tanggung jawab. Namun, etika bisnis Islam lebih spesifik mengatur perilaku bisnis sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Konsep ini mengajarkan agar pelaku bisnis tidak hanya peduli pada aspek keuntungan,

tetapi juga memperhatikan sisi moral dan sosial, menjaga keadilan dan tidak menipu konsumen maupun pihak lain yang terkait. Hermawan juga mengingatkan adanya praktik kelirumologi dalam bisnis konvensional di mana pemasaran dilakukan dengan cara memaksa dan menipu demi laba semata. Sebaliknya, etika bisnis Islam melarang praktik seperti itu dan menuntut para pelaku usaha selalu menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan keadilan dalam setiap aktivitas bisnis (Putra dan Hasbiyah, 2018).

Allah SWT telah menegaskan prinsip etika bisnis dalam Al-Qur'an, salah satunya dalam Surah (An-Nisa ayat 29) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya:

"Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu." (Q.S An-Nisa: 29)

Selain firman Allah tersebut, para ulama seperti Imam Syafi'i berpendapat bahwa berdagang adalah bentuk pencaharian terbaik, dengan syarat tetap menjaga prinsip etika dan keadilan. Para ulama sepakat bahwa bisnis itu mulia selama dilakukan secara halal dan sesuai syariah. Pada masa Rasulullah, aktivitas bisnis sangat didorong untuk giat berusaha dan bertindak jujur, bukan hanya mengandalkan doa tanpa usaha (Buchari, 2016: 218-219). Dengan demikian, etika bisnis dalam Islam menjadi landasan untuk melaksanakan muamalah yang sesuai hukum, sebagaimana yang telah dianjurkan dalam Al-Qur'an dan hadits.

3. Indikator Etika Bisnin Islam

Indikator Etika bisnis Islam merupakan tata cara pengelolaan aktivitas ekonomi yang dilandasi oleh nilai-nilai Al-Qur'an, Hadis Nabi Muhammad SAW, serta hukum-hukum yang dirumuskan oleh para ulama fikih. Etika ini mengarahkan pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan bisnis secara bertanggung jawab, adil, jujur, dan berorientasi pada keberkahan, bukan semata-mata keuntungan.

Menurut (Mubarok, 2022), etika bisnis Islam tidak hanya bertumpu pada legalitas hukum, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai spiritual seperti tauhid, keadilan, ikhtiar, dan amanah. Keempat prinsip ini menjadi pondasi utama dalam menjaga moralitas bisnis dan melindungi hak-hak masyarakat.

Adapun indikator etika bisnis Islam terdiri dari lima macam yaitu:

a. Ketauhidan (*Unity*)

Ketauhidan merupakan keyakinan bahwa seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk aktivitas ekonomi, berada dalam satu kesatuan yang tunduk pada kehendak Allah SWT. Prinsip ini menanamkan kesadaran bahwa bekerja, berniaga, dan memberi layanan kepada orang lain adalah bagian dari ibadah. Dalam konteks etika bisnis, ketauhidan menuntut agar setiap tindakan dilakukan dengan niat yang lurus, jujur, dan bertanggung jawab kepada Allah. Lembaga keuangan syariah yang berpegang pada prinsip ini akan mengedepankan integritas dan kejujuran dalam setiap pelayanan kepada nasabah.

b. Keadilan (*Equilibrium*)

Keadilan merupakan prinsip etika Islam yang menekankan perlakuan yang adil dan setara kepada semua pihak. Dalam praktik bisnis, prinsip ini mengharuskan lembaga keuangan untuk memberikan layanan yang tidak diskriminatif, memperhatikan hak dan kebutuhan setiap nasabah, serta menjaga keseimbangan antara kepentingan lembaga dan pelanggan. Keadilan dalam pelayanan menciptakan kepercayaan yang menjadi fondasi bagi tumbuhnya minat menabung, khususnya di kalangan siswa yang membutuhkan perhatian dan pendekatan yang edukatif.

c. Ikhtiar (*Free Will*)

Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk memilih dan bertindak, selama dalam batas syariat. Prinsip ikhtiar ini menghargai hak individu dalam menentukan pilihan keuangan, termasuk dalam memutuskan untuk menabung atau tidak. Lembaga keuangan yang menerapkan prinsip ini akan

memberikan berbagai pilihan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman nasabah. Kebebasan memilih ini mendorong tumbuhnya kesadaran siswa untuk terlibat aktif dalam kegiatan menabung secara sukarela dan sadar.

d. Amanah (*Responsibility*)

Amanah adalah sifat dapat dipercaya dan bertanggung jawab dalam menjalankan tugas dan menjaga kepercayaan orang lain. Dalam konteks etika bisnis, amanah berarti bahwa lembaga keuangan dan karyawannya harus menjaga integritas, menjalankan janji, dan memberikan informasi yang benar kepada nasabah. Pelayanan yang mencerminkan amanah akan menumbuhkan kepercayaan siswa sebagai nasabah pemula, sehingga mereka merasa nyaman dan aman untuk menitipkan dana di lembaga tersebut.

e. Kebajikan (*Benevolence*)

Kebajikan atau ihsan merujuk pada perbuatan baik yang dilakukan secara tulus, tanpa mengharap imbalan. Dalam etika bisnis Islam, nilai ini diwujudkan melalui pelayanan yang ramah, sabar, dan empatik. Karyawan yang bersikap ikhlas dan berorientasi pada kemaslahatan nasabah akan menciptakan suasana pelayanan yang menyenangkan. Nilai kebajikan ini sangat berpengaruh terhadap pengalaman emosional siswa dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan, sehingga dapat meningkatkan minat mereka untuk terus menabung.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti ketauhidan, keadilan, ikhtiar, amanah, dan kebajikan, pelaku usaha diarahkan untuk menjadikan kegiatan bisnis sebagai sarana ibadah, bukan sekadar memperoleh keuntungan duniawi. Nilai-nilai ini diyakini dapat membangun kepercayaan jangka panjang antara lembaga keuangan syariah dan masyarakat, serta menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dan bermartabat secara spiritual maupun sosial.

Peneliti meyakini bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam lembaga keuangan syariah seperti USPPS akan membangun kepercayaan siswa sebagai calon nasabah. Dengan pendekatan etika yang kuat, siswa merasa lebih

aman dan termotivasi untuk menabung. Etika ini juga menjadi dasar pembentukan karakter ekonomi Islami yang relevan dengan kehidupan pesantren dan masyarakat sekitarnya.

Kelima indikator di atas mencerminkan nilai-nilai inti dalam etika bisnis Islam yang tidak hanya mengatur perilaku bisnis, tetapi juga membentuk hubungan harmonis antara lembaga dan nasabah. Peneliti meyakini bahwa semakin kuat penerapan nilai ketauhidan, keadilan, ikhtiar, amanah, dan kebajikan dalam pelayanan keuangan syariah, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dan minat menabung siswa SMK, khususnya di lingkungan pendidikan yang berbasis Islam.

2.1.3 Layanan Karyawan

Layanan karyawan sangat penting bagi sebuah bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan layanan yang memenuhi harapan dan kebutuhan anggotanya. Selain itu, berbagai layanan dari perusahaan lain juga diminati oleh para anggota. Jika mereka mencapai apa yang dibutuhkan dan diinginkan anggota, mereka akan memperhatikan dan memilih lembaga tersebut. Biasanya layanan yang diberikan antara lain pelayanan pelanggan, dukungan teknis, dan layanan purna jual.

Layanan karyawan adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan dalam layanan (barang atau jasa) serta digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Layanan karyawan merupakan salah satu aspek penting dari layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen agar dapat memenuhi harapan konsumen mengenai peningkatan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Layanan karyawan adalah kekuatan layanan untuk menunjukkan keunggulannya dalam berbagai aspek penting seperti kecepatan, ketepatan, kemampuan dalam menangani keluhan, kenyamanan, dan aspek lainnya (Kotler dan Keller, 2021).

Layanan karyawan menjadi salah satu kunci persaingan antar pelaku ekonomi yang ditawarkan kepada konsumen. Sebagian orang beranggapan bahwa layanan yang mahal adalah layanan yang berkualitas, namun konsumen selalu ingin mendapatkan layanan yang berkualitas dengan harga

yang dibayarnya. Layanan karyawan merupakan aspek penting yang harus diperjuangkan oleh semua perusahaan jika layanannya ingin mampu bersaing di pasar. Layanan karyawan adalah kondisi fisik, fungsi, dan karakteristik suatu layanan, baik barang maupun jasa berdasarkan tingkat kualitas yang diharapkan, antara lain: kecepatan, keandalan, ketepatan, kemudahan akses, dan karakteristik layanan lainnya dimaksudkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan (Kotler dan Keller, 2021).

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Layanan Karyawan

Dalam hal mutu layanan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kadang mengalami keragaman. Hal ini disebabkan mutu layanan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor, di mana faktor-faktor ini dapat menentukan bahwa suatu layanan dapat memenuhi standar yang telah ditentukan atau tidak (Kimkuri dan Buntu, 2021). Faktor-faktor tersebut antara lain:

a. Manusia

Peranan manusia atau karyawan yang bertugas dalam perusahaan akan sangat mempengaruhi secara langsung terhadap baik buruknya mutu dari layanan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Maka aspek manusia perlu mendapat perhatian yang cukup.

b. Manajemen

Tanggung jawab atas mutu layanan dalam perusahaan dibebankan dalam beberapa kelompok yang biasa disebut dengan Function Group. Dalam hal ini pimpinan harus melakukan koordinasi yang baik antara function group dengan bagian-bagian lainnya dalam perusahaan tersebut. Dengan adanya koordinasi tersebut maka dapat tercapai suasana kerja yang baik dan harmonis, serta menghindarkan adanya kekacauan dalam pekerjaan.

c. Uang

Perusahaan harus menyediakan uang yang cukup untuk mempertahankan atau meningkatkan mutu layanannya. Misalnya: untuk pelatihan karyawan, perbaikan fasilitas, dan lain-lain.

d. Proses

Proses layanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan akan mempengaruhi mutu layanan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Untuk itu pengendalian mutu proses layanan menjadi hal yang sangat penting dalam hal ini, harus memperhatikan beberapa hal antara lain: standar operasional prosedur, pelatihan karyawan, dan evaluasi layanan.

e. Teknologi

Teknologi yang digunakan dalam proses layanan akan mempengaruhi terhadap mutu layanan yang dihasilkan perusahaan. Teknologi yang canggih dan efisien akan meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

2. Indikator Layanan Karyawan

Indikator layanan karyawan merupakan ukuran terhadap sejauh mana kualitas pelayanan dapat dirasakan oleh nasabah dalam aktivitas transaksi jasa, khususnya di lembaga keuangan. Layanan karyawan yang berkualitas tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga melibatkan perilaku, sikap, dan cara berkomunikasi dengan nasabah secara efektif dan efisien. Layanan yang prima bertujuan untuk memberikan kepuasan, membangun kepercayaan, dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Menurut (Nuridin, 2022), kualitas layanan dapat diukur melalui beberapa dimensi utama yang mencerminkan perilaku karyawan dalam menyampaikan layanan secara manusiawi dan profesional. Indikator-indikator ini dapat dijadikan alat ukur penting untuk memahami sejauh mana pelayanan yang diberikan berkontribusi terhadap meningkatnya minat nasabah dalam menggunakan produk jasa keuangan, termasuk kegiatan menabung.

Adapun indikator layanan karyawan terdiri dari lima macam yaitu:

a. Ketepatan (*Reliability*)

Ketepatan mengacu pada kemampuan karyawan dalam memberikan layanan secara akurat, sesuai janji, dan tepat waktu. Dalam praktiknya, hal ini berarti bahwa petugas lembaga keuangan menjalankan

prosedur pelayanan dengan konsisten, mencatat transaksi dengan benar, serta hadir dan memberikan layanan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Ketepatan ini menciptakan rasa percaya nasabah bahwa dana yang mereka tabung dikelola secara aman dan dapat diandalkan.

b. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan merupakan kesigapan dan kecepatan karyawan dalam merespon kebutuhan nasabah, baik dalam menjawab pertanyaan, menangani keluhan, maupun membantu proses transaksi. Nasabah akan merasa diperhatikan apabila pertanyaan mereka dijawab dengan cepat dan layanan diberikan dengan tanggap. Layanan yang tanggap memudahkan nasabah dalam mengakses informasi keuangan dan memperkuat semangat untuk menabung secara aktif.

c. Kepercayaan (*Confidence*)

Kepercayaan menunjukkan kemampuan karyawan untuk membangun rasa aman melalui sikap sopan, penguasaan informasi, dan komunikasi yang baik. Karyawan yang dapat menjelaskan prosedur layanan dengan jelas dan mudah dipahami, bersikap ramah, serta menunjukkan sikap profesional akan menimbulkan keyakinan bahwa mereka dilayani secara layak dan dapat dipercaya. Hal ini menjadi pendorong utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara nasabah dan lembaga keuangan.

d. Kepedulian (*Empathy*)

Kepedulian berarti kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian personal terhadap kebutuhan dan kondisi masing-masing nasabah. Petugas yang memahami keterbatasan nasabah, melayani dengan sabar, dan membangun komunikasi yang bersahabat akan menciptakan suasana pelayanan yang menyenangkan. Rasa dihargai dan diperhatikan secara personal dapat mendorong nasabah untuk lebih aktif dan rutin dalam menabung.

e. Fasilitas (*Tangibles*)

Fasilitas mencerminkan segala bentuk sarana dan penampilan fisik yang mendukung layanan, seperti

kerapian penampilan karyawan, kelengkapan alat pencatatan, kartu tabungan, serta kenyamanan tempat pelayanan. Lingkungan fisik yang bersih dan tertata baik akan memberikan kesan profesional dan meyakinkan, sehingga meningkatkan keyakinan nasabah terhadap lembaga keuangan tersebut.

Dengan menerapkan indikator layanan karyawan seperti ketepatan, ketanggapan, kepercayaan, kepedulian, dan fasilitas, lembaga keuangan diarahkan untuk membangun pengalaman pelayanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga berorientasi pada kepuasan dan kenyamanan nasabah. Nilai-nilai ini diyakini dapat membentuk kepercayaan jangka panjang antara lembaga keuangan syariah dan masyarakat, serta menciptakan lingkungan layanan yang profesional dan beretika.

Peneliti meyakini bahwa penerapan layanan karyawan yang berkualitas akan memberikan pengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat. Ketika pelayanan dilakukan dengan sikap yang tulus, komunikatif, dan penuh tanggung jawab, nasabah akan merasa dihargai dan terdorong untuk mempercayakan simpanannya kepada lembaga tersebut. Layanan yang berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan nasabah menjadi pondasi dalam membentuk loyalitas serta memperkuat partisipasi aktif dalam sistem keuangan syariah.

Kelima indikator di atas mencerminkan nilai-nilai utama dalam pelayanan yang tidak hanya berfokus pada efektivitas, tetapi juga membangun hubungan harmonis antara lembaga dan nasabah. Peneliti meyakini bahwa semakin tinggi kualitas layanan karyawan, maka semakin besar pula kemungkinan peningkatan kepercayaan dan minat menabung masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

2.1.4 Minat Menabung

Minat menabung merupakan salah satu aspek perilaku konsumen yang penting dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi dan keputusan keuangan di lembaga keuangan non-bank. Menurut (Solomon, 2021), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam konteks ini, perilaku menabung

termasuk ke dalam bagian dari keputusan konsumsi yang melibatkan pertimbangan rasional dan emosional.

Minat menabung dapat dipahami sebagai dorongan dalam diri seseorang untuk menyimpan sebagian dari pendapatannya dengan tujuan memperoleh manfaat di masa depan. (Kotler dan Keller, 2021) menyebutkan bahwa minat adalah bentuk kecenderungan psikologis yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian, rasa suka, serta tindakan terhadap suatu objek atau kegiatan tertentu, termasuk dalam aktivitas finansial seperti menabung. Oleh karena itu, minat menabung mencerminkan adanya ketertarikan dan kesadaran individu terhadap pentingnya simpanan sebagai bentuk antisipasi kebutuhan masa depan.

Menurut (Gunawan, 2021), minat menabung tidak hanya mencerminkan keinginan untuk menyimpan uang, tetapi juga melibatkan aspek kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan suka), dan konatif (tindakan nyata). Dengan kata lain, seseorang yang memiliki minat menabung akan memperlihatkan perilaku aktif seperti mencari informasi mengenai produk simpanan, membandingkan layanan lembaga keuangan, dan pada akhirnya mengambil keputusan untuk menyimpan dana sesuai kebutuhan.

Secara umum, minat menabung dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pendapatan, kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan, tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan, serta kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam konteks lembaga keuangan non-bank, seperti USPPS, pemahaman terhadap minat menabung menjadi krusial untuk menyusun strategi pemasaran dan pelayanan yang mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program tabungan syariah.

1. Pengertian Minat Menabung

Minat menabung adalah kecenderungan untuk menaruh perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek minat tersebut disertai dengan perasaan senang, sedangkan menabung merupakan suatu perilaku pelanggan di mana pelanggan mempunyai keinginan untuk menyimpan atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi produk tersebut, atau bahkan keinginannya

(Kotler & Keller, 2021). Minat menabung diartikan sebagai suatu keadaan di mana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari serta membuktikan lebih lanjut. Minat di sini merupakan minat nasabah yang dapat menjadi modal awal bagi lancarnya sebuah kegiatan perbankan (Alfiah dan Gunawan, 2021).

Adapun indikator minat menabung terdiri dari lima macam yaitu:

a. Kesadaran Menabung (Awareness)

Kesadaran menabung adalah tahap awal di mana individu mulai mengenali pentingnya menabung sebagai bagian dari pengelolaan keuangan yang bijak. Kesadaran ini ditunjukkan oleh pengetahuan bahwa menabung memberikan manfaat di masa depan dan membantu mencapai tujuan finansial. Individu yang sadar akan pentingnya menabung biasanya mulai mempertimbangkan perilaku menabung sebagai bagian dari aktivitas rutin.

b. Pengetahuan Menabung (Knowledge)

Pengetahuan menabung merujuk pada pemahaman individu terhadap proses, manfaat, dan jenis-jenis produk tabungan. Pengetahuan ini mencakup pengertian tentang cara membuka rekening, bagaimana menyetor uang, hingga prinsip syariah yang digunakan dalam lembaga keuangan. Semakin tinggi pengetahuan seseorang tentang menabung, semakin besar kemungkinan ia memiliki minat untuk memulai kegiatan tersebut.

c. Rasa Suka Menabung (Liking)

Rasa suka menabung menggambarkan sikap positif dan ketertarikan emosional terhadap aktivitas menabung. Individu yang memiliki rasa suka terhadap menabung akan merasa senang dan puas saat dapat menyisihkan uang, serta memiliki motivasi internal untuk terus menabung secara konsisten. Rasa suka ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman menabung yang menyenangkan, pelayanan yang baik, dan hasil yang dirasakan.

d. Pilihan Menabung (Preference)

Pilihan menabung merupakan bentuk kecenderungan individu dalam memilih menabung sebagai salah satu prioritas keuangan dibandingkan dengan membelanjakan uang untuk keperluan konsumtif. Ketika seseorang mulai memprioritaskan menabung dalam pengelolaan keuangannya, hal ini menunjukkan bahwa minat menabungnya telah berkembang ke tahap yang lebih tinggi.

e. Keyakinan Menabung (Conviction)

Keyakinan menabung mencerminkan tingkat kepercayaan dan komitmen seseorang untuk melanjutkan kebiasaan menabung dalam jangka panjang. Individu yang berada pada tahap ini biasanya telah menjadikan menabung sebagai kebiasaan positif dan bagian dari gaya hidup finansialnya. Keyakinan ini muncul karena individu merasa menabung memberikan manfaat nyata, baik secara ekonomi maupun psikologis.

Dengan menerapkan indikator minat menabung seperti kesadaran, pengetahuan, rasa suka, pilihan, dan keyakinan, individu diarahkan untuk membentuk perilaku keuangan yang lebih bijak dan bertanggung jawab. Nilai-nilai ini diyakini dapat mendorong seseorang untuk menjadikan menabung sebagai kebiasaan positif yang memberikan manfaat jangka panjang, baik dari sisi keamanan finansial maupun ketenangan psikologis.

Peneliti meyakini bahwa pemahaman terhadap perkembangan minat menabung akan membantu lembaga keuangan dalam menyusun strategi pelayanan dan edukasi yang tepat sasaran. Ketika individu merasa memiliki pengetahuan, pengalaman positif, dan keyakinan terhadap manfaat menabung.

Kelima indikator di atas mencerminkan dimensi sikap dan perilaku yang penting dalam membentuk keputusan finansial yang sehat. Peneliti meyakini bahwa semakin kuat penerapan indikator kesadaran, pengetahuan, rasa suka, pilihan, dan keyakinan dalam pengelolaan keuangan pribadi, maka semakin besar pula potensi peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan menabung, khususnya pada lembaga keuangan berbasis syariah.

2.2 Hasil-hasil penelitian terdahulu

Berikut ini merupakan hasil penelitian terdahulu yang akan menjadi pandangan, refrensi, serta bahan perbandingan dengan penelitian yang saat ini dilakukan antara lain:

1. Muhammad Rizki, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Keuangan Syariah, dan Personal Selling terhadap Minat Menabung Sembako (Studi Kasus di KSPPS BMT An-Najah Pekalongan Cabang Kajen)", 2024. Penelitian ini menganalisis bagaimana kualitas pelayanan, citra lembaga keuangan syariah, dan personal selling mempengaruhi minat menabung masyarakat di KSPPS BMT An-Najah.
2. Siti Aisyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemahaman Produk terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)", 2023. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan dan pemahaman produk secara signifikan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.
3. Budi Santoso, "Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri KC Dumai", 2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas yang memadai dan pelayanan yang baik berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri KC Dumai.
4. Dewi Lestari, "Pengaruh Religiusitas, Pelayanan, dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Masyarakat Menabung di KSU Ja'far Medika Syariah Tasikmadu Karanganyar", 2024. Penelitian ini menganalisis bagaimana religiusitas, pelayanan, dan etika bisnis Islam mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di KSU Ja'far Medika Syariah.
5. Vico Sultania, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati", Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2021. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank BNI Syariah.
6. Ahmad Abdul Hak, Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Siswa SMK Darussalam Blokagung Pada USPPS Ausath Blokagung, 2025.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Metode penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Rizki, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Keuangan Syariah, dan Personal Selling terhadap Minat Menabung Sembako", 2024.	Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga keuangan syariah, dan personal selling terhadap minat menabung di KSPPS BMT An-Najah Cabang Kajen.	1.Jenis: Kuantitatif 2.Data: Primer 3.Teknik: Kuesioner 4.Analisis: Regresi Berganda 5.Lokasi: KSPPS BMT An-Najah Kajen 6. Tahun: 2024	Kualitas pelayanan, citra lembaga, dan personal selling berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi	1. Fokus pada pengaruh citra lembaga dan personal selling 2.Lokasi penelitian di KSPPS BMT An-Najah Cabang Kajen.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Metode penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
2.	Siti Aisyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemahaman Produk terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia", 2023.	Sejauh mana kualitas pelayanan dan pemahaman produk mempengaruh i minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.	1.Jenis: Kuantitatif 2.Data: Primer 3.Teknik: Angket 4.Analisis: Regresi Linier Berganda 5.Lokasi: UIN Ar- Raniry 6. Tahun: 2023	Kualitas pelayanan dan pemahaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.	Menggunakan metode dan variabel minat menabung yang sama	1. Lokasi Penelitian: UIN Ar-Raniry 2. waktu penelitian: 2023

Tabel Lanjutan 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Metode penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
3.	Budi Santoso, "Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri KC Dumai", 2022.	Bagaimana fasilitas dan pelayanan mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri.	1.Jenis: Kuantitatif 2.Data: Primer 3.Teknik: Kuesioner 4.Analisis: Regresi Sederhana 5.Lokasi: BSM KC Dumai 6. Tahun: 2022.	Penelitian ini menemukan bahwa fasilitas dan pelayanan bank berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Fasilitas seperti kemudahan akses ATM, kenyamanan ruang tunggu, dan sistem digital yang efisien meningkatkan kepuasan nasabah. Sementara itu, pelayanan yang cepat dan sopan memperkuat loyalitas nasabah. Kombinasi dua faktor ini memperlihatkan bahwa kenyamanan dan interaksi langsung dengan petugas bank berperan besar dalam menarik minat menabung.	pelayanan sebagai variabel utama	1. Lokasi Penelitian dan waktu Penelitian.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Metode penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
4.	Dewi Lestari, "Pengaruh Religiusitas, Pelayanan, dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Menabung di KSU Ja'far Medika Syariah", 2024.	Bagaimana pengaruh religiusitas, pelayanan, dan etika bisnis Islam terhadap minat masyarakat menabung.	1. Jenis: Kuantitatif 2. Data: Primer 3. Teknik: Angket 4. Analisis: Regresi Berganda 5. Lokasi: Karanganyar 6. Tahun: 2024	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa semua variabel yaitu religiusitas, pelayanan, dan etika bisnis Islam memberikan pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menabung. Religiusitas menjadi faktor paling dominan, menunjukkan pentingnya pendekatan nilai-nilai Islam dalam promosi produk keuangan syariah. Etika bisnis Islam memperkuat kepercayaan terhadap sistem operasional koperasi syariah. Pelayanan yang baik menjadi pendukung penting yang meningkatkan kenyamanan dan loyalitas nasabah.	Sama-sama membahas etika bisnis Islam dan pelayanan	1. Lokasi 2. Penelitian dan waktu Penelitian.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Metode penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
5.	Vico Sultania, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank BNI Syariah KC Fatmawati", 2021.	Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank BNI Syariah.	1. Jenis: Kuantitatif 2. Data: Primer 3. Teknik: Kuesioner 4. Analisis: Regresi Linier 5. Lokasi: BNI Syariah Fatmawati 6. Tahun: 2021.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan dengan minat nasabah menabung. Faktor seperti kecepatan layanan, keramahan pegawai, dan kejelasan informasi menjadi penentu utama. Kepuasan nasabah terhadap pelayanan menjadi faktor pendorong niat untuk menabung secara berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan SDM frontliner dalam pelayanan keuangan syariah.	Sama-sama membahas kualitas pelayanan dan minat nasabah	1. Lokasi Penelitian dan waktu Penelitian.

Sumber : Data Diolah 2025

2.3 Kerangka Konseptual

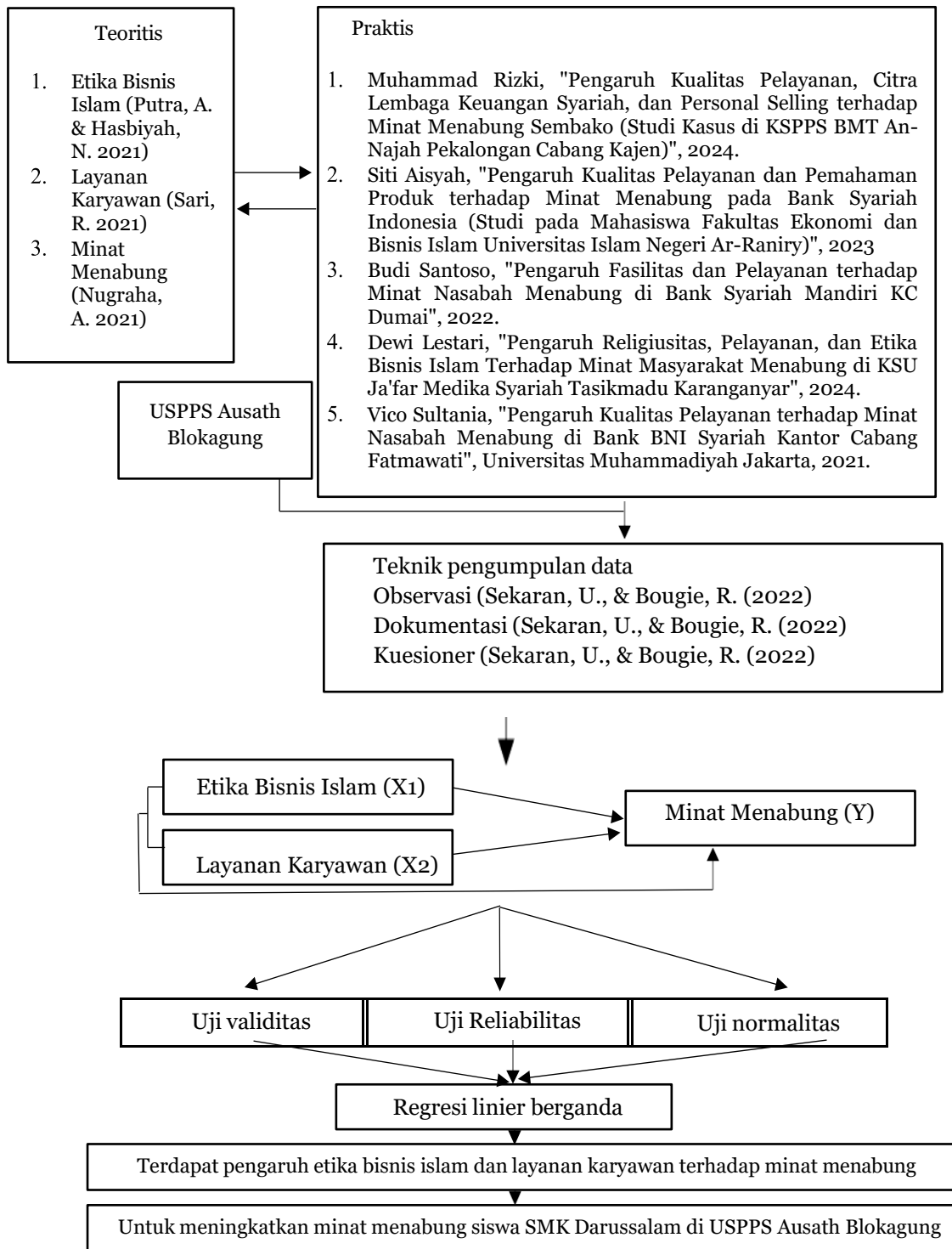
Kerangka konseptual merupakan model pemikiran yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian berdasarkan teori-teori relevan dan hasil penelitian sebelumnya. Kerangka ini digunakan sebagai pedoman untuk merumuskan masalah, menyusun hipotesis, serta merancang proses analisis dalam penelitian. Menurut Hidayat (2022), kerangka konseptual adalah representasi dari hubungan antara konsep atau variabel yang menjadi fokus penelitian, yang dibangun dari teori formal, konsep-konsep relevan, dan temuan empiris.

Dalam penelitian ini, kerangka konseptual dibangun berdasarkan tiga variabel utama, yaitu etika bisnis Islam, layanan karyawan, dan minat menabung. Ketiga variabel tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen dalam menggunakan layanan simpanan di lembaga keuangan syariah, khususnya USPPS Ausath Blokagung, yang merupakan lembaga keuangan non-bank berbasis syariah di lingkungan pesantren.

Penyusunan kerangka ini juga merujuk pada hasil-hasil penelitian terdahulu dalam lima tahun terakhir yang relevan. Penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif antara prinsip etika syariah, kualitas layanan karyawan, dan minat nasabah terhadap produk simpanan syariah. Temuan-temuan ini menjadi landasan empirik bahwa etika bisnis sesuai nilai-nilai Islam serta pelayanan yang profesional dan ramah dapat mendorong minat masyarakat, khususnya generasi muda, untuk menabung di lembaga keuangan syariah.

Dalam proses analisis, data yang diperoleh akan diuji dengan uji validitas, reliabilitas, dan normalitas untuk memastikan bahwa data layak dan berdistribusi normal. Selanjutnya, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh etika bisnis Islam dan layanan karyawan terhadap minat menabung siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung.

Kerangka konseptual menjadi dasar yang kuat dalam penyusunan instrumen penelitian, seperti kuesioner, pedoman wawancara, atau lembar observasi. Dengan mengacu pada kerangka ini, peneliti dapat memastikan bahwa setiap item dalam instrumen selaras dengan variabel yang dianalisis. Hal ini penting agar data yang dikumpulkan benar-benar relevan dan dapat mendukung pengujian hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian secara valid. Adapun bagan kerangka konseptual dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber Data Di Olah 2025

2.4 Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang dirumuskan berdasarkan teori atau hasil penelitian terdahulu, yang nantinya akan diuji kebenarannya secara statistik melalui data empiris (Ghozali, 2021). Hipotesis disusun sebagai jawaban awal terhadap rumusan masalah penelitian, dan keberadaannya sangat penting dalam menentukan arah analisis. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, peneliti melakukan serangkaian uji statistik, salah satunya adalah uji t. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui langkah-langkah sistematis dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan dari lapangan. Perlu dipahami bahwa hipotesis bersifat sementara, karena didasarkan pada teori atau dugaan awal yang logis, namun belum terbukti secara empiris. Oleh karena itu, proses pengumpulan data dan analisis statistik menjadi sangat krusial untuk memastikan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Berdasarkan penjelasan teori yang telah diuraikan, serta temuan dari penelitian sebelumnya yang relevan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ha₁: Ada pengaruh yang signifikan antara etika bisnis Islam (X₁) terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung.
Ho₁: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara etika bisnis Islam (X₁) terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung.
2. Ha₂: Ada pengaruh yang signifikan antara layanan karyawan (X₂) terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung.
Ho₂: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara layanan karyawan (X₂) terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung.
3. Ha₃: Ada pengaruh yang signifikan antara etika bisnis Islam (X₁) dan layanan karyawan (X₂) secara simultan terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung.
Ho₃: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara etika bisnis Islam (X₁) dan layanan karyawan (X₂) secara simultan terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini terdapat empat faktor penting dalam metode ilmiah, yaitu rasional, empiris, sistematis, dan dapat diuji. Rasional berarti kegiatan penelitian dilakukan secara logis dan masuk akal. Empiris berarti didasarkan pada pengalaman nyata yang dapat diamati oleh pancaindra. Sistematis menunjukkan bahwa proses penelitian mengikuti langkah-langkah yang terstruktur dan logis agar dapat direplikasi. Sedangkan dapat diuji berarti hasil penelitian dapat dikaji ulang oleh pihak lain untuk mendapatkan hasil yang serupa atau berbeda.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu suatu pendekatan yang berlandaskan filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Pendekatan ini menekankan pada pengukuran numerik terhadap variabel-variabel yang diteliti serta pengujian hubungan antar variabel tersebut secara statistik. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang diberikan kepada responden yang telah ditentukan melalui teknik sampling. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis statistik, baik deskriptif maupun inferensial, seperti uji validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linier berganda, dan uji signifikansi.

Metode kuantitatif ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang objektif, terukur, dan dapat digeneralisasikan terhadap populasi yang diteliti, khususnya dalam konteks pengaruh etika bisnis Islam dan layanan karyawan terhadap minat menabung di lembaga keuangan syariah (Neuman, 2021).

3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada bulan Februari 2025 sampai bulan Juni 2025.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini berada di USPPS Ausath Blokagung. Pemilihan lokasi ini dilakukan karena lembaga tersebut menjalankan kegiatan simpan pinjam berbasis prinsip syariah dan memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian mengenai minat menabung siswa.

3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan elemen yang memiliki satu atau lebih karakteristik yang sama dan menjadi objek kajian dalam suatu penelitian (Sekaran & Bougie, 2022). Populasi bukan hanya berkaitan dengan jumlah, tetapi juga mencakup keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh subjek tersebut. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah siswa kelas X, XI, dan XII jurusan Akuntansi dan Keuangan Lembaga di SMK Darussalam Blokagung, yang berjumlah 121 orang.

2. Sampel

Meskipun jumlah populasi masih tergolong kecil dan berada dalam satu jurusan, peneliti tidak menggunakan seluruhnya sebagai responden. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala teknis di lapangan, seperti:

- a. Siswa tidak hadir saat waktu pelaksanaan pengisian angket. Ketidakhadiran ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti izin karena keperluan pribadi, sakit, atau bahkan tanpa keterangan yang jelas. Akibatnya, siswa yang tidak hadir tersebut tidak dapat mengikuti proses pengisian angket sesuai jadwal, sehingga otomatis tidak disertakan dalam analisis.
- b. Siswa mengisi angket secara tidak lengkap atau asal-asalan, sehingga tidak layak dianalisis.

Peneliti melakukan penyaringan responden dengan cara:

- a. Berkoordinasi dengan wali kelas dan guru jurusan untuk memperoleh data kehadiran siswa aktif.
- b. Memberikan angket hanya kepada siswa yang hadir dan bersedia mengisi secara sungguh-sungguh.
- c. Mengevaluasi kembali seluruh angket yang dikumpulkan, dan mengeluarkan angket yang tidak lengkap atau tidak valid.

Dari proses penyaringan tersebut, diperoleh sebanyak 93 siswa yang memenuhi syarat sebagai responden. Jumlah ini kemudian dibandingkan dengan hasil perhitungan rumus Slovin untuk memastikan bahwa ukuran sampel tersebut cukup secara statistik :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (error margin) = 5% (0,05)

Dengan populasi $N = 121$ dan tingkat kesalahan $e = 0,05$, maka:

$$n = \frac{121}{1 + 121(0,05)^2} = \frac{121}{1 + 121(0,0025)} = \frac{121}{1 + 0,3025} = \frac{121}{1,3025} = 92,89$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel sebanyak **93 responden**. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan 93 siswa sebagai sampel untuk mewakili populasi secara keseluruhan.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih (Creswell & Creswell, 2022). Pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan peneliti, seperti kemudahan akses atau karakteristik tertentu, sehingga tidak mewakili populasi secara keseluruhan. Meski demikian, teknik ini tetap digunakan, terutama saat data populasi tidak lengkap atau terdapat keterbatasan waktu dan sumber daya.

Beberapa jenis non-probability sampling yang umum digunakan antara lain: convenience sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kemudahan akses; purposive sampling, di mana sampel dipilih secara sengaja karena dianggap memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian; quota sampling, yang menjamin keterwakilan kelompok dalam proporsi tertentu; serta snowball sampling, yaitu metode berantai di mana responden merekomendasikan responden lain, biasanya digunakan pada populasi tersembunyi atau sulit dijangkau. Meskipun tidak ideal untuk generalisasi secara luas, teknik non-probability sampling tetap relevan dan efektif dalam penelitian eksploratif, studi kasus, serta penelitian dengan pendekatan kualitatif atau terbatas sumber daya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling, di mana responden dipilih secara sengaja dari siswa jurusan Akuntansi dan Keuangan Lembaga yang hadir, aktif, dan mampu mengisi angket secara valid. Siswa dari jurusan lain tidak dilibatkan karena tidak memiliki latar belakang pembelajaran yang sesuai dengan topik penelitian. Demikian pula, siswa yang tidak hadir atau mengisi angket dengan tidak serius dikeluarkan dari sampel. Jumlah 93 siswa dipandang tepat karena mencerminkan kondisi aktual di lapangan serta telah memenuhi kriteria ukuran sampel minimal secara statistik untuk analisis yang dilakukan.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan atribut, karakteristik, atau sifat yang diamati dan diukur dalam suatu studi untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antarfenomena. Variabel dapat mengalami perubahan dan memiliki nilai yang berbeda pada setiap individu, objek, atau kondisi yang diteliti. Dalam pendekatan kuantitatif, variabel umumnya dibedakan menjadi dua jenis utama, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas adalah faktor yang diduga menjadi penyebab atau pemengaruh, sedangkan variabel terikat merupakan hasil atau akibat yang muncul akibat adanya pengaruh dari variabel bebas.

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat yang disusun berdasarkan rumusan masalah, landasan teori, dan tujuan penelitian. Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variables*):
 - a. Etika Bisnis Islam (X_1)
 - b. Layanan Karyawan (X_2)
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*):
 - a. Minat Menabung (Y)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh etika bisnis islam (X_1) dan layanan karyawan (X_2) terhadap minat menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung.

Berikut ini adalah penjelasan masing-masing variabel:

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan terhadap variabel lain dalam penelitian. Variabel ini berperan sebagai faktor yang memberikan pengaruh terhadap objek yang diteliti dan menjadi dasar dalam menganalisis hubungan kausal antara sebab dan akibat. Dalam konteks penelitian ini, variabel bebas terdiri dari dua variabel utama yang secara teoritis dan empiris dianggap memiliki kontribusi penting dalam membentuk minat menabung siswa di lembaga keuangan syariah, khususnya USPPS Ausath Blokagung, yaitu:

 - a. Etika Bisnis Islam (X_1): Nilai-nilai dan prinsip syariah yang dijalankan dalam praktik bisnis di lembaga keuangan syariah.
 - b. Layanan Karyawan (X_2): Kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf USPPS kepada nasabah atau calon nasabah.

Tabel 3.1 Variabel Penelitian, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Etika Bisnis Islam (X ₁)	Etika bisnis Islam adalah prinsip-prinsip moral dan spiritual dalam kegiatan bisnis yang didasarkan pada ajaran Islam, meliputi kejujuran, keadilan, amanah, tanggung jawab sosial, dan larangan terhadap riba, gharar, dan maisir (Putra & Hasbiyah, Antonio, 2021).	1. Ketauhidan (Unity) 2. Keadilan (Equilibrium) 3. Ikhtiar (Free Will) 4. Amanah (Responsibility) 5. Kebajikan (Benevolence)	Likert
2.	Layanan Karyawan (X ₂)	Layanan karyawan adalah tindakan profesional dan interpersonal yang diberikan oleh pegawai kepada nasabah, yang mencerminkan kecepatan, ketepatan, empati, kualitas interaksi, dan kemudahan akses dalam rangka memenuhi harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2021).	1. Ketepatan (Reliability) 2. Ketanggapan (Responsiveness) 3. Kepercayaan (Assurance) 4. Kepedulian (Empathy) 5. Fasilitas (Tangibles)	Likert
3.	Minat Menabung (Y)	Minat menabung adalah kecenderungan psikologis individu yang mendorong perhatian, ketertarikan, dan tindakan aktif untuk menyimpan dana di lembaga keuangan, berdasarkan pengetahuan, perasaan suka, dan pengalaman terhadap produk tabungan (Kotler & Keller, 2021; Gunawan, 2021).	1. Kesadaran Menabung (Awareness) 2. Pengetahuan Menabung (Knowledge) 3. Rasa Suka Menabung (Liking) 4. Pilihan Menabung (Preference) 5. Keyakinan Menabung (Conviction)	Likert

Sumber: data diolah 2025

3.6 Uji Validitas, Reabilitas, dan Normalitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana item-item dalam instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (Sekaran & Bougie, 2022). Validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas digunakan untuk pengujian setiap pernyataan,

- a. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian terhadap konsistensi internal dari instrumen, yaitu seberapa stabil dan konsisten alat ukur menghasilkan data yang dapat dipercaya (Sekaran & Bougie, 2022). Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam pengukuran berulang.

- a. Nilai Cronbach Appha $\alpha > 0,60$ dapat diandalkan.
- b. Nilai Cronbach Apppha $\alpha < 0,60$ tidak dapat diandalkan.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal, sebagai prasyarat penggunaan analisis statistik parametrik (Sekaran & Bougie, 2022). Salah satu metode yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov yang dapat dijalankan melalui perangkat lunak SPSS. Uji normalitas dilakukan terhadap variabel yang diteliti:

- a. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika $\text{sig} < 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

3.7 Data Dan Sumber Data

1. Data

Data merupakan sekumpulan atau kejadian atau peristiwa yang terjadi secara nyata yang diperoleh dari suatu pngamatan yang berupa angka atau kategori yang nantinya akan digunakan sebagai bahan dasar sebagai sebuah informasi. Kegiatan penelitian sangat erat kaitannya dengan data. Keberadaan data dalam penelitian sangat diperlukan sebagai bahan baku informasi. Sehingga dari data yang dikumpulkan oleh peneliti maka objek penelitian dapat digambarkan secara spesifik.

2. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai suatu penelitian yang berkaitan. Ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui instrumen penelitian berupa kuesioner. Data ini dikumpulkan oleh peneliti dari subjek penelitian yang telah ditentukan, yaitu siswa yang menjadi calon nasabah atau memiliki minat terhadap layanan keuangan syariah seperti USPPS Ausath Blokagung. Tujuan pengumpulan data primer ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan variabel penelitian, yakni Etika Bisnis Islam, Layanan Karyawan, dan Minat Menabung.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber pendukung lain, seperti dokumentasi, arsip internal lembaga, laporan tahunan, jurnal ilmiah, artikel, dan literatur terkait. Data ini digunakan sebagai pelengkap untuk memperkuat dan mendukung analisis hasil data primer. Contoh data sekunder yang digunakan meliputi: profil USPPS Ausath, SOP pelayanan, laporan kegiatan lembaga, serta referensi dari buku dan jurnal ilmiah.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran dan Bougie (2022), teknik pengumpulan data ada 4 yaitu interview/wawancara, observasi, angket, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga metode, yaitu observasi, dokumentasi, dan angket.

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas atau kejadian di lapangan. Observasi dilakukan terhadap aktivitas pelayanan di USPPS Ausath Blokagung, khususnya dalam interaksi antara petugas dan siswa sebagai calon nasabah lembaga keuangan syariah.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah berbagai dokumen, arsip, laporan, gambar, dan

sumber tertulis lain yang relevan dengan objek penelitian. Metode ini digunakan untuk memperoleh data sekunder yang bersifat faktual dan dapat dipertanggungjawabkan. Dokumen yang dikaji dapat mencakup laporan tahunan, profil lembaga, standar operasional prosedur (SOP) pelayanan, hingga dokumen administrasi lainnya yang memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian (Sekaran & Bougie, 2022). Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi atau praktik yang terjadi di lapangan, serta memperkuat hasil temuan dari data primer yang dikumpulkan melalui angket, wawancara, atau observasi.

3. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data primer secara langsung dari responden melalui daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis. Instrumen ini dirancang untuk menggali tanggapan responden terkait variabel penelitian, yakni Etika Bisnis Islam, Layanan Karyawan, dan Minat Menabung. Kuesioner dibagikan kepada responden yang merupakan siswa yang menjadi calon nasabah atau memiliki minat terhadap layanan keuangan syariah seperti USPPS Ausath Blokagung. Penggunaan instrumen ini bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel, sesuai dengan tujuan penelitian (Sekaran & Bougie, 2022).

Untuk menjamin kualitas data, kuesioner disusun menggunakan skala Likert 4 poin, karena skala ini efektif dalam mengukur sikap, persepsi, atau opini responden terhadap suatu pernyataan. Berikut ini adalah kategori dan bobot skor yang digunakan dalam kuesioner:

Table 3.2 Pengukuran skala Likert

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TN)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah 2025

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah tahap krusial dalam penelitian untuk mengolah dan menafsirkan data yang telah dikumpulkan, sehingga dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Analisis ini memastikan hasil penelitian valid dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26 menggunakan model regresi linier berganda, karena melibatkan lebih dari satu variabel independen yang diduga memengaruhi variabel dependen, yaitu minat menabung. Analisis data merupakan tahap penting setelah pengumpulan data, yang mencakup pengelompokan, pengolahan, penyajian, dan pengujian hipotesis untuk menjawab rumusan masalah serta mencapai tujuan penelitian (Sekaran & Bougie, 2022).

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 26. Model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel independen yang diduga mempengaruhi variabel dependen.

1. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Teknik ini membantu mengetahui kontribusi masing-masing variabel, baik secara parsial maupun simultan, terhadap perubahan variabel terikat:

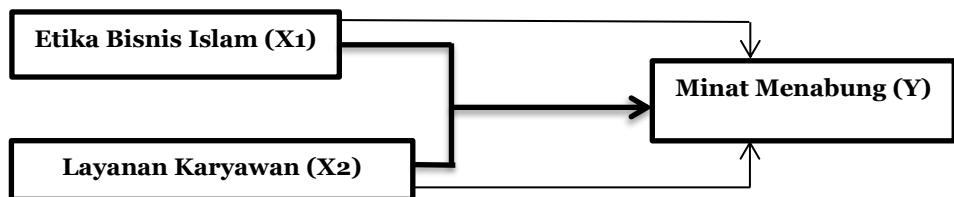
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y	= Variabel Terikat.
$X_1X_2 \dots X_n$	= Variabel bebas
a	= Konstanta
$b_1b_2 \dots b_n$	= Koefisien Regresi
e	= Variable Pengganggu.

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen secara parsial maupun simultan mempengaruhi variabel dependen. Beberapa teknik uji statistik yang digunakan dalam regresi linier berganda antara lain:

- a. Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen berpengaruh secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai signifikansi (p-value) lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat pengaruh signifikan. Uji ini membantu melihat kekuatan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen secara terpisah.
- b. Uji-F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel dependen. Dimana derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.
- c. Koefisien Determinasi (R^2) sering juga disebut dengan koefisien determinasi majmuk (coefficient of determination). Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai (R^2) berkisar antara 0 sampai dengan 1:
 - 1) Jika (R^2) = 0 berarti tidak terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
 - 2) Jika (R^2) = 1 berarti variabel bebas memiliki hubungan yang sempurna terhadap variabel terikat.



Gambar 3.1: Model Regresi Linier Berganda

Sumber: Data Diolah, 2025

Keterangan:

- >: Pengaruh parsial X terhadap Y
 ==>: Pengaruh simultan X terhadap Y

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obejek Penelitian

1. Sejarah berdirinya KOPONTREN AUSATH

Koperasi Pondok Pesantren Atas Usaha Thullab, atau yang lebih dikenal dengan nama KOPONTREN AUSATH, merupakan salah satu lembaga ekonomi berbasis syariah yang berada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi, Jawa Timur. Koperasi ini lahir sebagai bentuk nyata dari komitmen pesantren dalam memberdayakan potensi ekonomi umat, khususnya para santri, alumni, dan masyarakat di lingkungan sekitar pesantren. Berangkat dari semangat kemandirian dan prinsip ekonomi Islam, KOPONTREN AUSATH dibentuk untuk menjawab tantangan zaman, yaitu bagaimana lembaga pendidikan Islam dapat turut berperan aktif dalam pembangunan ekonomi nasional tanpa meninggalkan nilai-nilai keislaman.

Setelah melalui berbagai proses internal dan musyawarah, pada Februari 1994, koperasi ini secara resmi didaftarkan sebagai badan hukum dengan nama KOPONTREN AUSATH, sesuai dengan akta legalitas yang dikeluarkan oleh instansi pemerintah dengan Nomor: 7762/BH/II/1994. Sejak saat itu, koperasi ini telah memiliki dasar hukum yang sah untuk menjalankan operasional sebagai lembaga usaha berbadan hukum yang independen dan berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Fungsi utama dari KOPONTREN AUSATH adalah sebagai lembaga perekonomian yang mengelola berbagai unit usaha untuk menopang kebutuhan internal pesantren sekaligus melayani kebutuhan ekonomi masyarakat sekitar. Kegiatan usaha koperasi meliputi berbagai sektor seperti: simpan pinjam berbasis syariah (melalui Unit Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah atau USPPS), perdagangan kebutuhan pokok, penyediaan alat tulis dan perlengkapan sekolah, percetakan, penyediaan makanan santri, dan usaha-usaha lainnya yang relevan dengan kebutuhan lingkungan pesantren. Dengan berbagai lini usaha ini, KOPONTREN AUSATH telah menjadi pilar penting dalam menjaga stabilitas ekonomi pesantren dan menjadi contoh konkret penerapan ekonomi Islam di lingkungan pesantren.

Lebih dari sekadar lembaga bisnis, KOPONTREN AUSATH juga menjadi wadah pendidikan dan pelatihan kewirausahaan bagi

para santri. Melalui keterlibatan langsung dalam aktivitas koperasi, para santri dilatih untuk mengenal dunia usaha, memahami sistem manajemen keuangan, mempraktikkan etika bisnis Islam, serta belajar mengelola organisasi secara profesional. Hal ini menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Darussalam tidak hanya membekali santri dengan ilmu agama, tetapi juga membentuk pribadi yang mandiri, tangguh, dan berdaya saing tinggi di tengah arus globalisasi.

Dengan pendekatan integratif antara spiritualitas, intelektualitas, dan ekonomi, KOPONTREN AUSATH mampu menciptakan model pengembangan ekonomi berbasis pesantren yang berkelanjutan. Koperasi ini menjadi medium sinergi antara nilai-nilai keislaman dengan semangat kewirausahaan modern, di mana orientasi usaha tidak semata-mata mengejar keuntungan, tetapi juga keberkahan, kebermanfaatan, dan kesejahteraan bersama.

Dalam jangka panjang, Pondok Pesantren Darussalam melalui KOPONTREN AUSATH menargetkan untuk mencetak santri-santri yang tidak hanya alim dalam ilmu agama, tetapi juga unggul dalam dunia bisnis, manajemen, dan kepemimpinan organisasi. Diharapkan, para alumni pesantren mampu mengembangkan ekonomi umat di daerah masing-masing dengan membawa semangat kemandirian dan prinsip ekonomi syariah yang telah mereka pelajari dan praktikkan selama di pesantren.

Dengan demikian, KOPONTREN AUSATH bukan hanya simbol kemandirian ekonomi pesantren, tetapi juga menjadi inspirasi bagi lembaga-lembaga pendidikan Islam lainnya untuk turut berkontribusi dalam penguatan ekonomi umat. Sinergi antara pendidikan dan kewirausahaan ini merupakan bentuk implementasi nyata dari misi Islam rahmatan lil ‘alamin dalam konteks ekonomi dan pembangunan masyarakat.

2. Identitas Kelembagaan

Nama Koperasi	: KOPONTREN “AUSATH”
Alamat	: Pondok Pesantren Darussalam Blokagung desa Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi Jawa Timur.
Nomor badan hukum	: 7762/BH/II/1994
Telpon	: 0333- 847162 / 846368
e-mail	: koppontrenausath94@gmail.com .

3. Visi Misi USPPS Ausath Blokagung

Adapun visi dan misi dari USPPS Ausath Bklokagung sebagai berikut:

a. Visi

“Menjadi koperasi teladan yang mampu membangun ekonomi umat lebih amanah, adil, bermanfa’at dan mensejahterakan sebanyak mungkin ummat (rahmatan lil ‘alamiin) serta mampu memberi manfaat di dunia dan akhirat.”

b. Misi

1. Memberikan Melayani santri dan masyarakat dalam kegiatan ekonomi.
2. Menyediakan segala kebutuhan untuk beribadah, kebutuhan kantor, sekolah dan kebutuhan rumah tangga.
3. Menyediakan pelayanan jasa simpan pinjam pola syariah
4. Menyediakan kebutuhan-kebutuhan berbagai produk kerajinan Islami.
5. Menyediakan kebutuhan pendidikan dan pelatihan ekonomi.

4.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang beralamat di RT 002 RW 004, Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi, Jawa Timur. Koppontren Ausath merupakan koperasi yang dimiliki oleh Yayasan Pondok Pesantren Darussalam. Dalam struktur organisasi Koppontren ini, pengurus tidak mengangkat General Manager (GM), melainkan mengangkat beberapa manajer yang masing-masing membawahi beberapa unit usaha, dan secara langsung berada di bawah pengawasan pengurus secara kolektif. Hal ini dilakukan karena sulitnya mencari tenaga General Manager (GM) yang profesional dan mampu menguasai seluruh bidang usaha secara sekaligus.

Mengingat bahwa rapat anggota merupakan pemegang kendali dan penentu atas jalannya Koppontren, maka Koppontren Ausath senantiasa mengadakan Rapat Anggota secara rutin setiap tahun setelah tutup buku.

RAT (Rapat Anggota Tahunan) yang dilakukan oleh Koppontren selalu dihadiri oleh pejabat koperasi tingkat kabupaten. Pada kesempatan tersebut, selain menyampaikan laporan dan menetapkan program kerja, pengurus juga memanfaatkan momentum tersebut untuk meminta bimbingan dan arahan dari pejabat yang hadir.

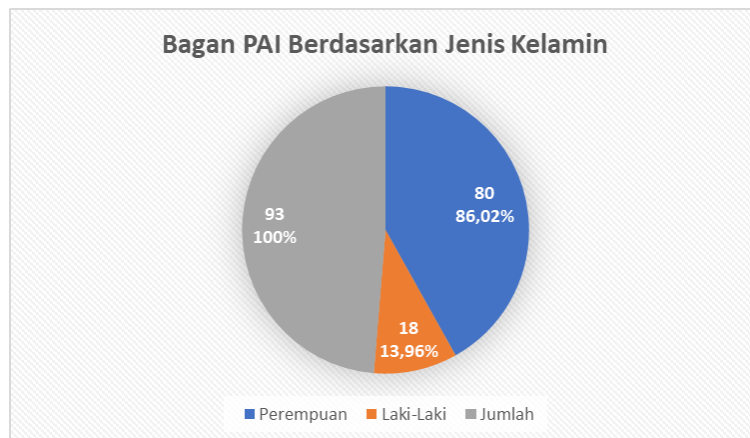
4.1.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden berisi penjelasan dari hasil pengumpulan data primer berupa kuesioner yang telah diisi oleh responden penelitian. Data ini kemudian dikelompokkan dan disajikan untuk memberikan gambaran umum yang jelas mengenai profil responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMK Darussalam Blokagung yang telah mengenal USPPS Ausath Blokagung, dengan jumlah populasi sebanyak 121 orang. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 93 orang, yang dipilih menggunakan teknik probability sampling. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan-pernyataan yang telah disusun berdasarkan variabel penelitian. Pada bagian ini menyajikan informasi mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan kelas. Berikut penjelasannya:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden siswa SMK Darussalam Blokagung jurusan Akuntansi dan Keuangan Lembaga yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



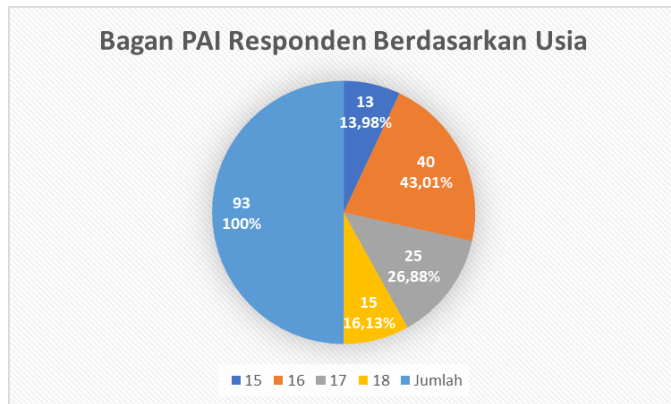
Gambar 4.1 Bagan PAI Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Diolah 2025

Dari hasil Gambar 4.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin siswa SMK Darussalam Blokagung jurusan Akuntansi dan Keuangan Lembaga yang diambil sebagai responden yang menunjukkan 80 orang dari total responden perempuan dengan persentase 86,02% sedangkan sisanya adalah responden laki laki sebanyak 18 orang dengan 13,98%.

2. Berdasarkan Usia

Adapun data berdasarkan usia responden siswa SMK Darussalam Blokagung jurusan Akuntansi dan Keuangan Lembaga sebagai berikut:



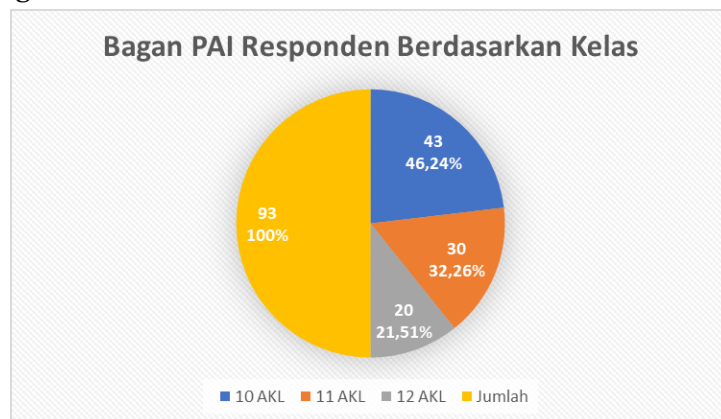
Gambar 4.2 Bagan PAI Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data Diolah 2025

Dari hasil gambar 4.2 diatas, diperoleh hasil bahwa responden yang berusia 15 tahun sebanyak 13 orang (13,98%), berusia 16 tahun sebanyak 40 orang (43,01%), berusia 17 tahun sebanyak 25 orang (26,88%), dan berusia 18 tahun sebanyak 15 orang (16,13%).

3. Berdasarkan Kelas

Adapun data berdasarkan kelas responden siswa SMK Darussalam Blokagung jurusan Akuntansi dan Keuangan Lembaga sebagai berikut:



Gambar 4.3 Bagan PAI Responden Berdasarkan Kelas

Sumber: Data Diolah 2025

Dari hasil gambar 4.3 diatas, menunjukkan bahwa responden dari kelas X AKL sebanyak 43 orang (46,24%), dari kelas XI AKL sebanyak 30 orang (32,26%), dan dari kelas XII AKL sebanyak 20 orang (21,51%).

4.2 Analisis Data

Dalam penelitian ini dikumpulkan dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Jenis responden yang digunakan adalah kuesioner tertutup dimana responden hanya memilih jawaban yang tersedia, kuesioner terdiri dari 25 pernyataan untuk variabel etika bisnis islam, 25 pernyataan untuk variabel layanan karyawan dan 25 pernyataan untuk variabel minat menabung.

1. Uji Validitas, Reabilitas dan Normalitas

a. Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila item-item pernyataannya dapat merepresentasikan konstruk secara tepat dan relevan. Menurut Sekaran dan Bougie (2022), validitas adalah sejauh mana alat ukur dalam penelitian benar-benar mencerminkan konsep yang sedang diteliti, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya dan layak digunakan dalam analisis.

Secara statistik, pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan setiap item pernyataan dengan total skor menggunakan rumus korelasi product moment. Suatu pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Penentuan r tabel dilakukan dengan terlebih dahulu mengetahui derajat kebebasan (df), yang diperoleh dari rumus $df = n - 2$. Dalam penelitian ini, jumlah responden sebanyak 93 orang sehingga derajat kebebasan adalah $93 - 2 = 91$. Berdasarkan df tersebut, nilai r tabel yang digunakan adalah sebesar 0,204. Dengan demikian, setiap item pernyataan yang memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,204 dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini. Instrumen yang memenuhi kriteria validitas ini dianggap mampu memberikan gambaran yang akurat terhadap variabel yang diteliti. Sebagai berikut:

Table 4.1 Uji Validitas Etika Bisnis Islam (X1)

No	Rhitung	rtabel	Keputusan
1	0,488	0,204	Valid
2	0,666	0,204	Valid
3	0,716	0,204	Valid
4	0,674	0,204	Valid
5	0,508	0,204	Valid
6	0,556	0,204	Valid
7	0,765	0,204	Valid
8	0,758	0,204	Valid
9	0,584	0,204	Valid
10	0,789	0,204	Valid
11	0,785	0,204	Valid
12	0,652	0,204	Valid
13	0,577	0,204	Valid
14	0,479	0,204	Valid
15	0,604	0,204	Valid
16	0,633	0,204	Valid
17	0,388	0,204	Valid
18	0,439	0,204	Valid
19	0,526	0,204	Valid
20	0,633	0,204	Valid
21	0,633	0,204	Valid
22	0,607	0,204	Valid
23	0,414	0,204	Valid
24	0,482	0,204	Valid
25	0,509	0,204	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Dari table 4.1 dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,204), sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian mampu mengukur indikator variabel secara tepat dan konsisten. Validitas yang terpenuhi juga mencerminkan bahwa kuesioner layak digunakan sebagai alat ukur karena telah memenuhi kelayakan isi dan relevansi terhadap konstruk teoritis. Dengan demikian, instrumen ini dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang valid pada tahap analisis berikutnya.

Table 4.2 Uji Validitas Layanan Karyawan (X2)

No	Rhitung	rtabel	Keputusan
1	0,317	0,204	Valid
2	0,548	0,204	Valid
3	0,590	0,204	Valid
4	0,534	0,204	Valid
5	0,558	0,204	Valid
6	0,473	0,204	Valid
7	0,619	0,204	Valid
8	0,592	0,204	Valid
9	0,567	0,204	Valid
10	0,684	0,204	Valid
11	0,707	0,204	Valid
12	0,552	0,204	Valid
13	0,507	0,204	Valid
14	0,379	0,204	Valid
15	0,519	0,204	Valid
16	0,542	0,204	Valid
17	0,529	0,204	Valid
18	0,463	0,204	Valid
19	0,487	0,204	Valid
20	0,556	0,204	Valid
21	0,576	0,204	Valid
22	0,583	0,204	Valid
23	0,391	0,204	Valid
24	0,427	0,204	Valid
25	0,436	0,204	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,204. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item dalam kuesioner mampu mengukur indikator dari masing-masing variabel secara tepat dan konsisten dengan konsep yang telah ditetapkan dalam kajian teori. Validitas yang terpenuhi ini juga mengindikasikan bahwa instrumen disusun berdasarkan landasan teoritis yang kuat, sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

Tabel 4.3 Uji Validitas Minat Menabung (Y)

No	rhitung	rtabel	Keputusan
1	0,647	0,204	Valid
2	0,610	0,204	Valid
3	0,647	0,204	Valid
4	0,610	0,204	Valid
5	0,647	0,204	Valid
6	0,610	0,204	Valid
7	0,637	0,204	Valid
8	0,441	0,204	Valid
9	0,536	0,204	Valid
10	0,590	0,204	Valid
11	0,618	0,204	Valid
12	0,590	0,204	Valid
13	0,441	0,204	Valid
14	0,416	0,204	Valid
15	0,495	0,204	Valid
16	0,464	0,204	Valid
17	0,461	0,204	Valid
18	0,423	0,204	Valid
19	0,422	0,204	Valid
20	0,561	0,204	Valid
21	0,525	0,204	Valid
22	0,541	0,204	Valid
23	0,444	0,204	Valid
24	0,319	0,204	Valid
25	0,414	0,204	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS, 2025

Dari table 4.3 dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel (0,204). Dengan demikian pernyataan-pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal dari suatu instrumen penelitian, yaitu sejauh mana item-item dalam instrumen tersebut memberikan hasil yang stabil dan konsisten apabila digunakan berulang kali dalam kondisi yang serupa. Menurut (Sekaran dan Bougie, 2022), reliabilitas merujuk pada derajat

ketergantungan (dependability) dari suatu alat ukur terhadap waktu dan situasi yang berbeda, selama konstruk yang diukur tetap sama.

Instrumen dikatakan reliabel apabila item-item pertanyaannya mampu menunjukkan korelasi yang kuat satu sama lain dan mengukur variabel secara konsisten. Salah satu teknik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas adalah Cronbach's Alpha. Nilai koefisien Cronbach's Alpha digunakan untuk menunjukkan sejauh mana skala yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik.

Adapun kriteria interpretasi nilai Cronbach's Alpha menurut Sekaran dan Bougie (2022) adalah sebagai berikut:

1. Nilai $\alpha \geq 0,80$: Sangat reliabel
2. Nilai $0,70 \leq \alpha < 0,80$: Dapat diterima
3. Nilai $\alpha < 0,60$: Tidak reliabel

Dengan demikian, jika suatu konstruk atau variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Uji Reliabel

No	Variabel	Cronbach Alpha Varriabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Etika Bisnis Islam (X1)	0,919	0,60	Reliabel
2	Layanan Karyawan (X2)	0,888	0,60	Reliabel
3	Minat Menabung (Y)	0,885	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS, 2025

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$. Dengan demikian variabel (marketing syariah, kualitas produk, dan minat menabung) dapat dikatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Statistik parametrik mengasumsikan bahwa variabel yang digunakan dalam model analisis harus memiliki distribusi data yang mendekati normal. Menurut (Sekaran dan Bougie, 2022), normalitas data merupakan salah satu syarat penting untuk memastikan validitas hasil analisis regresi, terutama ketika menggunakan

pendekatan parametrik. Oleh karena itu, uji normalitas perlu dilakukan terhadap data residual untuk memastikan bahwa kesalahan prediksi (error) dari model regresi menyebar secara normal.

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov melalui program SPSS versi 26. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data dinyatakan berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.5 : Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91941224
Most Extreme Differences	Absolute	.152
	Positive	.107
	Negative	-.152
Test Statistic		.152
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Diolah SPSS, 2025

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi normal. Berdasarkan output SPSS pada Tabel 4.5, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal secara statistik.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 responden. Berdasarkan prinsip Central Limit Theorem, distribusi residual tetap dapat dianggap mendekati normal karena ukuran sampel yang besar cenderung menghasilkan distribusi sampling yang normal meskipun data mentahnya tidak normal secara statistik. Analisis regresi linear dapat tetap digunakan dan hasil pengujian dinilai valid.

2. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui

pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Menurut (Sekaran dan Bougie, 2022), regresi berganda bertujuan untuk menjelaskan hubungan dan memprediksi perubahan variabel dependen berdasarkan variabel-variabel bebas yang digunakan. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengetahui arah hubungan (positif atau negatif) serta seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.6 Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.838	3.886		1.245	.216
	X1	-.006	.029	.007	-.227	.821
	X2	.956	.031	.956	30.940	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah SPSS, 2025

Minat Menabung = $4,838 - 0,006 \text{ Etika Bisnis Islam} + 0,956 \text{ Layanan Karyawan} + e$

- Nilai konstanta (a) sebesar 4,838 dan bersifat positif, namun tidak berhubungan langsung dengan koefisien regresi etika bisnis Islam dan layanan karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi perubahan apapun terhadap minat menabung apabila tidak ada pengaruh dari variabel etika bisnis Islam dan layanan karyawan.
- Nilai koefisien etika bisnis Islam sebesar $-0,006$ (negatif). Maka, apabila terjadi penambahan satu satuan pada variabel etika bisnis Islam, maka minat menabung justru akan menurun sebesar 0,006, dengan anggapan variabel lain bersifat tetap. Namun demikian, pengaruh ini tidak signifikan secara statistik karena nilai signifikansi sebesar $0,821 > 0,05$.
- Nilai koefisien layanan karyawan sebesar 0,956 (positif). Maka, apabila terjadi penambahan satu satuan pada variabel layanan karyawan, maka minat menabung akan meningkat sebesar 0,956, dengan anggapan variabel lain bersifat tetap.

1. Uji t (t-test)

Uji t dalam regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen (X) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi dari setiap variabel bebas secara statistik berbeda dari nol.

Dengan kata lain, apakah masing-masing variabel independen secara individual benar-benar memiliki kontribusi terhadap model. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) terhadap taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Sig. $< 0,05 \rightarrow H_0$ ditolak, artinya koefisien regresi signifikan secara parsial.
- b. Jika nilai Sig. $> 0,05 \rightarrow H_0$ diterima, artinya koefisien regresi tidak signifikan secara parsial.

Berdasarkan hasil uji t yang ditampilkan pada Tabel 4.6, diperoleh bahwa:

Variabel Etika Bisnis Islam (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar -0,227 dengan nilai signifikansi sebesar 0,821. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Minat Menabung (Y). Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak.

Variabel Layanan Karyawan (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 30,940 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Layanan Karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menabung (Y). Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak.

Dari hasil uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa hanya variabel Layanan Karyawan yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Menabung, sedangkan variabel Etika Bisnis Islam berpengaruh tetapi tidak signifikan.

2. Uji F (uji regresi secara bersama)

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Sekaran dan Bougie (2022), uji ini bertujuan mengukur kelayakan model regresi secara keseluruhan, yaitu apakah kombinasi variabel bebas mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat secara signifikan.

Model regresi dinyatakan layak jika nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, model regresi yang dibentuk dapat digunakan sebagai dasar untuk

analisis hubungan antar variabel dan prediksi terhadap variabel dependen. Uji ini juga penting sebagai langkah awal sebelum melakukan pengujian secara parsial, untuk memastikan bahwa model yang dibangun memiliki kekuatan penjelasan secara kolektif.

Tabel 4.7 ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3648.091	2	1824.046	484.334	.000 ^b
	Residual	338.941	90	3.766		
	Total	3987.032	92			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data Diolah SPSS, 2025

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 4.7, diperoleh nilai F hitung sebesar 484,334 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi signifikan secara simultan.

Keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel Etika Bisnis Islam (X_1) dan Layanan Karyawan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung (Y). Model regresi dinyatakan layak digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini.

3. Uji R² (uji koefisien determinasi)

Uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh variabel independent mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.8 Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.957 ^a	.915	.913	1.941
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable : Y				

Sumber: Data Diolah SPSS, 2025

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan

oleh variabel independen dalam model regresi. Berdasarkan Tabel 4.13, nilai R Square sebesar 0,915 menunjukkan bahwa 91,5% variasi pada Minat Menabung (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Etika Bisnis Islam (X1) dan Layanan Karyawan (X2) secara simultan.

Sisa 8,5% (100% - 91,5%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai R Square yang tinggi menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan prediksi yang sangat baik terhadap variabel dependen.

4.3 pembahasan

Penelitian ini dilakukan menggunakan data primer dengan menggunakan tiga variabel bebas yaitu Pengaruh Etika Bisnis Islam (X1) dan Layanan Karyawan (X2) Terhadap Minat Menabung (Y) Siswa SMK Darussalam Blokagung, yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang telah dibagikan kepada siswa SMK Darussalam Blokagung Kemudian dari hasil jawaban tersebut diolah dan di analisis dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Pembahasan dari hasil analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Etika Bisnis Islam (X1) terhadap Minat Menabung (Y) pada USPPS Ausath Blokagung

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26, diketahui bahwa variabel Etika Bisnis Islam (X1) memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung (Y), namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar -0,227 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,666 pada taraf signifikansi 0,05. Selain itu, nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,821 lebih besar dari 0,05, yang menandakan bahwa hubungan antara variabel X1 dan Y tidak signifikan secara parsial. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Artinya, secara statistik tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Etika Bisnis Islam terhadap Minat Menabung pada USPPS Ausath Blokagung.

Variabel Etika Bisnis Islam dalam penelitian ini dikonstruksi berdasarkan lima indikator utama yang bersumber dari prinsip-prinsip etika dalam ajaran Islam, yaitu ketauhidan (tauhid), keadilan (kejujuran dan keseimbangan dalam muamalah), ikhtiar (usaha secara sungguh-sungguh), amanah (dapat dipercaya), dan

kebajikan (berbuat baik terhadap sesama). Indikator-indikator ini dirumuskan dengan mengacu pada pendekatan normatif yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis, sehingga mencerminkan pandangan ideal mengenai bagaimana aktivitas bisnis seharusnya dijalankan dalam perspektif Islam.

Berdasarkan hasil penyebaran angket kepada responden, sebagian besar siswa memberikan jawaban "setuju" terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam indikator Etika Bisnis Islam. Hal ini menunjukkan bahwa siswa memiliki persepsi positif terhadap nilai-nilai etika dalam berbisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Namun demikian, meskipun respon terhadap nilai-nilai tersebut cukup tinggi, hal ini belum tentu secara langsung memengaruhi minat mereka untuk menabung. Kemungkinan, terdapat faktor-faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan siswa untuk menabung, seperti kondisi ekonomi keluarga, kebutuhan pribadi, aksesibilitas layanan keuangan, atau pengaruh lingkungan sosial.

Dengan demikian, meskipun secara teoritis etika bisnis Islam memiliki potensi untuk membentuk perilaku ekonomi yang baik, dalam konteks penelitian ini pengaruhnya terhadap minat menabung belum terlihat secara nyata. Hasil ini memberikan indikasi bahwa perlu adanya pendekatan yang lebih integratif, misalnya melalui penguatan edukasi keuangan berbasis nilai-nilai Islam yang dikaitkan langsung dengan praktik menabung dalam kehidupan sehari-hari siswa..

Secara teoritis, etika bisnis Islam merupakan prinsip dasar yang mengarahkan kegiatan ekonomi agar berjalan sesuai dengan nilai keadilan, tanggung jawab, dan transparansi. Etika ini mengajarkan bahwa aktivitas ekonomi adalah bagian dari ibadah yang memerlukan niat dan perlakuan yang benar. Dalam konteks USPPS Ausath, prinsip amanah tercermin dari upaya lembaga dalam menjaga kepercayaan anggota, sedangkan prinsip ikhtiar tergambar dalam pelayanan yang profesional dan berkelanjutan. Prinsip keadilan diwujudkan dalam pelayanan yang tidak diskriminatif terhadap seluruh anggota termasuk siswa, dan nilai kebajikan ditunjukkan melalui sikap sopan, ramah, serta komunikasi yang terbuka. Hal ini ditegaskan Allah SWT dalam Q.S. An-Nahl [16]: 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya:

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”. (Q.S. An-Nahl (16) 125).

Ayat ini menunjukkan pentingnya komunikasi yang baik dalam bermuamalah, termasuk dalam pelayanan keuangan. Dalam praktik pelayanan USPPS Ausath, nilai amanah tercermin dari keterbukaan karyawan dalam menjelaskan produk dan menjaga kepercayaan anggota. Sikap ikhtiar terlihat dalam usaha memberikan layanan secara profesional dan terus meningkatkan kualitas pelayanan. Nabi Muhammad SAW juga mengajarkan untuk bermuamalah secara ramah dan toleran. Praktik ini dapat diimplementasikan melalui sapaan sopan, senyum tulus, ucapan terima kasih, dan kesediaan meminta maaf ketika terjadi kekeliruan.

Selain itu, prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam menuntut agar tidak terjadi diskriminasi dalam perlakuan terhadap seluruh anggota, termasuk para siswa SMK yang menjadi responden dalam penelitian ini. Dalam praktiknya, keadilan tercermin dari pelayanan yang adil, jujur, dan transparan tanpa membedakan latar belakang sosial atau ekonomi anggota. Nilai kebajikan dalam etika bisnis Islam juga terlihat dari adanya keterbukaan informasi, kejelasan dalam akad atau perjanjian, serta sikap melayani yang dilandasi oleh keikhlasan dan kesungguhan. Etos pelayanan seperti ini sangat penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas anggota terhadap lembaga keuangan syariah.

Di sisi lain, minat menabung pada dasarnya merupakan bentuk perilaku ekonomi yang kompleks dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut antara lain tujuan keuangan individu, tingkat pemahaman terhadap manfaat menabung, pengaruh lingkungan sosial, serta pendekatan yang digunakan oleh lembaga keuangan dalam menyampaikan nilai-nilai yang diyakini oleh anggotanya. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, etika bisnis Islam dapat menjadi salah satu faktor yang berpotensi memengaruhi minat menabung, karena nilai-nilainya mampu memberikan jaminan bahwa dana nasabah dikelola secara amanah dan sesuai prinsip syariah. Bagi siswa yang memiliki kesadaran

religius tinggi, keberadaan prinsip-prinsip etika syariah ini bisa menjadi pertimbangan penting dalam memilih lembaga tempat menyimpan dana.

Menurut Antonio (2021), etika bisnis Islam tidak hanya bertujuan untuk memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan sesuai dengan hukum halal-haram dalam Islam, tetapi juga bertujuan untuk membangun relasi ekonomi yang berdasarkan pada nilai kepercayaan, kejujuran, dan tanggung jawab. Nilai-nilai ini sangat relevan untuk memperkuat loyalitas nasabah dan menciptakan sistem ekonomi yang stabil dan berkelanjutan. Namun, dalam kenyataannya, hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Etika Bisnis Islam (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,299 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara teoritis variabel ini memiliki potensi pengaruh, secara statistik pengaruhnya terhadap Minat Menabung (Y) dinyatakan tidak signifikan.

Artinya, penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam yang baik belum sepenuhnya menjadi alasan utama bagi siswa dalam menentukan keputusan menabung. Kemungkinan, hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman siswa secara menyeluruh terhadap prinsip-prinsip syariah, atau karena pengaruh faktor eksternal lainnya yang lebih dominan, seperti kenyamanan layanan, kecepatan transaksi, atau promosi yang ditawarkan oleh lembaga keuangan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Ashlihah dan Muhammad (2021), yang menemukan bahwa etika pemasaran syariah juga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung, dengan nilai signifikansi sebesar 0,552. Penelitian tersebut menggarisbawahi bahwa faktor seperti strategi pelayanan dan pendekatan promosi memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap keputusan menabung nasabah muda.

Dengan demikian, meskipun variabel Etika Bisnis Islam dalam penelitian ini tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik terhadap minat menabung siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung, secara konseptual variabel ini tetap memiliki relevansi penting. Nilai-nilai etika syariah harus tetap dijaga dan dikembangkan, tidak hanya sebagai simbol atau formalitas, tetapi sebagai fondasi yang membentuk budaya ekonomi Islam yang sehat, berintegritas, dan bertanggung jawab. Dalam jangka panjang, pembiasaan terhadap etika bisnis Islam di kalangan generasi muda dapat menjadi investasi penting

dalam membangun masyarakat yang adil, transparan, dan berorientasi pada keberkahan dalam aktivitas ekonomi.

2. Pengaruh Layanan Karyawan (X₂) Terhadap Minat Menabung (Y) Pada USPPS Ausath Blokagung

Variabel Layanan Karyawan (X₂) dalam penelitian ini diukur melalui lima indikator utama layanan yang merujuk pada dimensi kualitas layanan, yaitu ketepatan (reliability), ketanggapan (responsiveness), kepercayaan (confidence), kepedulian (empathy), dan fasilitas (tangible). Kelima dimensi tersebut merepresentasikan bagaimana karyawan memberikan pelayanan yang tidak hanya efisien tetapi juga memperhatikan kebutuhan emosional dan kenyamanan nasabah. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel ini disusun berdasarkan teori kualitas layanan yang telah banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya, serta disesuaikan dengan konteks pelayanan pada lembaga keuangan syariah, khususnya USPPS Ausath Blokagung.

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada siswa SMK Darussalam Blokagung yang belum menjadi nasabah, mayoritas responden memberikan jawaban “setuju” terhadap item-item pernyataan dalam indikator layanan. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum persepsi siswa terhadap layanan yang diberikan oleh karyawan USPPS Ausath cukup positif. Penilaian positif ini menjadi indikasi bahwa kualitas layanan dapat berperan penting dalam menarik minat siswa untuk mulai menabung. Dalam konteks ini, pelayanan bukan hanya soal teknis transaksi, tetapi juga menyangkut interaksi sosial dan citra lembaga yang terbentuk di mata calon anggota.

Hasil pengolahan data melalui analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 26 menunjukkan bahwa variabel Layanan Karyawan (X₂) memiliki nilai t hitung sebesar 30,940 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($30,940 > 1,666$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel X₂ berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Minat Menabung (Y). Dengan demikian, hipotesis nol (H₀) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti bahwa semakin baik layanan yang diberikan karyawan, semakin tinggi pula minat siswa untuk menabung di lembaga tersebut.

Setiap indikator layanan dalam penelitian ini memiliki kontribusi tersendiri dalam membentuk pengalaman positif siswa terhadap USPPS Ausath. Dimensi ketepatan tercermin dalam

pelayanan yang dilakukan secara tepat waktu, akurat dalam pencatatan transaksi, dan sesuai prosedur. Ketanggapan terlihat dari kecepatan dan kesigapan karyawan dalam memberikan informasi serta menanggapi pertanyaan atau kebutuhan siswa mengenai produk tabungan. Kepercayaan dibangun melalui sikap ramah, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan yang meyakinkan. Kepedulian tercermin dari sikap empati, kesabaran, dan keramahan dalam berinteraksi, terutama saat menghadapi siswa yang mungkin belum memiliki pengetahuan cukup mengenai layanan keuangan. Sementara itu, fasilitas yang disediakan seperti ruang pelayanan yang nyaman, kebersihan lingkungan, dan ketersediaan media informasi (seperti brosur atau banner) juga turut membentuk persepsi positif dan mendukung kemudahan dalam proses menabung.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan minat menabung siswa. Temuan ini mempertegas pentingnya peran frontliner atau staf pelayanan dalam menciptakan pengalaman nasabah yang baik, terutama bagi segmen pemula seperti pelajar. Lembaga keuangan syariah perlu terus meningkatkan kualitas layanan melalui pelatihan karyawan, penyediaan fasilitas yang memadai, serta penguatan komunikasi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan minat nasabah, khususnya dari kalangan generasi muda.

Dari sudut pandang Islam, pelayanan kepada sesama, termasuk kepada calon nasabah atau siswa yang ingin menabung, harus dijalankan dengan adil, santun, dan bermanfaat. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nahl [16]: 90 yang berbunyi:

﴿ إِنَّ اللَّهَ بِأَمْرٍ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠ ﴾

Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.”. (Q.S. An-Nahl (16) 90).

Ayat ini menegaskan pentingnya menjalankan pelayanan dengan prinsip keadilan dan kebaikan. Dalam konteks USPPS Ausath, memberikan pelayanan yang adil dan berkualitas kepada semua kalangan, termasuk siswa yang belum menjadi anggota, merupakan bentuk nyata dari implementasi nilai-nilai syariah dalam praktik pelayanan koperasi.

Penelitian ini juga diperkuat oleh temuan yang disampaikan oleh Citra dan Asah (2021), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mandiri Tbk KCP Kendal Boja. Dalam penelitian tersebut, mereka menyimpulkan bahwa pelayanan yang profesional, cepat, dan responsif mampu membangun kepercayaan nasabah baru serta mendorong mereka untuk mulai memanfaatkan produk-produk keuangan yang ditawarkan. Pelayanan yang baik tidak hanya menciptakan kepuasan, tetapi juga menumbuhkan loyalitas dan minat dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan lembaga keuangan.

Sejalan dengan temuan tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Layanan Karyawan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung (Y) pada USPPS Ausath Blokagung. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan koperasi, seperti sikap ramah, ketepatan waktu, kejelasan informasi, serta kesiapan dalam membantu siswa, berkontribusi langsung dalam membentuk persepsi positif terhadap koperasi. Ditambah dengan fasilitas pelayanan yang nyaman dan sistem yang tertata baik, hal ini mampu meningkatkan rasa percaya dari siswa SMK Darussalam Blokagung yang sebelumnya belum menjadi anggota aktif koperasi.

Dengan adanya pengalaman pelayanan yang menyenangkan dan profesional, siswa merasa lebih yakin dan aman untuk memulai kegiatan menabung. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas tidak hanya berdampak pada kepuasan jangka pendek, tetapi juga mendorong perubahan perilaku keuangan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, peningkatan layanan karyawan menjadi salah satu strategi penting dalam memperkuat minat menabung siswa pada lembaga keuangan syariah seperti USPPS Ausath Blokagung.

3. Pengaruh Etika Bisnis Islam (X_1) dan Layanan Karyawan (X_2) terhadap Minat Menabung (Y) pada USPPS Ausath Blokagung

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26, diperoleh bahwa

variabel Etika Bisnis Islam (X_1) dan Layanan Karyawan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung (Y) pada USPPS Ausath Blokagung. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji ANOVA (uji F) yang disajikan dalam Tabel 4.10, di mana nilai F hitung sebesar 484,334 diperoleh dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini jauh lebih besar dari F tabel sebesar 3,10 dan signifikan pada taraf 5% (0,05), sehingga menghasilkan keputusan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan demikian, secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan terhadap Minat Menabung siswa SMK Darussalam Blokagung yang belum menjadi anggota USPPS Ausath.

Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa kombinasi antara penerapan nilai-nilai etika Islam dan pelayanan yang optimal secara bersamaan mampu menciptakan persepsi yang positif terhadap lembaga keuangan syariah. Etika bisnis Islam yang diwujudkan melalui nilai-nilai kejujuran, keadilan, keteladanan, dan tanggung jawab institusional menjadi faktor penting dalam membentuk rasa percaya dari calon anggota. Di sisi lain, layanan karyawan yang ditunjukkan melalui sikap ramah, cepat tanggap, komunikatif, dan profesional juga berkontribusi besar dalam membangun hubungan yang kuat antara lembaga dan calon nasabah. Interaksi positif inilah yang kemudian dapat meningkatkan kecenderungan siswa untuk mulai menabung di lembaga tersebut.

Perpaduan antara aspek spiritual (nilai-nilai etika Islam) dan aspek fungsional (kualitas layanan karyawan) terbukti menjadi strategi yang efektif dalam mempengaruhi perilaku ekonomi generasi muda. Dalam konteks ini, minat menabung tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional seperti fasilitas atau kemudahan transaksi, tetapi juga oleh kesesuaian lembaga dengan nilai-nilai moral dan keyakinan pribadi siswa. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan lembaga keuangan syariah dalam menarik minat nasabah pemula, khususnya dari kalangan pelajar, sangat dipengaruhi oleh seberapa jauh nilai-nilai Islam yang mendasari operasional lembaga diterapkan secara nyata dalam setiap aspek pelayanan.

Menurut Sekaran dan Bougie (2022), perilaku ekonomi individu tidak hanya terbentuk dari aspek layanan yang bersifat praktis,

melainkan juga dipengaruhi oleh aspek psikologis dan normatif, seperti persepsi etika, kepercayaan, dan integritas lembaga. Dalam kerangka keuangan syariah, nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, keadilan, serta komunikasi yang terbuka dan transparan menjadi unsur penting yang tidak hanya menciptakan loyalitas nasabah, tetapi juga mendorong keputusan awal untuk menggunakan produk-produk keuangan syariah, termasuk tabungan.

Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi lembaga keuangan syariah agar tidak hanya fokus pada perbaikan aspek teknis pelayanan, tetapi juga secara konsisten membangun dan menanamkan nilai-nilai etika Islam dalam seluruh proses bisnisnya. Meningkatkan pemahaman karyawan terhadap prinsip-prinsip etika syariah dan menerapkannya dalam interaksi sehari-hari dengan nasabah dapat menjadi kunci dalam menciptakan citra lembaga yang amanah, profesional, dan terpercaya. Upaya ini tidak hanya berdampak pada kepuasan nasabah saat ini, tetapi juga membangun loyalitas jangka panjang.

Lebih dari itu, strategi integratif antara nilai dan pelayanan ini sangat relevan untuk menjangkau segmen muda, khususnya siswa, yang cenderung mempertimbangkan aspek moral, nilai spiritual, dan kepercayaan dalam mengambil keputusan ekonomi, termasuk keputusan untuk menabung. Dengan demikian, lembaga keuangan syariah memiliki peluang besar untuk memperluas basis nasabah muda melalui pendekatan yang mengedepankan nilai-nilai Islam secara nyata dalam layanan sehari-hari..

Dalam Islam, pentingnya mengelola harta dengan bijak dan tidak konsumtif telah ditegaskan dalam Q.S. Al-Isra' [17]: 26 yang berbunyi:

وَكَمْ أَهْلَكْنَا مِنَ الْقُرُونِ مِنْ بَعْدِ نُوحٍ وَكَفَىٰ بِرَبِّكَ بِذُنُوبِ عِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا ١٧

Artinya:

“Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” (Q.S. Al-Isra' (17) 26).

Ayat ini mencerminkan prinsip manajemen keuangan Islam yang menganjurkan sikap hemat dan menabung sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan spiritual. USPPS Ausath memiliki

peluang besar untuk menarik minat siswa menabung melalui penerapan prinsip syariah dan layanan yang berkualitas.

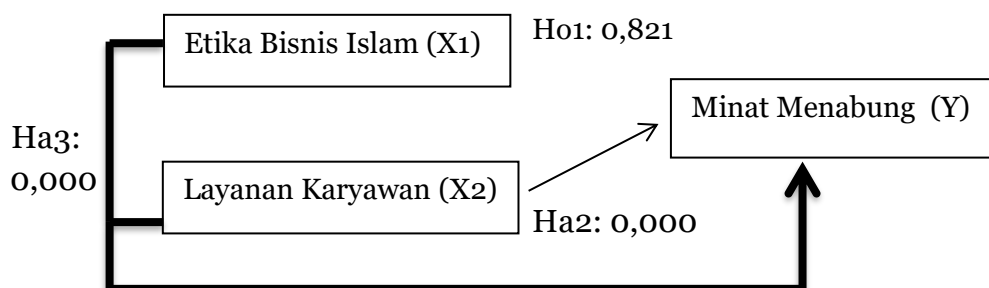
Hasil ini didukung oleh penelitian Ashlihah dan Muhammad (2021) yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan etika syariah secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di BMT Peta Cabang Jombang. Penelitian tersebut menekankan pentingnya integrasi nilai etika dan pelayanan dalam membangun minat menabung.

Dengan demikian, Etika Bisnis Islam (X_1) dan Layanan Karyawan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung (Y) pada USPPS Ausath Blokagung. Temuan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara penerapan nilai-nilai etika Islam dalam operasional lembaga dan pelayanan yang profesional berperan penting dalam membentuk persepsi positif siswa terhadap lembaga keuangan syariah. Pelayanan yang ramah, jujur, transparan, serta konsisten dengan prinsip-prinsip syariah menjadi faktor penentu dalam menarik minat siswa untuk mulai menabung. Hal ini semakin relevan mengingat sebagian besar siswa belum memiliki pengalaman menabung sebelumnya, sehingga persepsi awal mereka terhadap lembaga sangat dipengaruhi oleh kualitas etika dan layanan yang mereka terima.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dirumuskan hasil model persamaan regresi linier berganda yang telah diuji dalam penelitian ini yang kemudian akan diinterpretasikan sebagai berikut:

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

$$Y = 4,838 + 0,006X_1 + 0,956X_2 + e$$



Gambar 4.4 : Hasil Model Regresi Linier Berganda

Sumber: Data Diolah, 2025

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh Etika Bisnis Islam (X₁) dan Layanan Karyawan (X₂) terhadap Minat Menabung (Y) siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Etika bisnis Islam berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung siswa SMK Darussalam Blokagung. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh adanya tidak sesuaian antara hal-hal yang dianggap penting oleh siswa dengan karakteristik minat menabung yang mereka rasakan secara pribadi.
2. Layanan Karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa SMK Darussalam Blokagung. Semakin tinggi kualitas layanan karyawan, maka semakin tinggi pula minat siswa untuk menabung. Pelayanan yang ramah, cepat, dan jelas membuat siswa merasa nyaman dan terdorong untuk lebih sering menabung.
3. Etika bisnis Islam dan layanan karyawan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung siswa SMK Darussalam Blokagung. Namun, secara parsial, etika bisnis Islam berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh ketidaksesuaian antara nilai-nilai etika bisnis Islam dengan persepsi atau kebutuhan pribadi siswa dalam menabung. Sebaliknya, layanan karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung. Kualitas pelayanan yang ramah, cepat, dan jelas memberikan kenyamanan bagi siswa serta mendorong mereka untuk lebih aktif dalam menabung.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan terhadap Minat Menabung siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

4. Bagi siswa SMK Darussalam Blokagung

Etika Bisnis Islam berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Minat Menabung siswa SMK Darussalam Blokagung. Hasil analisis menunjukkan bahwa hubungan antara variabel ini dan minat

menabung tidak cukup kuat secara statistik. Meskipun nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan keadilan penting dalam membentuk sikap keuangan siswa, namun belum mampu memberikan pengaruh yang nyata terhadap kecenderungan untuk menabung. Meski demikian, etika bisnis Islam tetap relevan sebagai dasar moral dan spiritual dalam pendidikan keuangan syariah.

5. Bagi USPPS Ausath Blokagung

Layanan Karyawan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung siswa SMK Darussalam Blokagung. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan lembaga keuangan syariah, seperti sikap ramah, kecepatan respon, ketepatan informasi, serta ketersediaan fasilitas yang memadai, mampu menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan siswa. Aspek layanan ini terbukti berkontribusi secara nyata dalam mendorong minat siswa untuk menabung dan berpartisipasi dalam kegiatan keuangan syariah di lingkungan sekolah.

6. Bagi peneliti selanjutnya

Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung siswa SMK Darussalam Blokagung. Kolaborasi antara nilai etika dan kualitas layanan membentuk dasar penting dalam menumbuhkan minat menabung. Etika memberi landasan moral, sedangkan layanan menciptakan pengalaman yang mendukung. Oleh karena itu, penguatan kedua aspek ini penting untuk membangun budaya menabung yang berkelanjutan di kalangan pelajar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, N. & Gunawan, H. 2021. *Perilaku Konsumen dalam Menabung di Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Buchari, A. 2016. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Creswell, J.W. & Creswell, J.D. 2022. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Los Angeles: SAGE Publications.
- Fachreza, M., Syahrul, I., & Putri, A.Y. 2024. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 8(1): 11–21.
- Fitri, M. & Halim, M. 2022. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Fitriani, R. & Sari, N. 2021. "Pengaruh Etika Bisnis terhadap Keputusan Menabung di Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 13(2): 101–110.
- Gunawan, R. 2021. *Psikologi Konsumen dan Perilaku Keuangan Pribadi*. Surabaya: Laksana.
- Harahap, M. & Fathoni, A. 2022. *Ekonomi Mikro Syariah dan Lembaga Keuangan Non Bank*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hasibuan, A. 2021. *Metodologi Penelitian: Teori dan Aplikasi dalam Ekonomi Islam*. Medan: UMSU Press.
- Hassan, M. & Ali, T. 2021. "The Role of Islamic Ethics in Financial Decision Making." *Journal of Islamic Finance and Economics*, Vol. 9(1): 45–58.
- Kemenkeu RI. 2023. *Laporan Tahunan Keuangan Inklusif Indonesia*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2023. *Data Perkembangan Koperasi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kementerian Koordinator Perekonomian RI. 2022. *Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI)*. Jakarta: Kemenko Perekonomian.
- Kimkuri, A. & Buntu, N. 2021. *Manajemen Mutu Pelayanan Publik*. Makassar: CV Cita Nusantara.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2021. *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

- Machali, I. 2021. *Research Methodology: Pendidikan Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Maulana, F. & Arifin, M. 2021. *USPPS dan Peranannya dalam Perekonomian Syariah*. Malang: UIN Maliki Press.
- Mubarok, A. 2022. *Etika Bisnis Islam: Nilai-nilai dan Prinsip dalam Dunia Usaha*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Musyafak, M. 2022. *Pemberdayaan Ekonomi Umat Berbasis Pesantren*. Banyuwangi: Aswaja Pressindo.
- Neuman, W.L. 2021. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (8th ed.). Boston: Pearson.
- Nurdin, A. 2022. "Kualitas Layanan Karyawan terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Ekonomi dan Pelayanan*, Vol. 10(1): 55–67.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2021. *Profil Lembaga Keuangan Non Bank di Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2022. *Laporan Tahunan Perkembangan Industri Keuangan Non Bank*. Jakarta: OJK.
- Pegadaian. 2022. *Laporan Kinerja Pegadaian Syariah*. Jakarta: PT Pegadaian (Persero).
- Prabowo, H. & Hidayah, S. 2023. "Layanan Karyawan dan Etika Bisnis Islam sebagai Determinan Minat Menabung." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 5(2): 89–102.
- Putra, R. & Hasbiyah, A. 2018. *Etika Bisnis dalam Islam: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rahmawati, D. & Nugroho, I. 2022. "Layanan Karyawan dan Kepercayaan Konsumen di Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam Nusantara*, Vol. 7(1): 33–45.
- Rahman, M. & Sari, R. 2021. *Etika Bisnis Islam dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Sahir, A. 2021. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sari, R. & Rahman, F. 2022. "Peran Etika dan Layanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Muda." *Jurnal Manajemen Syariah*, Vol. 4(1): 22–34.
- Sekaran, U. & Bougie, R. 2022. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). Hoboken: Wiley.
- Solomon, M.R. 2021. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Boston: Pearson Education.

- Warnida, I. & Herlina, S. 2024. "Pengaruh Religiusitas dan Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Menabung." *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 6(1): 44–53.
- Yusof, M. & Rashid, M. 2021. *Ethical Behavior in Islamic Perspective*. Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Yusuf, M. & Hartini, R. 2023. *Etika Bisnis dalam Dunia Digital*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assamualaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan untuk menyusun tugas skripsi di Universitas KH Mukhtar Syafaat. Maka dengan segala keikhlasan saya mengharapkan kesediaan dan partisipasinya Saudara/I guna mengisi kuesioner yang terlampir. Adapun judul penelitian yang saya ajukan yaitu “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS Ausath Blokagung”.

Hasil informasi yang didapatkan melalui kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan riset (penelitian) dan tidak untuk kepentingan di luar riset (penelitian), sehingga penelitian ini tetap menjaga kerahasiaannya sesuai dengan etika penelitian.

Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/I yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan menyatakan pendapat dalam penelitian ini, saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

- I. Identitas Responden Nama :
Jenis Kelamin :
Kelas :
Usia :

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda centang (✓) pada salah satu kolom yang sesuai dengan pendapat Saudara/i tentang USPPS Ausath Blokagung berdasarkan informasi, penjelasan, atau kesan yang Saudara/i peroleh.

Berikan pendapat anda sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

- | | | | |
|----|-----|-----------------------|-----------|
| 1. | SS | : Sangat Setuju | (skor: 4) |
| 2. | S | : Setuju | (skor: 3) |
| 3. | TS | : Tidak Setuju | (skor: 2) |
| 4. | STS | : Sangat Tidak Setuju | (skor: 1) |

1. Etika Bisnis Islam (X1)

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban			
			SS	S	TS	STS
			4	3	2	1
1	Ketauhidan (unity)	Menabung di lembaga syariah termasuk bagian dari ibadah.				
2		USPPS Ausath menjalankan tabungan sesuai prinsip Islam.				
3		Nilai kejujuran dan ketuhanan diterapkan di USPPS Ausath.				
4		Kegiatan ekonomi juga bisa menjadi ibadah.				
5		Aktivitas menabung yang dilakukan sesuai prinsip Islam mencerminkan kepatuhan terhadap nilai ketuhanan.				
1	Keadilan (Equilibrium)	USPPS Ausath melayani siswa secara adil.				
2		Semua siswa mendapat perlakuan yang sama di USPPS Ausath.				
3		Tidak ada siswa yang diistimewakan dalam layanan USPPS Ausath.				
4		Sistem layanan USPPS Ausath dibuat adil untuk semua siswa.				
5		Proses pelayanan di USPPS Ausath mencerminkan keseimbangan hak dan kewajiban seluruh anggota.				
1	Kehendak Bebas (Ikhtiar/Freewill)	Bebas memilih apakah ingin menabung di USPPS Ausath atau tidak.				
2		Keputusan untuk menabung adalah hak dan pilihan pribadi.				
3		Menabung adalah salah satu bentuk ikhtiar saya untuk masa depan.				
4		Menabung bisa menjadi bentuk tanggung jawab terhadap diri sendiri.				
5		Kebebasan dalam memilih layanan keuangan menjadi bagian dari penghormatan terhadap pilihan individu.				
1		Petugas USPPS menyampaikan informasi dengan jujur.				
2		USPPS menjelaskan aturan tabungan secara terbuka dan jelas.				

3	Amanah (Responsibility)	Tidak ada informasi penting yang disembunyikan dari siswa.				
4		Saya percaya USPPS bertanggung jawab terhadap dana siswa.				
5		Prinsip amanah tercermin dalam kejelasan dan konsistensi layanan tabungan di USPPS Ausath.				
1	Kebajikan (Benevolence)	Petugas USPPS dikenal ramah terhadap semua siswa.				
2		USPPS Ausath membantu siswa yang kesulitan dalam menabung..				
3		Petugas USPPS peduli terhadap kenyamanan siswa.				
4		USPPS mengajarkan nilai tolong-menolong dalam kegiatan menabung.				
5		Budaya layanan di USPPS Ausath dibangun atas dasar saling membantu dan memberi manfaat secara tulus.				

2. Layanan Karyawan (X2)

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban			
			SS	S	TS	STS
			4	3	2	1
1	Ketepatan (Realibility)	Petugas USPPS Ausath melayani sesuai jadwal yang ditentukan.				
2		Layanan tabungan diberikan sesuai aturan yang berlaku.				
3		Petugas menjalankan tugas dengan baik dan benar.				
4		Informasi yang diberikan petugas sesuai dengan kenyataan.				
5		Setiap layanan yang diberikan USPPS Ausath dilakukan secara konsisten dan sesuai prosedur yang telah ditetapkan.				
1	Ketanggapan (Responsiveness)	Petugas cepat melayani siswa yang datang menabung.				
2		Pertanyaan siswa dijawab dengan cepat.				
3		Petugas segera membantu jika siswa mengalami kendala.				
4		Petugas aktif memberikan informasi tentang layanan tabungan.				
5		Respons petugas terhadap kebutuhan siswa menunjukkan kesigapan dalam pelayanan.				
1	Kepercayaan (Confidence)	Petugas memahami aturan dan prosedur tabungan.				
2		Penjelasan petugas mudah dimengerti.				
3		Petugas mampu menjawab pertanyaan siswa dengan baik.				
4		Layanan dari petugas menumbuhkan rasa aman.				
5		Petugas memberikan layanan dengan cara yang profesional dan dapat dipercaya.				
1	Kepedulian (Empathy)	Petugas memperhatikan kebutuhan siswa dalam menabung.				
2		Petugas bersedia mendengarkan keluhan atau pertanyaan siswa.				
3		Petugas memperlakukan semua siswa dengan baik.				

4		Petugas memahami kondisi siswa yang belum bisa menabung rutin.				
5		Pelayanan diberikan dengan penuh perhatian dan sikap menghargai kondisi siswa.				
1	Fasilitas (Tangible)	Ruang layanan USPPS Ausath bersih dan nyaman.				
2		Peralatan yang digunakan dalam pelayanan berfungsi dengan baik.				
3		Penampilan petugas rapi dan sopan.				
4		Lokasi USPPS Ausath mudah dijangkau.				
5		Informasi visual tentang layanan tabungan disediakan secara jelas di lingkungan USPPS Ausath.				

3. Minat Menabung (Y)

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban			
			SS	S	TS	STS
			4	3	2	1
1	Kesadaran menabung (Awareness)	Menabung penting untuk masa depan.				
2		USPPS Ausath Blokagung menyediakan layanan tabungan.				
3		Menabung membantu saat butuh uang mendadak.				
4		Informasi tentang tabungan disampaikan di sekolah.				
5		Edukasi tentang manfaat menabung disampaikan secara rutin dalam kegiatan sekolah.				
1	Pengetahuan Menabung (Knowledge)	Lokasi USPPS Ausath Blokagung mudah dijangkau.				
2		Cara menabung di USPPS Ausath mudah dimengerti.				
3		Petugas menjelaskan layanan tabungan dengan jelas.				
4		Jadwal menabung di USPPS Ausath sudah ditentukan.				
5		Petunjuk atau alur layanan tabungan tersedia dalam bentuk yang mudah dipahami.				
1	Rasa suka Menabung (Liking)	Kegiatan menabung terasa menyenangkan.				
2		Petugas USPPS Ausath ramah dalam melayani siswa.				
3		Layanan tabungan membuat nyaman.				
4		Ruang layanan tabungan tertata dengan baik.				
5		Lingkungan layanan yang kondusif meningkatkan minat untuk datang dan menabung.				
1	Pilihan menabung (Preference)	Menabung lebih bermanfaat dari pada membelanjakan uang.				
2		Uang jajan bisa disisihkan untuk menabung.				
3		Menabung di USPPS Ausath lebih aman dari pada simpan uang di rumah				

4		USPPS Ausath cocok untuk tempat menabung siswa.				
5		USPPS Ausath menjadi salah satu pilihan utama siswa dalam menyimpan uang saku.				
1	Keyakinan menabung (Conviction)	Menabung membantu mewujudkan rencana masa depan.				
2		USPPS Ausath mengelola tabungan dengan baik.				
3		Kebiasaan menabung bisa dimulai sejak sekolah.				
4		Menabung rutin memberi manfaat besar di kemudian hari.				
5		Menabung secara teratur mencerminkan kebiasaan hidup hemat dan terencana.				

Data Responden

No.	NAMA	JENIS KELAMIN	KELAS	USIA
1	ACHMAD KHOIRUN NAF'I	LAKI LAKI	X AKL 2	15
2	AHMAD SHAFUDIN AZIZ	LAKI LAKI	X AKL 2	15
3	AHMAD WAFI RAHMAN	LAKI LAKI	X AKL 2	15
4	AKBAR MAULANA	LAKI LAKI	X AKL 2	15
5	DAVINZA PUTRA LUTVI ADITYA	LAKI LAKI	X AKL 2	15
6	DHIKA WAHYU NURDIANSYAH	LAKI LAKI	X AKL 2	15
7	HENDRIK SETIAWAN	LAKI LAKI	X AKL 2	16
8	LUKI ADE YOGI PRATAMA	LAKI LAKI	X AKL 2	15
9	MUHAMAD WILDAN ANGGASAPUTRA	LAKI LAKI	X AKL 2	15
10	MUHAMMAD ZA'Q FADILA	LAKI LAKI	X AKL 2	15
11	RAFI CANDRA ADITYA	LAKI LAKI	X AKL 2	16
12	ADE LINATA	PEREMPUAN	X AKL 1	15
13	ARFI NAILIL AMANI	PEREMPUAN	X AKL 1	16
14	AULIYA MUKARROMAH	PEREMPUAN	X AKL 1	16
15	AURELLIA SALSABILLA	PEREMPUAN	X AKL 1	15
16	CHINTIA MEISYA ERVIANA	PEREMPUAN	X AKL 1	15
17	DILLA RISZKY ZAHRA NI	PEREMPUAN	X AKL 1	15
18	DOMINIX ERIYANTI	PEREMPUAN	X AKL 1	16
19	EVITA SARI HANDAYANI	PEREMPUAN	X AKL 1	15
20	FAHILA JIHAN RAHMANIA	PEREMPUAN	X AKL 1	15
21	FEBBIYOLA NURUL APRINIA	PEREMPUAN	X AKL 1	15
22	FEBRIANA INDAH PERMATASARI	PEREMPUAN	X AKL 1	16
23	FIKI ZULFATUL AULIA	PEREMPUAN	X AKL 1	16
24	HILMA DUWI NOFIANTI	PEREMPUAN	X AKL 1	15
25	INDAH SEPTIA RAMADANI	PEREMPUAN	X AKL 1	16
26	INTAN ROBI'ATUL FAJRIYAH	PEREMPUAN	X AKL 1	16
27	JESICCA AURIEL AULYA	PEREMPUAN	X AKL 1	15
28	JIHAN NURIL FADHILAH	PEREMPUAN	X AKL 1	15
29	KEYLIN AMANDA MEILANI PUTRI	PEREMPUAN	X AKL 1	15
30	KHOIRUN NAZILATUL NOFINZA	PEREMPUAN	X AKL 1	16
31	KURNIA NURUL HAMIDA	PEREMPUAN	X AKL 1	15
32	LATIFATUL MASNGUDAH	PEREMPUAN	X AKL 1	16
33	NAILA DIVA NAYASARI	PEREMPUAN	X AKL 1	16
34	NINDYA KIRANA PARAMITHA	PEREMPUAN	X AKL 1	15
35	RENITA DWI SAFITRI	PEREMPUAN	X AKL 1	15
36	WAHYU RISKI ASTUTI	PEREMPUAN	X AKL 1	15
37	ZAHRA TUSYITA	PEREMPUAN	X AKL 1	16
38	AHMAD ROMI HAQQI ANNA ZILY	LAKI LAKI	XI AKL 2	17
39	DIMAS ARIF MAULANA SABIL	LAKI LAKI	XI AKL 2	16
40	HIDAYAT ADRIYANTO	LAKI LAKI	XI AKL 2	16
41	M.HAMIM JAZULI	LAKI LAKI	XI AKL 2	17
42	MOH. FAIS DAROINI	LAKI LAKI	XI AKL 2	16
43	MOHAMMAD JIBRIL KADAVI	LAKI LAKI	XI AKL 2	16
44	MOHAMMAD MINHAJ ARWANI	LAKI LAKI	XI AKL 2	17
45	MUHAMAD RAAFDUN LATIF	LAKI LAKI	XI AKL 2	16
46	ROBITH ALI MUDZAKKIR	LAKI LAKI	XI AKL 2	16

No.	NAMA	JENIS KELAMIN	KELAS	USIA
47	AMALIA ASMAUL HUSNA MAJID	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
48	AMALIA PRAYOGI R	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
49	ASSIFA NURMAULIDIA	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
50	AULIA APRIL LATIFAH	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
51	BABY NAZILA	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
52	BALQIS RODHATUL JANNAH	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
53	CHANDRA AYU FIRNANDA	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
54	CHELSEA NAILA AL BELDA	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
55	CITRA MAWATI	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
56	DESTI IRMA YUNITA	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
57	EKA SEFTIANASARI	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
58	ELOK EKA SAFITRI	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
59	FAJRINA SALSABILA	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
60	KHOFIFAH MAHARANI	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
61	KHOIRIYAH	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
62	MUJAYANAH	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
63	NABILA RAHMA	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
64	NAILA NURUL HIDAYAHTUSOLEHA	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
65	NAJUWA KIRANIA	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
66	NAYLA ZAHRA IMAROTUL EDENIA	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
67	NAYLUL FAUZIAH	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
68	NITA AMELIYA	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
69	NUJMA MAULIDA	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
70	NURMA MEIYANA	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
71	PUTRI NUR ROMADHONI	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
72	RENATA OLVIANA SELDIA RIYANTO	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
73	SELFY SALSABILA	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
74	SELVI QURROTA AINUN	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
75	SERA NADILLA NUR KHASANAH	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
76	SITI ZAIDATUL KHAROMAH	PEREMPUAN	XI AKL 1	17
77	ULFAH MASRUROH	PEREMPUAN	XI AKL 1	16
78	WILDAN ARFA JULVIARDANAR	LAKI LAKI	XII AKL 2	16
79	ALFIAN FIRDAUS	LAKI LAKI	XII AKL 2	16
80	ABIL FIRMANSAH	LAKI LAKI	XII AKL 2	17
81	YOGI AVRINO	LAKI LAKI	XII AKL 2	16
82	ALIEF PUTRA PRATAMA EFENDI	LAKI LAKI	XII AKL 2	16
83	ZEDA SHOFI MUBAROK	LAKI LAKI	XII AKL 2	17
84	MOH. DIKA FAZRI FAQIH	LAKI LAKI	XII AKL 2	16
85	ANGGER ZAELANI	LAKI LAKI	XII AKL 2	16
86	MUHAMAD AINUN NAJIB	LAKI LAKI	XII AKL 2	17
87	IQBAL MAULANA ISHAQ	LAKI LAKI	XII AKL 2	16
88	ACHA OLIVIA VIOLA MONNY	LAKI LAKI	XII AKL 2	16
89	AFLAH KHAURA ANZALI	LAKI LAKI	XII AKL 2	18
90	AGUSTYA ALMADINA SHARAVITA	LAKI LAKI	XII AKL 2	17
91	AINUN AYU SYABILLA	PEREMPUAN	XII AKL 1	18
92	AMANATUS SOLEHA	PEREMPUAN	XII AKL 1	18
93	AMANDA ALIFATUL NADZIROH	PEREMPUAN	XII AKL 1	18

1. Etika Bisnis Islam (X1) Responden

[illegible]

2. Layanan Karyawan (X2) Responden

[illegible]

3. Minat Menabung (Y) Responden

NO RES	MINAT MENABUNG (Y)																								TOTALY		
	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y31	Y32	Y33	Y34	Y35	Y41	Y42	Y43	Y44	Y45	Y51	Y52	Y53	Y54	Y55		
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	77	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	92
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	93
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	94
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	81
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	77
7	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	89
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3	77
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	79
10	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	88
11	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	86
12	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	84
13	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	3	4	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4	86
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	84
16	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	97
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
20	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	92
21	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	88
22	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
23	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	87
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	86
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	94
27	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	93
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	93
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	92
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	99
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	90
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	97
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	95
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	98
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	92
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	91
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	89
38	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	80
39	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	88
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	3	75
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76
43	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	89
44	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	79
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	73
46	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	2	4	4	2	3	4	2	4	3	3	3	2	4	4	4	80
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
48	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	88
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	91
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	88
54	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	88
55	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
56	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	87
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	84
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	94
60	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	91
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	95
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	96
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	99
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	92
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	99
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	96
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	96
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3								

Etika Bisnis Islam (X1) Uji Validitas

		Correlations																										
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	A26	
P01	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 0.000 93	.399 0.000 93	.626 0.000 93	.586 0.000 93	.584 0.000 93	.673 0.000 93	.345 0.001 93	.307 0.000 93	.008 0.000 93	.009 0.000 93	.010 0.059 93	.011 0.000 93	.012 0.000 93	.013 0.170 93	.014 0.260 93	.015 0.034 93	.016 0.142 93	.017 0.416 93	.018 0.016 93	.019 0.142 93	.020 0.156 93	.021 0.310 93	.022 0.142 93	.023 0.156 93	.024 0.050 93	.025 0.050 93	.026 0.000 93
P02	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.399 0.000 93	1 0.000 93	.803 0.000 93	.873 0.000 93	.594 0.000 93	.732 0.000 93	.768 0.000 93	.648 0.000 93	.482 0.000 93	.336 0.001 93	.591 0.000 93	.806 0.000 93	.297 0.004 93	.254 0.014 93	.206 0.048 93	.262 0.011 93	.110 0.292 93	.195 0.081 93	.105 0.318 93	.262 0.011 93	.262 0.011 93	.253 0.014 93	.266 0.010 93	.081 0.562 93	.071 0.502 93	.666 0.000 93	
P03	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.626 0.000 93	.803 0.000 93	1 0.000 93	.936 0.000 93	.642 0.000 93	.786 0.000 93	.706 0.000 93	.786 0.000 93	.237 0.022 93	.595 0.000 93	.649 0.000 93	.567 0.000 93	.365 0.038 93	.216 0.000 93	.175 0.094 93	.303 0.000 93	.169 0.106 93	.059 0.571 93	.287 0.005 93	.303 0.003 93	.303 0.004 93	.295 0.009 93	.214 0.039 93	.221 0.021 93	.229 0.027 93	.716 0.000 93	
P04	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.586 0.000 93	.873 0.000 93	.936 0.000 93	1 0.000 93	.594 0.000 93	.871 0.000 93	.768 0.000 93	.768 0.000 93	.286 0.005 93	.444 0.000 93	.591 0.000 93	.507 0.000 93	.297 0.004 93	.254 0.014 93	.206 0.048 93	.110 0.292 93	.195 0.081 93	.105 0.318 93	.262 0.011 93	.262 0.011 93	.253 0.014 93	.266 0.010 93	.081 0.562 93	.071 0.502 93	.666 0.000 93	.674 0.000 93	
P05	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.470 0.000 93	.594 0.000 93	.642 0.000 93	.594 0.000 93	1 0.000 93	.396 0.000 93	.512 0.000 93	.392 0.000 93	.398 0.000 93	.213 0.022 93	.492 0.000 93	.312 0.002 93	.213 0.040 93	.405 0.000 93	.044 0.875 93	.280 0.005 93	.005 0.963 93	.127 0.000 93	.021 0.380 93	.380 0.000 93	.280 0.000 93	.282 0.000 93	.066 0.528 93	.093 0.373 93	.102 0.332 93	.508 0.000 93	
P06	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.673 0.000 93	.732 0.000 93	.786 0.000 93	.871 0.000 93	.396 0.000 93	1 0.000 93	.643 0.000 93	.643 0.000 93	.185 0.076 93	.340 0.001 93	.381 0.000 93	.420 0.000 93	.213 0.040 93	.175 0.093 93	.235 0.023 93	.126 0.028 93	.119 0.256 93	.020 0.852 93	.138 0.198 93	.228 0.028 93	.226 0.028 93	.221 0.034 93	-.026 0.807 93	.093 0.373 93	.102 0.332 93	.556 0.000 93	
P07	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.345 0.001 93	.786 0.000 93	.706 0.000 93	.786 0.000 93	.512 0.000 93	.643 0.000 93	1 0.000 93	.888 0.000 93	.469 0.000 93	.540 0.000 93	.781 0.000 93	.590 0.000 93	.473 0.000 93	.425 0.000 93	.344 0.001 93	.243 0.019 93	.203 0.051 93	.164 0.116 93	.178 0.088 93	.243 0.019 93	.243 0.025 93	.233 0.021 93	.125 0.231 93	.382 0.000 93	.392 0.0		

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

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

Layanan Karyawan (X2) Uji Validitas

		Correlations																											
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26		
P01	Pearson Correlation	1	.170	.459 ^{**}	.399 ^{**}	.269 ^{**}	.610 ^{**}	.347 ^{**}	.565 ^{**}	.211 [*]	.435 ^{**}	.277 ^{**}	.165	.160	-.012	.134	-.018	-.034	-.021	-.012	-.152	-.140	-.118	-.149	.141	-.082	.317 [*]		
	Sig. (2-tailed)		.103	.000	.000	.009	.000	.001	.000	.042	.000	.007	.076	.126	.912	.202	.866	.747	.841	.912	.147	.181	.262	.153	.178	.435	.002		
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P02	Pearson Correlation		1	.521 ^{**}	.643 ^{**}	.703 ^{**}	.597 ^{**}	.664 ^{**}	.334 ^{**}	.404 ^{**}	.287 ^{**}	.368 ^{**}	.409	.203	.022	.138	.132	.112	.084	.022	.270 ^{**}	.132	.061	.183	-.052	.102	.548 ^{**}		
	Sig. (2-tailed)		.103	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.005	.000	.000	.000	.050	.834	.187	.206	.287	.425	.834	.009	.206	.562	.079	.622	.330	.000		
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P03	Pearson Correlation		.459 ^{**}	.521 ^{**}	1	.901 ^{**}	.566 ^{**}	.474 ^{**}	.412 ^{**}	.680 ^{**}	.097	.344 ^{**}	.413 ^{**}	.464 ^{**}	.221 [*]	.163	-.050	.161	.163	.001	.163	.149	.263 ^{**}	.263 ^{**}	.136	.167	-.005	.590 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.353	.001	.000	.000	.000	.034	.079	.635	.123	.118	.993	.079	.153	.011	.006	.195	.109	.960	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P04	Pearson Correlation		.399 ^{**}	.643 ^{**}	.901 ^{**}	1	.665 ^{**}	.611 ^{**}	.423 ^{**}	.675 ^{**}	.184	.327 ^{**}	.326 ^{**}	.444 ^{**}	.092	.154	-.157	.057	.062	-.096	.058	.091	.154	.180	.120	.132	.050	.534 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.078	.001	.001	.000	.382	.141	.134	.588	.552	.362	.578	.384	.141	.084	.252	.207	.634	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P05	Pearson Correlation		.269 ^{**}	.703 ^{**}	.566 ^{**}	.665 ^{**}	1	.529 ^{**}	.487 ^{**}	.350	.365 ^{**}	.297 ^{**}	.445 ^{**}	.333 ^{**}	.191	.255 ^{**}	-.079	.161	.204	.088	.040	.151	.161	.161	.088	.109	.179	.558 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.004	.000	.000	.067	.014	.453	.123	.050	.400	.704	.146	.011	.006	.195	.269	.088	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P06	Pearson Correlation		.610 ^{**}	.597 ^{**}	.474	.611 ^{**}	.529 ^{**}	1	.536 ^{**}	.506	.393 ^{**}	.374	.344 ^{**}	.312 [*]	.154	-.086	.188	.099	-.006	.027	-.086	.035	-.003	.023	-.101	.114	.021	.473 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.002	.141	.411	.071	.343	.962	.801	.411	.738	.975	.829	.337	.275	.840	.000		
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P07	Pearson Correlation		.347 ^{**}	.664 ^{**}	.412	.423 ^{**}	.487 ^{**}	.538 ^{**}	1	.676 ^{**}	.432 ^{**}	.493 ^{**}	.671 ^{**}	.263 ^{**}	.493 ^{**}	.128	.396 ^{**}	.148	.194	.023	.036	.181	.055	-.006	-.069	.253	.177	.619 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.221	.000	.156	.062	.827	.734	.083	.604	.955	.509	.014	.090	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P08	Pearson Correlation		.565 ^{**}	.334 ^{**}	.680 ^{**}	.675 ^{**}	.350	.506 ^{**}	.676 ^{**}	1	.388 ^{**}	.486 ^{**}	.546 ^{**}	.382 ^{**}	.283 ^{**}	.162	.148	.030	.103	.018	.071	-.034	.030	.064	.014	.425	.127	.592 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.122	.156	.772	.328	.866	.502	.748	.772	.543	.895	.000	.226	.000		
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P09	Pearson Correlation		.211	.404 ^{**}	.097	.184	.365 ^{**}	.393 ^{**}	.432 ^{**}	.388 ^{**}	1	.449 ^{**}	.430 ^{**}	.322 ^{**}	.146	.124	.388 ^{**}	.203	.299 ^{**}	.495 ^{**}	-.040	.143	.120	.156	.188	.243	.220	.567 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.042	.000	.353	.078	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.162	.237	.000	.051	.009	.000	.707	.170	.253	.137	.071	.019	.034	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P10	Pearson Correlation		.425 ^{**}	.287 ^{**}	.344	.327 ^{**}	.297 ^{**}	.374 ^{**}	.493 ^{**}	.496 ^{**}	.449 ^{**}	1	.644 ^{**}	.349 ^{**}	.396 ^{**}	.247 ^{**}	.493 ^{**}	.174	.419	.286 ^{**}	.247 ^{**}	.153	.174	.129	.181	.346	.397 ^{**}	.684 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.001	.001	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.017	.000	.095	.000	.005	.017	.144	.095	.223	.123	.001	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P11	Pearson Correlation		.277 ^{**}	.368 ^{**}	.413	.326 ^{**}	.445 ^{**}	.344	.671 ^{**}	.548	.430 ^{**}	.644 ^{**}	1	.422 ^{**}	.540 ^{**}	.304 ^{**}	.329	.260	.417 ^{**}	.275 ^{**}	.138	.161	.175	.204	.088	.341 ^{**}	.207	.707 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.001	.012	.000	.008	.187	.124	.093	.849	.404	.001	.046	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P12	Pearson Correlation		.185	.409 ^{**}	.464	.444 ^{**}	.333 ^{**}	.312 [*]	.263 ^{**}	.382 ^{**}	.322 ^{**}	.348 ^{**}	.422 ^{**}	1	.151	.212 [*]	.192	.067	.169	.322 ^{**}	.008	.131	.150	.188	.381 ^{**}	.140	.232	.552 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.076	.000	.000	.000	.001	.002	.011	.000	.002	.001	.000	.000	.148	.042	.066	.521	.106	.002	.940	.211	.150	.071	.000	.180	.033	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P13	Pearson Correlation		.160	.203	.221 [*]	.092	.191	.154	.483 ^{**}	.283 ^{**}	.146	.358 ^{**}	.540 ^{**}	.151	1	.157	.382 ^{**}	.248	.164	.189	.340 ^{**}	.315 ^{**}	.248	.208	.160	.140	.133	.507 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.126	.050	.034	.382	.067	.141	.000	.006	.162	.000	.000	.000	.148	.132	.000	.051	.009	.000	.001	.002	.017	.053	.137	.071	.019	.034	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P14	Pearson Correlation		-.012	.022	.183	.154	.255 ^{**}	-.088	.138	.162	.124	.247 ^{**}	.304 ^{**}	.212 [*]	.157	1	.029	.189	.496 ^{**}	.128	.230	.303 ^{**}	.281 ^{**}	.330 ^{**}	.153	.014	.082	.379 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.912	.834	.079	.141	.014	.411	.221	.122	.237	.017	.003	.042	.132	.132	.781	.070	.000	.220	.027	.003	.006	.001	.144	.890	.434	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P15	Pearson Correlation		.134	.138	-.050 [*]	-.157 [*]	-.079	.188	.356 ^{**}	.148	.386 ^{**}	.403 ^{**}	.329 ^{**}	.192	.382 ^{**}	.029	1	.415 ^{**}	.244	.451 ^{**}	.330 ^{**}	.393 ^{**}	.338 ^{**}	.307 ^{**}	.193	.207	.236	.519 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.202	.187	.635	.134	.453	.071	.000	.156	.000	.000	.001	.066	.000	.781	.000	.018	.000	.000	.001	.000	.001	.003	.065	.847	.023	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P16	Pearson Correlation		-.018	.132	.161	.057	.161	.099	.149	.030	.293 ^{**}	.174	.260 ^{**}	.067	.249 ^{**}	.189	.415 ^{**}	1	.296 ^{**}	.328 ^{**}	.327 ^{**}	.787 ^{**}	.812 ^{**}	.864 ^{**}	.134	.175	.069	.542 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.866	.206	.123	.588	.123	.343	.156	.772	.051	.095	.012	.521	.017	.070	.000	.004	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.202	.894	.511	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93		
P17	Pearson Correlation		-.034	.112	.163	.062	.204	-.006	.184	.103	.269 ^{**}	.419 ^{**}	.417 ^{**}	.169	.164	.406	.244	.298 ^{**}	1	.309 ^{**}	.450 ^{**}	.278 ^{**}	.298 ^{**}	.335 ^{**}	.256	.298	.348 ^{**}	.529 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		.747	.2																									

Minat Menabung (Y) Uji Validitas

		Correlations																										
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	
P01	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 93	.924 93	1.000 93	.924 93	1.000 93	.924 93	1.000 93	.600 93	.349 93	.246 93	.267 93	.183 93	.391 93	.144 93	.209 93	-.014 93	-.037 93	.007 93	-.059 93	.007 93	.241 93	.108 93	.039 93	.197 93	-.145 93	.037 93	.610 93
P02	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.924 93	1 93	.924 93	1.000 93	.924 93	1.000 93	.600 93	.349 93	.246 93	.267 93	.183 93	.391 93	.144 93	.209 93	-.014 93	-.037 93	.007 93	-.059 93	.007 93	.241 93	.108 93	.039 93	.197 93	-.145 93	.037 93	.610 93	
P03	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1.000 93	.924 93	1 93	.924 93	1.000 93	.924 93	.671 93	.256 93	.315 93	.292 93	.239 93	.327 93	.135 93	.141 93	.065 93	.073 93	.079 93	.013 93	-.003 93	.263 93	.123 93	.048 93	.145 93	-.068 93	.116 93	.647 93	
P04	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.924 93	1.000 93	.924 93	1 93	.924 93	1.000 93	.600 93	.349 93	.246 93	.267 93	.183 93	.391 93	.144 93	.209 93	-.014 93	-.037 93	.007 93	-.059 93	.007 93	.241 93	.108 93	.039 93	.197 93	-.145 93	.037 93	.610 93	
P05	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1.000 93	.924 93	1.000 93	.924 93	1 93	.924 93	.671 93	.256 93	.315 93	.292 93	.239 93	.327 93	.135 93	.141 93	.065 93	.073 93	.079 93	.013 93	-.003 93	.263 93	.123 93	.048 93	.145 93	-.068 93	.116 93	.647 93	
P06	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.924 93	1.000 93	.924 93	1.000 93	.924 93	1 93	.600 93	.349 93	.246 93	.267 93	.183 93	.391 93	.144 93	.209 93	-.014 93	-.037 93	.007 93	-.059 93	.007 93	.241 93	.108 93	.039 93	.197 93	-.145 93	.037 93	.610 93	
P07	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.671 93	.600 93	.671 93	.600 93	.671 93	.600 93	1 93	.606 93	.375 93	.499 93	.501 93	.216 93	.414 93	.114 93	.321 93	.083 93	.145 93	.023 93	.044 93	.116 93	-.012 93	-.029 93	.007 93	.233 93	.179 93	.637 93	
P08	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.256 93	.349 93	.256 93	.349 93	.256 93	.349 93	.606 93	1 93	.260 93	.453 93	.413 93	.347 93	.228 93	.160 93	.128 93	.012 93	.053 93	-.019 93	-.003 93	-.124 93	-.012 93	.065 93	-.007 93	.398 93	.102 93	.441 93	
P09	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.315 93	.246 93	.315 93	.246 93	.315 93	.246 93	.375 93	.390 93	1 93	.399 93	.362 93	.423 93	.108 93	.166 93	.373 93	.148 93	.229 93	.501 93	-.069 93	.089 93	.065 93	.148 93	.215 93	.191 93	.185 93	.536 93	
P10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.292 93	.267 93	.292 93	.267 93	.292 93	.267 93	.499 93	.501 93	.399 93	1 93	.517 93	.338 93	.290 93	.224 93	.368 93	.160 93	.248 93	.141 93	.147 93	.097 93	.115 93	.108 93	.132 93	.353 93	.382 93	.590 93	
P11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.239 93	.183 93	.239 93	.183 93	.239 93	.183 93	.501 93	.413 93	.362 93	.517 93	1 93	.454 93	.466 93	.414 93	.358 93	.277 93	.399 93	.302 93	.090 93	.178 93	.192 93	.290 93	.044 93	.313 93	.197 93	.618 93	
P12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.327 93	.391 93	.327 93	.391 93	.327 93	.391 93	.216 93	.347 93	.423 93	.338 93	.454 93	1 93	.130 93	.306 93	.261 93	.096 93	.169 93	.337 93	.037 93	.163 93	.179 93	.251 93	.428 93	.113 93	.207 93	.590 93	
P13	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.135 93	.144 93	.135 93	.144 93	.135 93	.144 93	.414 93	.228 93	.106 93	.290 93	.466 93	.130 93	1 93	.233 93	.300 93	.165 93	.121 93	.159 93	.314 93	.232 93	.165 93	.168 93	.177 93	.134 93	.102 93	.441 93	
P14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.141 93	.209 93	.141 93	.209 93	.141 93	.209 93	.114 93	.160 93	.166 93	.224 93	.414 93	.306 93	.233 93	1 93	.017 93	.072 93	.333 93	.133 93	.172 93	.231 93	.205 93	.243 93	.224 93	.036 93	.107 93	.416 93	
P15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.065 93	-.014 93	.065 93	-.014 93	.065 93	-.014 93	.321 93	.128 93	.373 93	.388 93	.359 93	.281 93	.300 93	.017 93	1 93	.401 93	.247 93	.454 93	.268 93	.395 93	.251 93	.294 93	.191 93	.223 93	.331 93	.495 93	
P16	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.073 93	-.037 93	.073 93	-.037 93	.073 93	-.037 93	.083 93	-.012 93	.148 93	.160 93	.277 93	.086 93	.165 93	.072 93	.401 93	1 93	.281 93	.295 93	.293 93	.745 93	.771 93	.822 93	.150 93	.150 93	.184 93	.464 93	
P17	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.079 93	.007 93	.079 93	.007 93	.079 93	.007 93	.145 93	.053 93	.229 93	.246 93	.399 93	.169 93	.121 93	.333 93	.347 93	.261 93	1 93	.350 93	.409 93	.242 93	.261 93	.298 93	.197 93	.266 93	.335 93	.461 93	
P18	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.013 93	-.059 93	.013 93	-.059 93	.013 93	-.059 93	.023 93	-.019 93	.501 93	.141 93	.302 93	.337 93	.159 93	.133 93	.454 93	.295 93	.350 93	1 93	.297 93	.276 93	.295 93	.373 93	.182 93	.101 93	.170 93	.423 93	
P19	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.003 93	.007 93	-.003 93	.007 93	-.003 93	.007 93	.044 93	-.003 93	-.069 93	.147 93	.090 93	.037 93	.314 93	.172 93	.298 93	.293 93	.409 93	.297 93	1 93	.452 93	.474 93	.429 93	.507 93	.136 93	.369 93	.422 93	
P20	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.263 93	.241 93	.263 93	.241 93	.263 93	.241 93	.116 93	-.124 93	.089 93	.097 93	.179 93	.163 93	.232 93	.231 93	.305 93	.745 93	.242 93	.276 93	.452 93	1 93	.884 93	.798 93	.333 93	-.139 93	.031 93	.561 93	
P21	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.123 93	.108 93	.123 93	.108 93	.123 93	.108 93	-.012 93	-.012 93	.065 93	.115 93	.182 93	.179 93	.165 93	.205 93	.251 93	.771 93	.281 93	.265 93	.474 93	.884 93	1 93	.911 93	.323 93	.037 93	.055 93	.525 93	
P22	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.049 93	.039 93	.049 93	.039 93	.049 93	.039 93	-.029 93	.065 93	.140 93	.108 93	.260 93	.251 93	.168 93	.243 93	.294 93	.822 93	.298 93	.373 93	.429 93	.798 93	.911 93	1 93	.303 93	.159 93	.101 93	.541 93	
P23	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.145 93	.197 93	.145 93	.197 93	.145 93	.197 93	-.007 93	-.007 93	.215 93	.132 93	.044 93	.428 93	.177 93	.224 93	.191 93	.150 93	.197 93	.182 93	.507 93	.333 93	.323 93	.303 93	1 93	-.028 93	.157 93	.444 93	
P24	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.068 93	-.145 93	-.068 93	-.145 93	-.068 93	-.145 93	.233 93	.389 93	.191 93	.353 93	.313 93	.113 93	.134 93	.036 93	.223 93	.150 93	.266 93	.101 93	.136 93	-.139 93	.037 93	.159 93	-.028 93	1 93	.728 93	.319 93	
P25	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.116 93	.037 93	.116 93	.037 93	.116 93	.037 93	.179 93	.102 93	.185 93	.392 93	.197 93	.207 93	.102 93	.107 93	.291 93	.018 93	.336 93	.170 93	.269 93	.031 93	.055 93	.101 93	.157 93	.729 93	1 93	.414 93	
P26	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.647 93	.610 93	.647 93	.610 93	.647 93	.610 93	.637 93	.441 93	.536 93	.590 93	.618 93	.590 93	.441 93	.416 93	.495 93	.484 93	.461 93	.423 93	.422 93	.561 93	.525 93	.541 93	.444 93	.319 93	.414 93	1 93	

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

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

Etika Bisnis Islam (X1) Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	25

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P01	84.57	48.487	.457	.918
P02	84.70	46.626	.632	.915
P03	84.68	46.482	.687	.914
P04	84.70	46.582	.640	.915
P05	84.66	47.772	.466	.917
P06	84.66	47.511	.517	.917
P07	84.74	45.781	.737	.913
P08	84.74	45.824	.729	.913
P09	84.89	46.206	.530	.916
P10	84.87	45.114	.761	.912
P11	84.81	44.897	.755	.912
P12	84.87	45.722	.605	.915
P13	85.00	46.500	.527	.916
P14	85.04	47.216	.422	.918
P15	85.04	45.455	.545	.916
P16	85.25	46.319	.590	.915
P17	84.98	47.847	.325	.920
P18	85.09	47.319	.375	.919
P19	85.09	46.927	.473	.917
P20	85.25	46.319	.590	.915
P21	85.25	46.319	.590	.915
P22	85.26	46.541	.562	.916
P23	85.27	47.090	.337	.921
P24	85.12	46.801	.418	.919
P25	85.11	46.575	.445	.918

Layanan Karyawan (X2) Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	25

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P01	83.29	41.926	.265	.888
P02	83.42	40.246	.497	.883
P03	83.40	40.068	.543	.882
P04	83.44	40.271	.481	.884
P05	83.34	40.467	.512	.883
P06	83.39	40.783	.419	.885
P07	83.48	39.644	.570	.881
P08	83.51	39.774	.540	.882
P09	83.60	39.568	.507	.883
P10	83.65	39.058	.640	.880
P11	83.53	38.643	.662	.879
P12	83.63	39.669	.491	.883
P13	83.75	40.319	.449	.884
P14	83.74	41.128	.312	.887
P15	83.82	39.651	.449	.884
P16	83.88	40.127	.487	.883
P17	83.63	40.082	.471	.884
P18	83.69	40.326	.395	.886
P19	83.74	40.433	.427	.885
P20	83.89	40.075	.503	.883
P21	83.88	39.910	.525	.882
P22	83.86	39.795	.530	.882
P23	83.95	40.443	.303	.889
P24	83.81	40.353	.349	.887
P25	83.77	40.242	.357	.887

Minat Menabung (Y) Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	25

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P01	83.82	39.738	.605	.877
P02	83.85	39.847	.563	.878
P03	83.82	39.738	.605	.877
P04	83.85	39.847	.563	.878
P05	83.82	39.738	.605	.877
P06	83.85	39.847	.563	.878
P07	83.87	39.614	.592	.878
P08	83.87	40.831	.380	.883
P09	83.99	39.815	.473	.880
P10	83.99	39.706	.538	.879
P11	83.90	39.349	.565	.878
P12	83.98	39.434	.533	.879
P13	84.12	40.692	.377	.883
P14	84.03	40.836	.350	.883
P15	84.20	39.795	.421	.882
P16	84.29	40.600	.403	.882
P17	84.04	40.542	.397	.882
P18	84.10	40.610	.352	.883
P19	84.15	40.847	.357	.883
P20	84.30	40.017	.507	.880
P21	84.29	40.208	.468	.880
P22	84.27	40.047	.484	.880
P23	84.35	39.971	.360	.884
P24	84.22	41.192	.234	.887
P25	84.19	40.419	.334	.884

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91941224
Most Extreme Differences	Absolute	.152
	Positive	.107
	Negative	-.152
Test Statistic		.152
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.838	3.886		1.245	.216
	X1	-.006	.029	-.007	-.227	.821
	X2	.956	.031	.956	30.940	.000

- a. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3648.091	2	1824.046	484.344	.000 ^b
	Residual	338.941	90	3.766		
	Total	3987.032	92			

- a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.957 ^a	.915	.913	1.941	.915	484.344	2	90	.000

- a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

T Tabel Untuk Alpha α 5% t

df	0,05	0,025
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.014
47	1.678	2.013
48	1.677	2.012
49	1.677	2.011
50	1.676	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007

df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984
101	1.660	1.984
102	1.660	1.983
103	1.660	1.983
104	1.660	1.983

df	0,05	0,025
105	1.659	1.983
106	1.659	1.983
107	1.659	1.982
108	1.659	1.982
109	1.659	1.982
110	1.659	1.982
111	1.659	1.982
112	1.659	1.981
113	1.658	1.981
114	1.658	1.981
115	1.658	1.981
116	1.658	1.981
117	1.658	1.980
118	1.658	1.980
119	1.658	1.980
120	1.658	1.980
121	1.658	1.980
122	1.657	1.980
123	1.657	1.979
124	1.657	1.979
125	1.657	1.979
126	1.657	1.979
127	1.657	1.979
128	1.657	1.979
129	1.657	1.979
130	1.657	1.978
131	1.657	1.978
132	1.656	1.978
133	1.656	1.978
134	1.656	1.978
135	1.656	1.978
136	1.656	1.978
137	1.656	1.977
138	1.656	1.977
139	1.656	1.977
140	1.656	1.977
141	1.656	1.977
142	1.656	1.977
143	1.656	1.977
144	1.656	1.977
145	1.655	1.976
146	1.655	1.976
147	1.655	1.976
148	1.655	1.976
149	1.655	1.976
150	1.655	1.976
151	1.655	1.976
152	1.655	1.976
153	1.655	1.976
154	1.655	1.975
155	1.655	1.975
156	1.655	1.975

df	0,05	0,025
157	1.655	1.975
158	1.655	1.975
159	1.654	1.975
160	1.654	1.975
161	1.654	1.975
162	1.654	1.975
163	1.654	1.975
164	1.654	1.975
165	1.654	1.974
166	1.654	1.974
167	1.654	1.974
168	1.654	1.974
169	1.654	1.974
170	1.654	1.974
171	1.654	1.974
172	1.654	1.974
173	1.654	1.974
174	1.654	1.974
175	1.654	1.974
176	1.654	1.974
177	1.654	1.973
178	1.653	1.973
179	1.653	1.973
180	1.653	1.973
181	1.653	1.973
182	1.653	1.973
183	1.654	1.973
184	1.653	1.973
185	1.653	1.973
186	1.653	1.973
187	1.653	1.973
188	1.653	1.973
189	1.654	1.973
190	1.653	1.973
191	1.653	1.972
192	1.653	1.972
193	1.653	1.972
194	1.653	1.972
195	1.654	1.972
196	1.653	1.972
197	1.653	1.972
198	1.653	1.972
199	1.653	1.972
200	1.653	1.972

Tabel Uji F

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.44 ₈	199.500	215.70 ₇	224.583	230.162	233.98 ₆	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126

52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Alamat : PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi, No Hp : 08113129333
E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id, Kode Pos : 68491

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ahmad Abdul Hak
NIM/NIMKO : 2113211026
PRODI : ~~Ekonomi Syariah (ESY)~~/Perbankan Syariah (PSY)
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

NO	TGL. KONSULTASI	TOPIK POKOK YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING	TGL MENG-HADAP KEMBALI
1	10/02/25	Pengajuan judul	/s/	15/02/25
2	15/02/25	Latar Belakang	/s/	17/02/25
3	17/02/25	Rumusan Masalah + Tujuan	/s/	18/02/25
4	18/02/25	Bab I Acc	/s/	19/02/25
5	19/02/25	Penelitian terdahulu.	/s/	20/02/25
6	20/02/25	Kajian Teori.	/s/	22/02/25
7	22/02/25	Bab II Acc	/s/	24/02/25
8	24/02/25	Metode Penelitian.	/s/	26/02/25
9	26/02/25	Bab III Acc Sempurna.	/s/	07/06/25
10	7/06/25	SPSS	/s/	10/06/25
11	10/06/25	Bab IV Acc	/s/	15/06/25
12	15/06/25	Bab V	/s/	21/06/25
13	21/06/25	Revisi Keseluruhan Bab.	/s/	5/07/25
14	5/07/25	Abstrak.	/s/	12/07/25
15	12/07/25	Acc	/s/	19/07/25
16	19/07/25	Finishing.	/s/	31/07/25

Mulai Bimbingan : 10, Februari, 2025

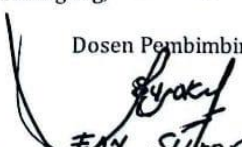
Batas Akhir Bimbingan : 19, Juli, 2025

Blokagung, 15, Juli, 2025

Mengetahui,
Ketua Prodi


Imam Khumudin

Dosen Pembimbing


(.....Eny Sutono.....)

Keterangan : Kartu ini tidak boleh hilang dan setiap bimbingan harus dibawa



Unit Simpan Pinjam Pola Syariah
AUSATH
Ponpes Darussalam Blokagung

SURAT KETERANGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Amin.

Yang bertandatangan di bawah ini Manager Unit Simpan Pinjam Pola Syariah (USPPS) AUSATH Pondok Pesantren Darussalam, menerangkan bahwa :

Nama : **AHMAD ABDUL HAK**
TTL : Banyuwangi 10 Agustus 2002
NIM : 2113211026
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Alamat : Tegalsari, Banyuwangi, Jawa Timur
Dosen Pembimbing : Drs. Edy Sujoko, M.H.

Telah melaksanakan penelitian dengan judul: ***"Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Layanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Siswa SMK Darussalam Blokagung pada USPPS AUSATH Blokagung"***

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Blokagung, 8 Juli 2025

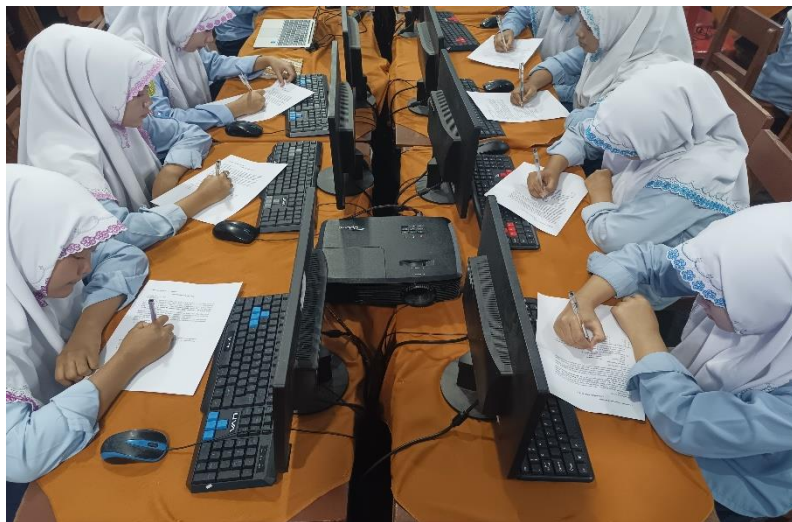
USPPS AUSATH


M. ABDUL RAHAMAN
Manager

DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar : Pembagian angket kepada siswa SMK Darussalam Blokagung
Sumber: Data Diolah, 2025



Gambar : Siswa SMK Darussalam Blokagung Mengisi angket / kuesioner
Sumber: Data Diolah, 2025

esy@iaida.ac.id 1

AHMAD ABDUL HAK (2113211026)_.docx

 Rct.tech1222: no repository 45
 Library B
 Rct.tech1222

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:3306829575

78 Pages

Submission Date

Aug 2, 2025, 8:40 AM GMT+4:30

19,084 Words

Download Date

Aug 2, 2025, 8:53 AM GMT+4:30

132,619 Characters

File Name

AHMAD_ABDUL_HAK_2113211026_.docx

File Size

283.5 KB



Page 1 of 90 - Cover Page

Submission ID: trn:oid::1:3306829575



Page 2 of 90 - Integrity Overview

Submission ID: trn:oid::1:3306829575

20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 16%  Internet sources
- 7%  Publications
- 10%  Submitted works (Student Papers)





UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Alamat : PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi, No Hp : 08113129333
E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id, Kode Pos : 68491

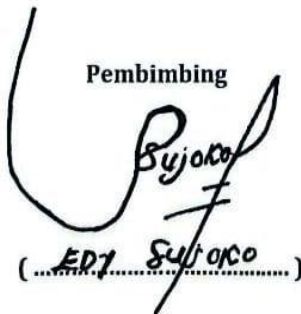
**PENGESAHAN REVISI UJIAN SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

Nama : AHMAD ABDUL HAK
NIM : 2113211026
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy) / Perbankan Syariah (PSy)
Judul : Pengaruh Etika Bisnis Islam dan
Layanan Karyawan Terhadap Minat
menabung siswa SMK Darussalam
Blokagung pada USPPS Ausath
Blokagung.

Telah dilakukan revisi sesuai dengan catatan dari hasil ujian yang telah
dilaksanakan pada sidang Ujian Skripsi pada hari Anad tanggal
20 / Juli / 2025.

Blokagung, 31 / Juli / 2025

Pembimbing


(EDY SURONO)

Mengetahui,
Dekan



Dr. Hj. Lely Ana Ferawati E., SE., MH., MM., CRP.
NIPY. 3150425027901

*) Lembar pengesahan revisi ujian skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat
pengumpulan hasil berkas skripsi (data pendukung skripsi)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ahmad Abdul Hak
NIM : 2113211026
TTL : Banyuwangi, 10 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Laki Laki
Agama : Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Telp : 081259453770
Alamat : Dsn. Blokagung, RT. 03/RW. 04.
Desa Tegalsari Kecamatan Tegalsari
Kabupaten Banyuwangi

Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/ Perguruan Tinggi	Bidang Studi
TK	2007	2009	TK Darussalam	
SD	2009	2015	SD Darussalam	
SLTP	2015	2018	SMPN 3 Siliragung	
SLTA	2018	2021	SMK Darussalam	Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO)
S1	2021	2025	Universitas KH. Mukhtar Syafaat	Perbankan Syariah (PSY)

Jabatan	Mulai	Selesai	Nama Instansi pendidikan
Ketua Pramuka	2016	2018	SMPN 3 Siliragung
Ketua Pramuka	2018	2019	SMK Darussalam Blokagung
Ketua Osis	2019	2020	SMK Darussalam Blokagung
Anggota Racana	2021	2025	Universitas KH. Mukhtar Syafaat

Banyuwangi, 20 Juli 2025

Ahmad Abdul Hak
NIM : 2113211026