



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN *RELIGIUSITAS* TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT PERIODE 2019-2022**  
(Studi kasus pada BMT NU Cabang Wringin, Kab. Bondowoso)

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

**Hajjatul Maufiroh**  
**NPM: 21901083042**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**2023**

## ABSTRAKSI

Praktik menabung merupakan hal yang lazim dalam masyarakat, memberikan alternatif bagi individu untuk menyimpan dana mereka. Fenomena ini mendorong lembaga keuangan untuk mengembangkan usaha yang berhubungan dengan penyimpanan dana, khususnya dalam bentuk tabungan. Minat masyarakat terhadap menabung memiliki peran penting bagi lembaga keuangan, terutama dalam konteks penyediaan jasa atau produk tabungan. Studi ini memiliki rencana untuk mengidentifikasi dampak literasi keuangan syariah, product knowledge, dan religiusitas terhadap minat masyarakat dalam menabung, dengan studi kasus pada BMT NU cabang Wringin, kabupaten Bondowoso. Jenis penelitian ini adalah eksplanatori (penjelasan), dan melibatkan sampel sebanyak 100 responden dari masyarakat Wringin yang aktif menabung di BMT. Pendekatan survei dengan kuesioner, yang melibatkan serangkaian tahap seperti distribusi kuesioner, pengumpulan data, dan analisis data. Data yang diperoleh dianalisis melalui berbagai uji statistik seperti uji normalitas, uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji F, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung. Selain itu, pengetahuan produk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Faktor religiusitas juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat

**Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge, Religiusitas.**

## ABSTRACT

The practice of saving is common in society, providing an alternative for individuals to save their funds. This phenomenon encourages financial institutions to develop businesses related to saving funds, especially in the form of savings. Public interest in savings has an important role for financial institutions, especially in the context of providing services or savings products. This study has a plan to identify the impact of Islamic financial literacy, product knowledge, and religiosity on people's interest in saving, with a case study at the BMT NU Wringin branch, Bondowoso district. This type of research is explanatory (explanatory), and involves a sample of 100 respondents from the Wringin community who are active in saving at BMT. Survey approach with a questionnaire, which includes a series of stages such as questionnaire distribution, data collection, and data analysis. The data obtained were analyzed through various statistical tests such as normality test, validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, F test, coefficient of determination test ( $R^2$ ), and t test. The results of this study indicate that Islamic financial literacy has a positive and significant impact on people's interest in saving. In addition, knowledge products also have a positive and significant impact on people's interest in saving. The religiosity factor was also found to have a positive and significant influence on people's interest in saving.

**Keywords: Islamic Financial Literacy, Product Knowledge, Religiosity.**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Lembaga keuangan bank memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian negara. Salah satu fungsi utama dari perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, yang selanjutnya disalurkan kepada para pengusaha maupun peminjam yang membutuhkan guna bertransaksi bisnis maupun untuk konsumsi. Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia saat ini terus mengalami kemajuan yang diawali sejak tahun 1992 dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI). Meski perkembangannya sedikit lebih lambat apabila dibanding dengan negara-negara muslim yang lain.

Pertumbuhan ini bukan hanya terjalin pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) berupa bank, yang notabene mempunyai modal yang lumayan besar buat dikelola serta pula nasabahnya telah dipastikan oleh Lembaga Pinjaman Syariah (LPS). Persaingan ini juga terjadi pada Lembaga Keuangan Syariah non-bank yang saat ini telah mulai maju misalnya Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang lebih dikenal luas oleh masyarakat dengan istilah *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT). *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) adalah sesuatu lembaga keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip syari'ah dengan sistem bagi hasil yang selaras dengan hukum Islam. BMT sebagai organisasi bisnis berfungsi sebagai lembaga sosial. Dalam perkembangannya dari tahun 2019 hingga saat ini,

jumlah BMT di Indonesia telah mencapai lebih dari 4.500 unit dengan mengelola aset masyarakat lebih dari Rp 16 triliun dan jumlah anggota yang dilayani lebih dari 3,7 juta orang. Adapun jumlah BMT di Jawa timur mencapai 626 unit, sedangkan di kabupaten Bondowoso yaitu terdiri dari 9 unit.

Menurut aturan yang berlaku, pihak yang berhak menyalurkan dan menghimpun dana masyarakat adalah bank umum dan bank pengkreditan rakyat, baik dioperasikan dengan cara konvensional maupun dengan prinsip bagi hasil. Namun demikian, jika BMT dengan badan hukum KSR atau koperasi telah berkembang dan dapat memenuhi syarat-syarat BPR maka pihak manajemen dapat mengusulkan diri kepada pemerintah agar BMT tersebut dijadikan sebagai Bank Pengkreditan Rakyat Syariah dengan badan hukum koperasi atau perseroan terbatas (Bismihayati, 2020).

Sejak awal kelahirannya sampai saat ini legalitas BMT belum ada, hanya saja banyak BMT memilih badan hukum koperasi. Oleh karena itu, BMT tunduk pada aturan perkoperasian, yaitu Undang-undang No. 25 tahun 1992 tentang koperasi yang telah diubah menjadi Undang-undang No. 17 tahun 2012 tentang koperasi. KEPMEN Nomor 91/KEP/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS).

Minat dapat dikatakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan kecenderungan memilih apa yang diinginkan. Salah satunya dengan ketertarikan dan kecenderungan terhadap minat menabung, seperti

kecenderungan seseorang yang religius cenderung memilih bank syariah dari pada bank konvensional karena berdasarkan syariat agama konsep riba dalam bank konvensional itu tidak dibenarkan dalam Islam. Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah yaitu pengetahuan dimana semakin tinggi tingkat pengetahuan, semakin besar minat menabung di bank syariah. Menurut Susanto (dalam Akmal, 2021), Pengetahuan atau pemahaman dapat disebut juga dengan literasi, dalam hal ini literasi yang dimaksud adalah literasi keuangan syariah.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan merupakan serangkaian aktivitas dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan. Literasi Keuangan mencakup informasi dan pengetahuan tentang konsep dan produk keuangan yang mempengaruhi penggunaan produk investasi keuangan. Di Indonesia, program literasi keuangan diakomodir oleh OJK. Selain itu, inklusi keuangan merupakan suatu proses yang menjamin akses terhadap produk dan jasa keuangan dengan biaya yang terjangkau bagi masyarakat yang berpendapatan rendah. Inklusi keuangan berperan dalam mendorong program pengentasan kemiskinan, pertumbuhan ekonomi, stabilitas sistem keuangan dan pengurangan ketimpangan antar individu dan daerah.

Tingkat literasi keuangan syariah yang rendah memberikan gambaran bahwa terdapat persoalan dalam pengetahuan keuangan khususnya di keuangan syariah. Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah terhadap masyarakat tidak hanya persoalan saat ini namun juga akan

menjadi problem masyarakat dimasa mendatang. Sehingga literasi keuangan syariah menjadi hal yang sangat penting mengingat saat ini pertumbuhan konsumsi masyarakat yang terus meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat dan pertumbuhan perekonomian yang semakin membaik (Miftahuddin, 2022).

Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah pertama kali diukur dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK. Berdasarkan hasil survei, Indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia hanya mencapai 38,03% pada tahun 2019, namun meningkat sebesar 49,68% pada tahun 2022. Sementara indeks inklusi keuangan tahun 2022 mencapai 85,10% meningkat dibanding periode Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19%. Indeks literasi dan inklusi keuangan wilayah perkotaan masing-masing mencapai 50,52% dan 86,73%, lebih tinggi dibandingkan di wilayah perdesaan yaitu mencapai 48,43% dan 82,69%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa penduduk perdesaan masih jauh tertinggal dibandingkan penduduk perkotaan baik dalam pemahaman maupun penggunaan produk/jasa keuangan. Dan hal ini juga menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat perdesaan khususnya pada sektor syariah mengakibatkan berkurangnya minat menabung masyarakat. (OJK, 2022). Untuk lebih jelas terkait hal tersebut bisa dilihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional**

Tahun	Literasi	Inklusi
2013	21,84%	59,7%
2016	29,66%	67,8%
2019	38,03%	76,19%
2022	49,68%	85,10%

Sumber: Survei OJK mengenai Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional 2022

Berdasarkan hasil survei Otoritas Jasa Keuangan tahun 2022 diatas menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia meningkat dari 8,93% di tahun 2019 menjadi 9,14% di tahun 2022. Sementara itu, tingkat inklusi keuangan syariah juga menunjukkan peningkatan menjadi 12,12% di tahun 2022 dari sebelumnya 9,10% pada periode survei tahun 2019. Survei OJK SNLK 2022 melibatkan 14.634 responden yang berusia antara 15-79 tahun di 34 provinsi dan 76 kota/kabupaten dengan mempertimbangkan gender dan wilayah perkotaan dan pedesaan (OJK, 2022). Tingkat literasi dan inklusi keuangan di wilayah perkotaan masing-masing sebesar 50,52% dan 86,73%, lebih tinggi dibandingkan di wilayah pedesaan yakni sebesar 48,43% dan 82,69%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang berada di pedesaan masih jauh tertinggal dibandingkan masyarakat yang berada di perkotaan baik dalam pemahaman maupun penggunaan produk/jasa keuangan. Sehingga hal tersebut mengakibatkan berkurangnya minat menabung masyarakat pada perbankan syariah maupun Lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya.

Penelitian yang menyangkut dengan literasi keuangan syariah sudah sangat banyak dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, dimana para peneliti melakukan objek penelitiannya pada lembaga maupun pada pelaku



usaha, sedangkan yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, penelitian ini mengambil objek pada masyarakat desa Wringin yang berada di kabupaten Bondowoso untuk menilai pengaruh literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* terhadap minat menabung masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Mulyaningtyas *et al.*, (2020), dengan jumlah sampel 62 siswa. Dari hasil penelitiannya mendapatkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung siswa pada bank syariah dan juga pengetahuan tentang bank syariah dan literasi keuangan syariah berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung siswa di bank syariah.

Pengetahuan yang dipahami masyarakat menjadi faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih layanan Lembaga keuangan syariah. *Product Knowledge* dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/jasa yang akan dikonsumsi. Pengetahuan masyarakat dalam hal ini terkait mengenai berbagai macam produk dan jasa serta informasi yang berhubungan dengan pengetahuan Lembaga keuangan syariah. Pemahaman dan pengetahuan mengenai Lembaga keuangan syariah akan mempengaruhi keputusan yang akan dipilih oleh masyarakat. Karena masyarakat merupakan pusat perhatian perusahaan, maka faktor yang dapat memberikan pengaruh pada keputusan masyarakat dalam memilih Lembaga keuangan syariah adalah pengetahuan produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Saraswati (2016), dengan judul pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank Muamalat KCP Magelang (studi kasus pada masyarakat kota Magelang). Dengan hasil penelitian bahwa pengaruh pengetahuan masyarakat kota Magelang terbukti secara individual berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank muamalat KCP Magelang.

Lembaga Keuangan Syariah khususnya koperasi syariah muncul karena ada dorongan dari *religiusitas* masyarakat baik secara tekstual maupun historis. Maka *religiusitas* bisa dikatakan memiliki peran yang besar untuk mempengaruhi masyarakat menabung di koperasi syariah. Menurut Sahlan (2012:39), mengartikan *religiusitas* merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama.

Penelitian yang dilakukan oleh Mardiana *et al.*, (2021), dengan judul analisis religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah kota Pekanbaru. Dengan hasil penelitian bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Menurut Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), minat menabung masyarakat di Indonesia selama 2 tahun terakhir mengalami kenaikan yang cukup pesat, dana simpanan yang ada di sistem perbankan mengalami pertumbuhan yang baik. Pada bulan Juni 2022 simpanan masyarakat mampu tumbuh sebesar 9,1% secara tahunan. Hal ini disebabkan terjadinya

pandemi covid-19 yang menjadi momentum bagi masyarakat untuk semakin sadar akan pentingnya memiliki dana darurat.

Menabung merupakan hal yang sangat tak asing lagi dalam masyarakat. Dalam hal ini menabung dapat menjadi sebuah alternatif bagi seseorang dalam menyimpan uang mereka. Sehingga memicu Lembaga keuangan untuk membuka usaha untuk mengurus hal seperti ini. Minat merupakan ketertarikan seorang terhadap barang atau jasa untuk dimiliki maupun dikonsumsi. Minat juga diartikan kecenderungan jiwa seseorang terhadap sesuatu, biasanya disertai dengan perasaan senang, minat tidak timbul secara tiba-tiba melainkan timbul karena akibat prestasi, pengalaman dan kebiasaan. Minat menabung masyarakat penting bagi perusahaan Lembaga keuangan yang menjadikan jasa/produk penyimpanan uang atau biasa disebut dengan Tabungan. Ada banyak hal yang harus diperhatikan oleh bank syariah agar nasabah tertarik untuk menggunakan bank syariah seperti lokasi, produk, reputasi serta pelayanan (Nopitasari, 2017).

Pengetahuan masyarakat terhadap produk perbankan syariah sangatlah penting. Karena kinerja sebenarnya dari perilaku seseorang ialah produk dari respons terhadap rangsangan sensorik. Dalam kasus yang lebih spesifik, perilaku masyarakat terkait minat mereka untuk menggunakan produk tersebut sebenarnya akan sangat dipengaruhi dan ditentukan oleh pengaruh mereka terhadap apa dan bagaimana produk perbankan syariah itu (Mardiah dalam Assegaf, 2021).

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan dan dengan adanya hasil penelitian terdahulu yang memiliki *research gap* sehingga peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge* dan Religiusitas terhadap Minat Menabung Masyarakat Periode 2019-2022** (Studi kasus pada BMT NU Cabang Wringin, Kab. Bondowoso)”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang dapat diambil yaitu sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge* dan *Religiusitas* terhadap Minat Menabung Masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso?
- b. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso?
- c. Bagaimana pengaruh *Product Knowledge* terhadap Minat Menabung Masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso?
- d. Bagaimana pengaruh *Religiusitas* terhadap Minat Menabung Masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge* dan *Religiusitas* terhadap Minat Menabung Masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Product Knowledge* terhadap Minat Menabung Masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis *Religiusitas* terhadap minat menabung Masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang bersangkutan, secara teoritis maupun praktis.

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Akademisi hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai lembaga keuangan syariah serta dapat mengetahui seberapa besar pengaruh literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* terhadap minat menabung masyarakat di BMT NU cabang Wringin, kab. Bondowoso.
- b. Bagi peneliti penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam pengetahuan peneliti tentang pengaruh literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* terhadap minat menabung

masyarakat pada tahun 2019-2022 di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso dan juga untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

- c. Bagi bidang ilmu hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pengetahuan tambahan untuk memajukan bidang ilmu pengetahuan, terutama dalam konteks studi perbankan syariah yang merupakan bagian integral dari ekonomi islam.
- d. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Dapat menjadi bahan pengetahuan tambahan khususnya dalam bidang Lembaga keuangan syariah.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga terkait, seperti Lembaga Keuangan bank maupun non-bank diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan acuan dan pertimbangan bagi pihak terkait untuk memberi kepehaman bagi masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga-lembaga keuangan syariah khususnya di wilayah Wringin, kab. Bondowoso.
- b. Bagi Otoritas Jasa Keuangan diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku.

- c. Bagi Dewan Pengawas Syariah diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi Dewan Pengawas Syariah untuk menjadi lebih baik serta dapat menjadi pertimbangan dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya sesuai dengan aturan yang berlaku.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge* dan *Religiusitas* terhadap minat menabung masyarakat pada BMT NU cabang Wringin, Kabupaten Bondowoso. Dari hasil pengujian dengan menggunakan model regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel independen yang terdiri dari Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge* dan *Religiusitas* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso.
2. Variabel Literasi Keuangan Syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso.
3. Variabel *Product Knowledge* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso.
4. Variabel *Religiusitas* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BMT NU cabang Wringin kab. Bondowoso.



## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan peneliti dalam penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat pada penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi minat menabung masyarakat. Berdasarkan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 73,5% dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* yang diteliti dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 73,5% terhadap minat menabung masyarakat. Sementara itu, sisanya sebesar 26,5% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
2. Data penelitian yang berasal dari responden yang disampaikan melalui Google form dalam bentuk instrumen kuesioner mungkin belum tentu mencerminkan keadaan responden sebenarnya.
3. Pada penelitian ini hanya dilakukan pada satu lokasi saja yaitu BMT NU cabang Wringin kabupaten bondowoso.

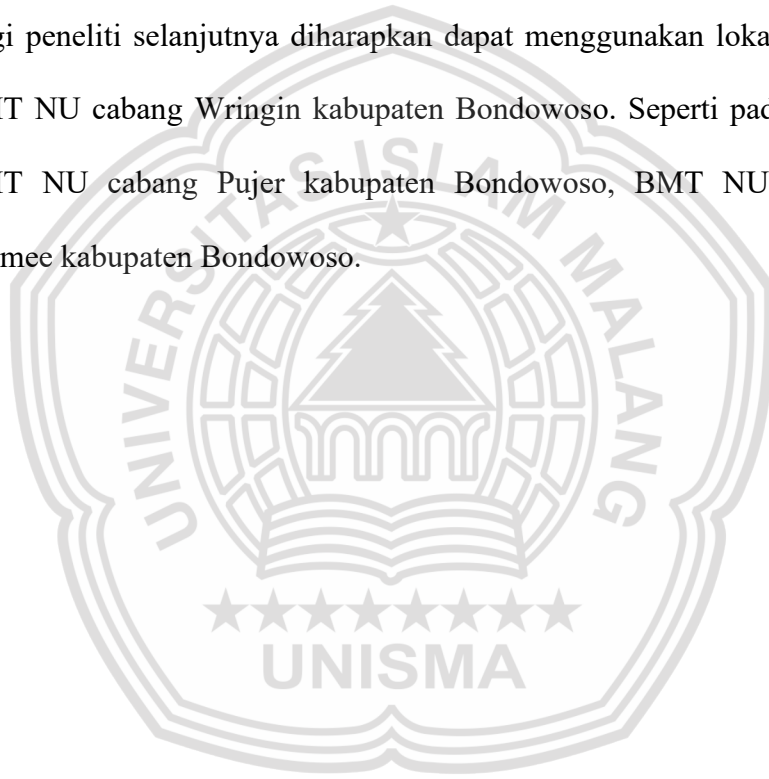
## 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada peneliti selanjutnya disarankan sebaiknya menggunakan atau menambahkan variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh terhadap

minat menabung masyarakat seperti penelitian yang dilakukan oleh Musyaffa & Iqbal (2022), dengan judul pengaruh *religiusitas*, kualitas layanan dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah.

2. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan metode lain selain kuesioner, seperti wawancara sehingga mendapatkan informasi yang lebih akurat dari setiap responden.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan lokasi selain BMT NU cabang Wringin kabupaten Bondowoso. Seperti pada lokasi BMT NU cabang Pujer kabupaten Bondowoso, BMT NU cabang Cermeo kabupaten Bondowoso.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA, Edisi Kelima, Cet Ke- 10, 2014), 25.
- Asrawi MS. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di BMT Trans Mukti Tama Syariah Masamba (Studi pada pedagang pasar sentral masamba). Skripsi program studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Assegaf. (2021). *Pengaruh pengetahuan produk dan kepercayaan masyarakat jakarta terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia*. Skripsi program studi keuangan dan perbankan syariah Politeknik Negeri Jakarta 2021.
- Akmal, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung Kelurahan Tamansari). *Jurnal Ilmiah*, 2(2), 1–16.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka cipta.
- Ayuni, IL. (2022). Implementasi strategi promosi dan kualitas pelayanan BMT NU Cabang Wringin Bondowoso guna meningkatkan kuantitas nasabah. Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Bismihayati. (2020). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Desa Gobah Menabung di BMT Marwah Danau Binguang*. <http://repository.uin-suska.ac.id/30683/>
- Creswell, J. W. (2014). Research Design Qualitative, Quantitative, & Mixed Methods Approach. In Nucl. Phys. (Vol. 13, Issue 1)
- Dahlia, M. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2020.
- Elsye Rumondang Daminik, Bagaimana Product Knowledge dan Product Involment Memotivasi Konsumen, *Jurnal Humaniora*, 4 (Oktober,2013), 1336.
- Emzir. (2012). *Metodelogi pendidikan kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Raja Grafindo Persada
- Gallardo dan Libot. Literasi keuangan dan kesiapsiagaan pensiun di kalangan pegawai Universitas Bohol. *Jurnal penelitian multidisiplin Universitas Bohol* 5 (1) 2017.
- Ghozali, Imam. 2011. *"Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hakim FW. (2020). Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah (studi kasus bank syariah mandiri kantor cabang Bandar Lampung tahun 2019). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Handayani, Ririn. 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi kasus masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v6il.790>
- Jalaluddin. (2004). "Psikologi Agama". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lestari, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam perspektif Ekonomi Islam). Vol. 87, Issue 1,2).
- Lucky Nugroho, *Bank Syariah Dan Dinamika Financial Technology (Fintek) pada era revolusi industri 4.0* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020).
- Mardiana *et al.*, (2021). Analisis Religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah kota Pekanbaru. Vol. 4 No. 2.
- Masyithoh, *Analisis Normatif Undang-undang No.1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*. Diakses pada 20 Maret 2023 dari <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/view/768>
- Merdeka.com. 2022. LPS: Minat Menabung dan Investasi Masyarakat Meningkatkan dalam 2 Tahun. <https://www.merdeka.com/uang/lps-minat-menabung-dan-investasi-masyarakat-meningkat-dalam-2-tahun.html> diakses pada tanggal 23 Maret 2023.
- Miftahuddin. (2022). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung pada Perbankan Syariah (Studi pada Masyarakat Pesisir di kabupaten Pidie). In *Braz Dent J.* (Vol. 33, Issue 1).
- Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 126.
- Muhammad Zubair Mughal, CEO Al Huda Center of Islamic Banking and Economics, internasional Conference "Empowering SMEs for Financial Inclusion and Growth", (Jakarta: 2014).
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas Xi Ips Man 2 Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 53. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jepk/article/view/5447>

- Musyaffa & Iqbal. (2022). Pengaruh religiusitas, kualitas layanan dan promosi terhadap minat menabung di Bank syariah. *Jurnal ekonomi islam & bisnis*. Vol 2, No 2, hal 167-177)
- Ningrum, Indah Asrowati. (2018). *Analisis Faktor Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pelaku UMKM Kota Makasar*. Skripsi Fakultas Ekonomi Yogyakarta 2018.
- Nopitasari. (2017). "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah". Skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Nugroho, SS. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan syariah terhadap minat menabung dosen FIAI KOPERTAIS III D.I Yogyakarta di Bank syariah. Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Nurlaeli, I. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan nasabah memilih BPRS di Banyumas. *ISLAMADINA*, 18(2), 75. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v18i2.1922>
- Otoritas Jasa Keuangan, *Siaran Pers, OJK : Indeks Literasi dan Keuangan Inklusi Keuangan* dalam <http://www.ojk.go.id> diakses pada tanggal 20 Maret 2023.
- Otoritas Jasa Keuangan "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019" Jakarta: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional.
- Otoritas Jasa Keuangan "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022" Jakarta: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional.
- Sahlan, Asmaun. 2012. "Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Kragaman di Perguruan Tinggi Islam". Malang: UIN Maliki Press.
- Salim, Arif *et al.* Pengaruh literasi keuangan syariah, *islamic branding*, dan *religiusitas* terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah: studi pada mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017 - 2018. *Jurnal kajian ekonomi & Bisnis islam*. Vol 5 No 2 (2022) 226-244.
- Samsul, & Ismawati. (2020). Tingkat pemahaman mahasiswa terhadap produk-produk perbankan syariah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4, 67-78.
- Saraswati, Nurul. 2016. Pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank muamalat KCP Magelang (Studi kasus pada masyarakat kota Magelang). Skripsi UIN Walisongo Semarang.
- Siyoto & Sodik. *Dasar metodologi penelitian*. Kediri: 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sodik *et al.* Analisis pengaruh pengetahuan produk dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah. *Jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah*. Vol 4 No 2 (2022) 124-143.



- Wahyu. (2019). *Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Kota Banda Aceh*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2019.
- Yustika, S. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pemahaman Masyarakat Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi di Kecamatan Pulau Banyak Barat)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2020

