



**PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN DAN MOTIVASI
MAHASISWA TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA 2018-2020)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Oleh:

AFTON HILMAN HUDA

NPM. 21801083011



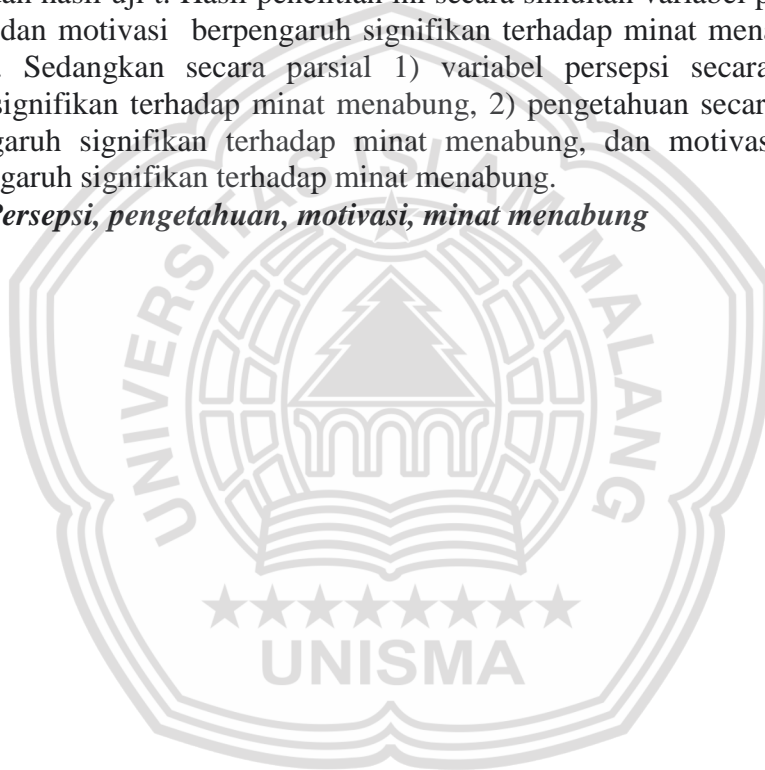
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2022

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi, pengetahuan, dan motivasi terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa FEB UNISMA 2018-2020. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif korelasional. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNISMA 2018-2020. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, uji F simultan, koefisien determinasi, dan hasil uji t. Hasil penelitian ini secara simultan variabel persepsi, pengetahuan, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan secara parsial 1) variabel persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, 2) pengetahuan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, dan motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

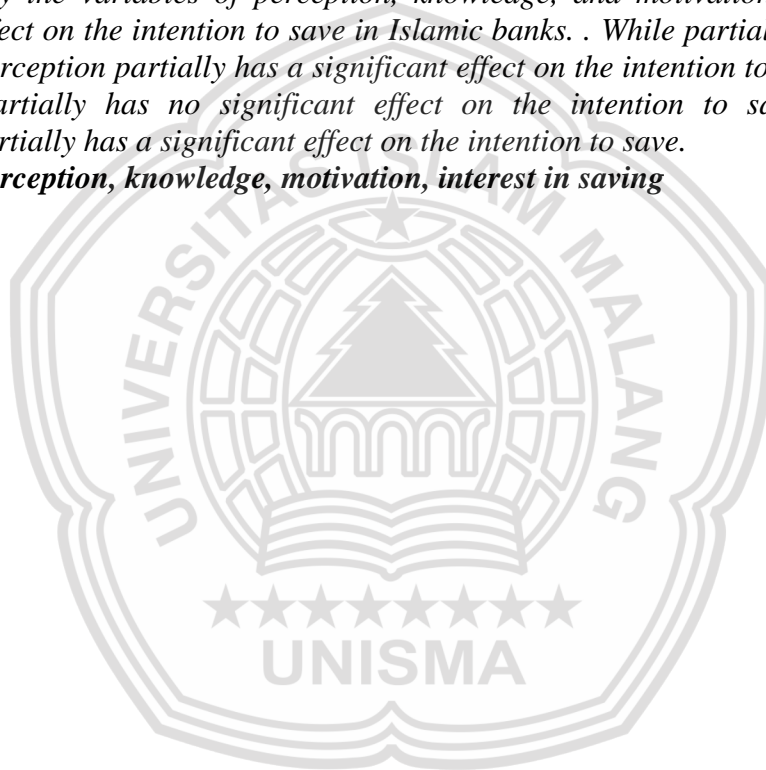
Kata kunci: Persepsi, pengetahuan, motivasi, minat menabung



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of perception, knowledge, and motivation on the intention to save in Islamic banks in 2018-2020 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNISMA students. The type of research used is correlational quantitative research. The sample in this study were 96 2018-2020 FEB UNISMA students. Data collection was carried out by distributing questionnaires. Analysis of the data used in this study using validity test, reliability test, normality test, multicollinearity, heteroscedasticity, simultaneous F test, coefficient of determination, and t-test results. The results of this study simultaneously the variables of perception, knowledge, and motivation have a significant effect on the intention to save in Islamic banks. . While partially 1) the variable of perception partially has a significant effect on the intention to save, 2) knowledge partially has no significant effect on the intention to save, and motivation partially has a significant effect on the intention to save.

Keywords: *Perception, knowledge, motivation, interest in saving*



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah sebuah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, yang diharapkan dapat menumbuhkan perkembangan penggunaan produk disertai dengan kualitas sumber daya manusia yang memadai bank syariah untuk memberikan kemaslahatan bagi masyarakat dan berkontribusi bagi perekonomian nasional. Potensi kependudukan yang begitu besar ternyata tidak secara otomatis memuluskan pelaksanaan sosialisasi perbankan syariah, masih banyak masyarakat muslim tidak mengetahui tentang bank syariah. Perbankan sendiri mempunyai peran penting bagi perekonomian Indonesia, dimana sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat untuk menunjang pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan taraf hidup bagi seluruh masyarakat di Indonesia. Secara bersama perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara luas agar meningkatkan sektor keuangan nasional (OJK, 2017).

Perkembangan ekonomi syariah yang cukup pesat, yang telah menyentuh sendi sendi kehidupan masyarakat, kini menjadi isu baru dalam sistem perekonomian, seiring dengan tumbuhnya kesadaran beragama islam (*islamisme*) dikalangan masyarakat Muslim. Dimana, perbankan

syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah Islam dengan melalui prinsip bagi hasil yang dapat memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta dalam melakukan aktivitas bertransaksi perbankan syariah menonjolkan aspek keadilan, investasi yang beretika, mengedepankan nilai kebersamaan dan persaudaraan, serta menghindari transaksi yang tidak sejalan dengan prinsip syariah seperti riba. Pelarangan pemungutan riba telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275 untuk mencegah terjadinya ketidakadilan dalam praktik ekonomi yang menjadi landasan dalam memenuhi jasa layanan keuangan Islam. Sehingga diharapkan dapat mendukung stabilitas sistem keuangan secara menyeluruh dan signifikan yang bersifat jangka panjang (OJK, 2017).

Arah pengembangan bank syariah selalu mengacu pada rencana strategis sejalan dengan jejak perkembangan keuangan syariah di Indonesia. Perkembangan bank syariah di dorong oleh harapan tersedianya aktivitas ekonomi dan keuangan sesuai tuntutan syariah, menghindari perilaku buruk dalam berekonomi, agama menjadi nilai moral, prinsip ini juga memperhatikan kepentingan masyarakat supaya tidak menyebabkan ketidakseimbangan dalam distribusi kesejahteraan. Dalam mengakselerasi proses pengembangan perbankan syariah dapat dilihat pada *roadmap* pengembangan perbankan syariah pada tahun 2020-2025, dari penilaian *Islamic Financial Service Industry Stability Report* pada 2020, Indonesia

menempati posisi ke-9 sebagai negara dengan aset perbankan syariah terbesar. *Roadmap* pengembangan menjadi langkah strategis dalam menyelaraskan arah pengembangan pada sektor industri jasa keuangan syariah di bidang perbankan syariah. Namun, di balik kesuksesannya berdasarkan hasil survei, *in-depth interview* (IDI), dan *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilakukan OJK, perbankan syariah saat ini masih memiliki isu strategis yang menghambat pertumbuhannya, rendahnya pemahaman, masyarakat terhadap jasa bank syariah menjadi salah satu permasalahan mendasar sehingga sering terjadi salah persepsi di masyarakat ketika ingin menabung di bank syariah (OJK, 2021).

Bank sebagai Lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat (fungsi *intermediary service*) membutuhkan upaya dalam meningkatkan literasi pada masyarakat. Upaya peningkatan literasi dilakukan melalui media digital seperti memanfaatkan media sosial, kerjasama dengan para influencer, podcast produksi dan placement Iklan Layanan Masyarakat. Tidak hanya itu salah satu pengembangan yang dilakukan melalui inovasi produk yang mempunyai keunikan dan standar nama yang mudah dipahami, serta mensosialisasi masyarakat secara lebih luas dan efisien agar memberi pemahaman mengenai manfaat produk serta jasa yang diberikan oleh bank syariah. Saat ini bank syariah juga telah berupaya menarik minat kalangan muda dengan memberikan kemudahan layanan dalam bertransaksi sesuai kebutuhan berbasis digital. Fitur-fitur yang dikembangkan tidak hanya

memenuhi kebutuhan finansial, namun juga mengandung aspek sosial maupun spiritual yang mampu menunjang aktivitas ekonomi sesuai syariat.

Kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat di sebuah negara dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satu faktor utama adalah literasi dan inklusi keuangan masyarakat di negara tersebut. Literasi Keuangan telah menjadi program nasional pada berbagai negara di dunia. Melalui pelaksanaan program Literasi Keuangan secara terarah dan terukur, masyarakat diharapkan menjadi masyarakat yang terliterasi dengan baik sehingga mampu memilih dan menggunakan produk dan jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan akses yang tersedia. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK pada tahun 2016 menunjukkan pemuda usia (18-35 tahun) memiliki tingkat literasi dan inklusi keuangan relatif lebih tinggi dibanding dengan kelompok usia lainnya secara nasional, dengan tingkat literasi sebesar 32,1% usia (18-25 tahun) dan 33,5% usia (26-35 tahun) OJK (2021). Dengan begitu memberikan edukasi pada mahasiswa merupakan segmentasi cukup berpotensi dimana mahasiswa memiliki pengetahuan dan wawasan yang lebih sehingga diharapkan dapat mengaplikasikan dan memberikan gambaran ilmu pengetahuan bagi masyarakat. Untuk dapat beralih menggunakan layanan bank syariah agar dapat menciptakan minat untuk menabung di bank syariah.

Dalam dunia perbankan minat untuk menabung menjadi hal yang sangat penting supaya lembaga keuangan perbankan syariah dapat bertahan dan terus berkembang. Damayanti (2017) berpendapat bahwa seseorang yang berminat pada sesuatu maka akan cenderung merasa senang sehingga cenderung akan memiliki perhatian yang cukup besar yang dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu untuk mempelajarinya. Minat untuk menabung timbul karena adanya dorongan dari dalam diri seseorang yang dapat menimbulkan seseorang berminat untuk menabung, dengan meningkatnya minat akan meningkatkan pendapatan bank syariah. Oleh sebab itu, bank syariah harus mampu menarik minat dengan meningkatkan strategi pemasaran produk/jasa yang sesuai harapan nasabah sehingga dapat dikatakan bahwa minat seseorang menjadi sebuah puncak dalam menentukan pilihan menabung di bank syariah.

Dalam mengetahui minat seorang nasabah perlu juga diketahui bagaimana persepsi sebagai seorang nasabah bank syariah, sehingga persepsi juga menjadi faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi minat seseorang untuk menabung di bank syariah, dengan mengetahui persepsi seorang nasabah penting untuk mengetahui bagaimana manajemen dalam sebuah perbankan, untuk menyusun dan menetapkan strateginya dalam upaya menarik seorang nasabah. Persepsi merupakan anggapan atas sesuatu, atau pandangan seseorang terhadap sesuatu yang dihasilkan dari informasi yang didapatkan, hasil informasi tersebut dipahami yang menghasilkan kesimpulan sehingga menciptakan sebuah

penilaian Qumalasari (2021). Jika persepsi seseorang baik, maka minatnya juga semakin tinggi. Sampai saat ini masih banyak persepsi mengenai bank syariah yang berbeda-beda. persepsi yang menimbulkan persepsi yang positif terhadap bank syariah. Adanya persepsi yang positif pada lembaga keuangan bank syariah, masyarakat akan memiliki minat untuk menjadi seorang nasabah di bank syariah.

Saat ini calon seorang nasabah sudah mulai kritis dalam memilih suatu produk maupun jasa yang akan digunakan. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi serta persaingan global yang dapat memudahkan para calon nasabah untuk mengakses berbagai informasi yang ingin mereka ketahui. Pengetahuan mengenai bank syariah yang dipahami oleh calon nasabah sendiri menjadi faktor yang cukup penting, dimana calon nasabah harus lebih bijak dan berhati-hati dalam menyaring informasi agar tidak menimbulkan salah persepsi. Pengetahuan merupakan suatu informasi yang didapatkan untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran dan pengalaman, yang dapat diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan, majalah, televisi, surat kabar, radio, pamflet, bahkan dari pengalaman individu itu sendiri yang terekam dalam kesadaran individu Astuty & Umiyati (2018). Terkait hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui yang dapat di peroleh dari berbagai media atau pun juga melalui pengalaman dari seseorang.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi timbulnya minat yaitu motivasi. Motivasi dan minat merupakan sesuatu yang berhubungan satu

dengan yang lainnya, motivasi mendorong timbulnya minat, semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh konsumen maka semakin kuat minat seseorang untuk menabung di bank syariah. motivasi merupakan suatu bentuk kekuatan atau dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan Busriadi, Setiani, & Isamuddin (2021). Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap minat menabung di bank syariah, maka ia akan terdorong untuk mengambil keputusan dalam memilih menabung di bank syariah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Sebaliknya jika motivasi seseorang rendah, maka akan mencoba untuk menghindari terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini digunakan untuk menemukan fakta seberapa besar pengaruh dari persepsi, pengetahuan dan motivasi yang dinilai dapat mempengaruhi masyarakat dalam menabung di bank syariah. Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan diatas penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”** (Studi Kasus Mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNISMA 2018-2020).

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi, pengetahuan dan motivasi mahasiswa berpengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah?
2. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah ?

3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah?
4. Apakah motivasi mahasiswa berpengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana Persepsi, pengetahuan dan motivasi mahasiswa berpengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi berpengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.
4. Untuk mengetahui motivasi mahasiswa berpengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, diantaranya ialah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi maupun referensi bagi penelitian selanjutnya yang serupa mengenai

pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung menggunakan bank syariah.

2. Bidang Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi bidang ilmu pengetahuan terutama terkait dengan ilmu ekonomi syariah khususnya di bidang perilaku nasabah pada lembaga keuangan syariah, seperti dalam mata kuliah lembaga keuangan syariah, praktik mini bank, manajemen keuangan syariah, dan manajemen bank syariah.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Perbankan Syariah

Diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi kepada bank syariah untuk lebih mengoptimalkan promosi pada produk tabungan supaya lebih dikenal oleh mahasiswa maupun masyarakat. Dengan mengoptimalkan promosi diharapkan dapat menarik minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

2. Masyarakat

Diharapkan dapat memberikan wawasan, dan pengetahuan gambaran informasi ketika menabung di bank syariah. Serta memberikan motivasi untuk dapat beralih menggunakan bank syariah, sehingga masyarakat mempunyai gambaran tentang bagaimana kondisi di dalam perbankan syariah.

2.4.2 Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Diharapkan penelitian ini dapat memberi kontribusi kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam upaya meningkatkan indeks literasi dan inklusi keuangan syariah secara nasional serta diharapkan dapat menysasar ke jenjang sekolah Islam, pondok pesantren dan pengguna layanan keuangan syariah.



BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi, pengetahuan, dan motivasi terhadap variabel dependen minat menabung di bank syariah. Dari hasil pengujian dengan model regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara simultan variabel Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Mahasiswa berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.
2. Persepsi berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.
3. Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.
4. Dalam penelitaian ini Motivasi Mahasiswa tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah.

5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan peneliti dalam penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut :

1. Dilihat dari segi sampel dan populasi pada penelitian ini terbatas hanya pada mahasiswa aktif FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS 2018-2020 Universitas Islam Malang yang memiliki rekening di Bank Syariah.

2. Pada penelitian ini terbatas pada variabel penelitian yang digunakan dimana hanya menguji variabel Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Mahasiswa terhadap minat menabung di Bank Syariah.
3. Dilihat dari segi metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan *Whatsapp group* dan *Broadcast message* dalam penyebaran kuesioner menyebabkan kurangnya komunikasi yang cukup baik antara peneliti dengan responden dalam memahami instrumen pernyataan dalam kuesioner, sehingga akan memungkinkan responden memberi jawaban yang kurang sesuai dengan maksud dari pernyataan.
4. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner masih belum merata sehingga responden yang di dapat tidak proporsional.

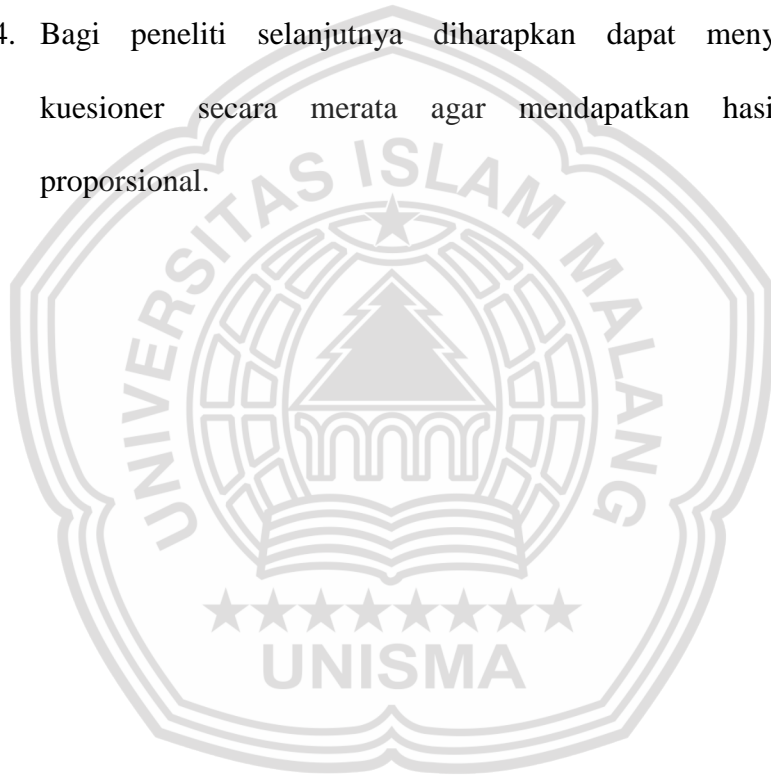
5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan menambah sampel dan memperluas populasi di perguruan tinggi yang berada di Kota Malang.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain selain variabel persepsi, pengetahuan, dan motivasi yang mempengaruhi minat menabung menggunakan bank syariah

yaitu dengan variabel, Reputasi, Religiusitas, Promosi, Kepercayaan, Kelompok acuan.

3. Pada metode pengumpulan data pada kuesioner disarankan peneliti selanjutnya melengkapi dengan jawaban terbuka pada *google form* supaya lebih memahami apakah responden memahami pertanyaan dan mendapatkan hasil yang lebih akurat.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyebarkan kuesioner secara merata agar mendapatkan hasil yang proporsional.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Isbandi Rukminto. 1994. *Psikologi, Pekerjaan Sosial Dan Ilmu Kesejahteraan Sosia*. 1st ed. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Asrori, Mohammad. 2007. *Psikologi Pembelajaran*. Pertama. Bandung: CV. Wacana Prima.
- Astuti, Refi Nur Tri. 2020. *Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di BankSyariah Pada Masyarakat Kecamatan Mlarak Ponorogo*.
- Astuty, Pudji, and Umiyati Umiyati. 2018. "Inluence Of Religiosity Towards The Saving Interest At Islamic Banking With The Knowledge Of The People As Moderator Variable (Case Study on The People of South Tangerang City)." *Ikonomika* 3(1):1. doi: 10.24042/febi.v3i1.2229.
- Busriadi, Busriadi, Putri Setiani, and Isamuddin Isamuddin. 2021. "Pengaruh Pemahaman Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di BankSyariah (Studi Kasus Mahasiswa Febi Institut Agama Islam Yasni Bungo)." *Tamwil* 7(2):19. doi: 10.31958/jtm.v7i2.4512.
- Cahyono,A.T & Dina.R.2022. Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Reliugisitas, Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Pada Pt Bank Syariah Indonesia Kcp Bung Tomo (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Sungai Keledang)
- Damayanti, Sisca. 2017. "Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BankSyariah Mandiri Cabang X." *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 9(1):17. doi: 10.25105/jmpj.v9i1.1412.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. 1st ed. edited by D. Novidiantoko and E. R. Fadilah. yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gupron, Gupron, and Andri Yandi. 2021. "Factors Affecting the Community'S Interest in Saves in Sharia Bankin Jambi City." *Dinasti International Journal of Management Science* 2(5):817–27. doi: 10.31933/dijms.v2i5.951.
- Hasmi, Julian, Program Studi, Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, and D. A. N. Bisnis. 2017. *Nasabah Non Muslim Untuk Menabung Pada*.

- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: PRENA MEDIA GROUP.
- Karim, Adiwarman. 2011. *BANKISLAM Analisis Fiqih Dan Keuangan*. 4th ed. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Khazanah, Nur Oktaviani. 2021. *Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Santri Minhajut Tholabah Kembangan Bukateja Purbalingga) Skripsi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*.
- Kurniawan, Wawan, and Aat Agustin. 2021. *Metodologi Penelitian Kesehatan Dan Keperawatan*. 1st ed. edited by A. Rahmawati. Cirebon Jawa Barat: CV. RUMAH PUSTAKA.
- Muhammad. 2004. *Manajemen Dana Bank Syariah*. 1st ed. yogyakarta: Ekonisia.
- Muliadi. 2020. *Filsafat Umum*. edited by Busro. Bandung: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- OJK. 2017. "Syariah." Retrieved April 6, 2022 (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>).
- OJK. 2021a. "Snapshot Perbankan Syariah September 2021." Retrieved January 22, 2022 (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/beritadankegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-September-2021.aspx>).
- OJK. 2021b. "Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025." Retrieved January 23, 2022 (<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>).
- Perwataatmadja, Karnaen, and Muhammad Syafi'i Antonio. 1992. *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*. pertama. yogyakarta: DANA BHAKTI WAKAF.
- Petter, J. Paul, Jerry C. Olson, and Diah Tantri Dwiandani. 2013. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasarana*. Sembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Putri, Yulia, Ani Solihat, Rani Rahmayani, Iis Iskandar, and Andry Trijumansyah. 2019. "Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa* 16(1):77–88. doi: 10.29313/performa.v16i1.4532.
- Qumalasari, Indah. 2021. *Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bsi Kcp Ponorogo Cokroaminoto Dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS)*.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Tujuh. edited by T. Surjaman. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Santoso, Slamet. 2013. *Statistik Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo:

Universitas Muhammadiyah Ponorogo Press.

- Saputro, Dwi Moch Aris. 2020. "Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Angkatan 2016)." 7(1):1–33.
- Septian. 2021. Pengaruh Promosi, Persepsi, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN TULUNGAGUNG Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2016
- Siagian, Sondang P. 2004. *Teori Motivasi Dan Aplikasi*. edited by 4. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugihartono, Siti Rohmah Nurhayati, and Farida Harahap. 2007. *Psikologi Pendidikan*. 1st ed. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALABETA CV. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edisi kedua. Bandung: CV: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. 3rd ed. edited by R. Sikumbang. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunardi, and Ana Maftukhah. 2015. "Pengetahuan Konsumen Dan Keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP BSD Tangerang Selatan." *Jurnal Islaminomic* 6(2):35-51. Diakses September, 10, 2021.
- Sunarsih, Wiwin. 2020. *Pembelajaran CTL (Contextual and Learning), Belajar Menulis Berita Lebih Mudah*. Pertama. edited by Z. Arifin. Jawa Barat: Penerbit Adab.
- Supangat, Andi. 2007. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi Dan Nonparametrik*. 1st ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Uno, Hamzah B. 2016. *Teori Motivasi Dan Pengukurannya Analisis Di Bidang Pendidikan*. 14th ed. edited by Junwinanto. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Uyun, Muhamad, and Ida Warsah. 2021. *Psikologi Pendidikan*. yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Wahosumidjo. 1992. *Kepemimpinan Dan Motivasi*. 1st ed. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Walgito, Bimo. 1989. *Pengantar Psikologi Umum*. 1st ed. yogyakarta: Andi Offset.

- Winarti. 2021. “Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di BNI Syariah KCP Kuningan.” *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman* 2(2):5–24.
- Yesika, Wijayanti Eva. 2019. “Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo.” (2):1–13.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktek*. 1st ed. Bandung: Pustaka Setia.

