

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT

NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK SYARIAH

(Studi kasus Mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021-2023)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

SITI NURMALASARI

21801083123



JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2025

ABSTRAK

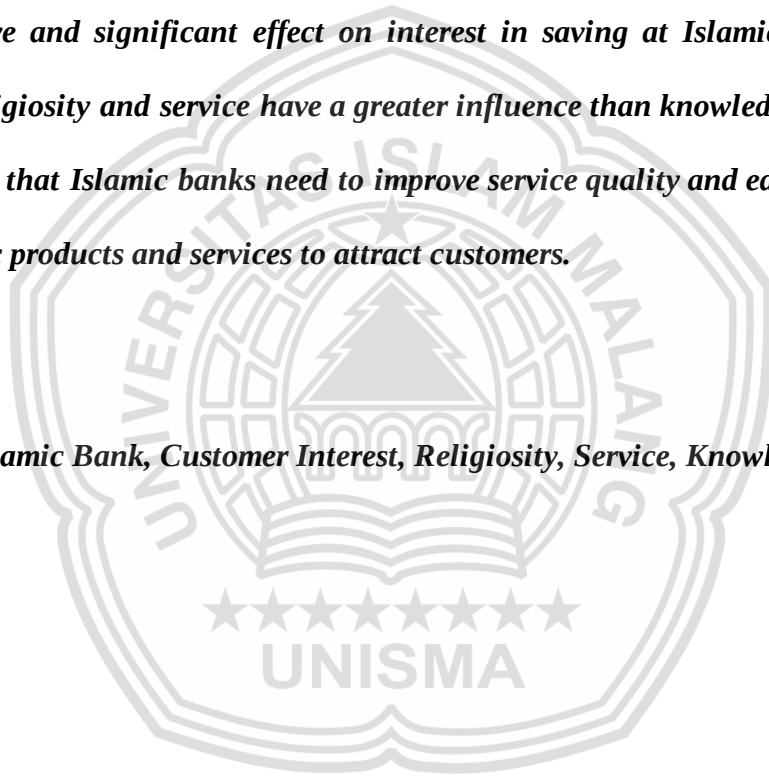
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah, dengan studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2021-2023. Faktor-faktor yang diteliti meliputi religiusitas, pelayanan, dan pengetahuan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 95 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, pelayanan, dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Secara parsial, religiusitas dan pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan pengetahuan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa bank syariah perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan edukasi mengenai produk dan layanan syariah untuk menarik minat nasabah.

Kata Kunci: Bank Syariah, Minat Nasabah, Religiusitas, Pelayanan, Pengetahuan

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence customer interest in saving at Islamic banks, with a case study of students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang class of 2021-2023. The factors studied include religiosity, service, and knowledge. The research method used is quantitative with data collection techniques through questionnaires distributed to 95 respondents. The results showed that religiosity, service, and knowledge had a positive and significant effect on interest in saving at Islamic banks. Partially, religiosity and service have a greater influence than knowledge. This study implies that Islamic banks need to improve service quality and education about Islamic products and services to attract customers.

Keywords: *Islamic Bank, Customer Interest, Religiosity, Service, Knowledge*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi yang terus berkembang, perhatian terhadap sistem keuangan global menjadi fokus utama dalam membentuk dinamika ekonomi internasional (Hermawanto & Anggraini, 2020). Di tengah kompleksitas sistem keuangan global, integrasi ekonomi syariah memegang peran sentral sebagai paradigma yang menggabungkan prinsip-prinsip keuangan Islam dengan tuntutan dan dinamika pasar global. Sebagai ekonomi yang berakar pada nilai-nilai etika Islam, ekonomi syariah membawa perspektif yang unik dan berpotensi untuk memberikan dampak signifikan dalam menciptakan sistem keuangan yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Bilges et al., 2023).

Pergeseran paradigma dalam sistem keuangan global menjadi semakin nyata seiring dengan percepatan globalisasi. Aspek etika dalam transaksi keuangan menjadi semakin diakui, dan kebutuhan untuk menyelaraskan kegiatan ekonomi dengan nilai-nilai moral semakin mendesak. Ekonomi syariah, sebagai alternatif menarik, menggeser paradigma tradisional dengan menekankan keadilan, keberlanjutan, dan keseimbangan dalam praktik bisnis dan keuangan (Mufid, 2021). Pertumbuhan ekonomi syariah tidak terbatas pada wilayah dengan mayoritas Muslim (Noviarita, dkk 2021). Pasar keuangan syariah telah mendapatkan pengakuan global dan meraih penerimaan di berbagai belahan dunia. Produk-produk keuangan syariah, seperti sukuk dan asuransi syariah, telah menjadi bagian integral dari struktur keuangan

global. Pertumbuhan ini mencerminkan adaptabilitas ekonomi syariah dalam menghadapi kompleksitas dan diversitas pasar global.

Perbankan merupakan salah satu lembaga yang menjalankan tiga fungsi utama, yaitu fungsi penghimpunan dana (*Funding*), fungsi penyaluran dana (*Lending*) dan fungsi pelayanan. Jelas bahwa masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam dihadapkan pada satu solusi, yaitu menempatkan asetnya di bank konvensional. Sementara itu, diketahui bahwa bank biasa menggunakan sistem persentase (bunga), yang menurut sebagian ulama dilarang karena mengandung unsur riba, sehingga perlu dibuat Bank Syariah. Bank Syariah di Indonesia diciptakan berdasarkan keinginan individu (khususnya kelompok muslim) yang menganggap bunga itu haram. Ketidaktertarikan ini juga diperkuat fatwa yang diberikan oleh MUI, khususnya fatwa Nomor 1 Tahun 2004, menyatakan bahwa suku bunga yang digunakan oleh bank, perusahaan asuransi, sektor permodalan, pegadaian, koperasi dan lembaga keuangan lainnya adalah haram karena mengandung unsur riba. Adapun ayat Al-Qur'an yang menjadi dasar operasional bank syariah adalah : Q.S. Al-Baqarah ayat 279 yang artinya, “ *Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan rasulnya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.*”

Tabungan yang dihimpun oleh Bank dapat dimanfaatkan untuk membiayai pembangunan masyarakat, akan tetapi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memaparkan bahwa masyarakat belum secara aktif untuk menabung di

bank. Aktivitas minat menabung masyarakat Indonesia di kawasan Asia Tenggara terbilang masih rendah dibandingkan negara tetangga menurut Deputy Komisioner Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK (Ramli, 2019). Dengan tidak aktifnya masyarakat untuk menabung di bank, menandakan bahwa pengetahuan atas keuangan yang dimiliki masyarakat Indonesia masih terbilang rendah (Irdianty & Azizah, 2023).

Dalam rangka menaikkan minat masyarakat dalam menabung, OJK melakukan kegiatan yakni Program Satu Rekening Satu Pelajar (Kejar) untuk menanamkan budaya menabung sejak dini. Program Kejar yang digalakkan OJK nantinya dapat meningkatkan tingkat literasi keuangan khususnya kepada para pelajar sehingga mereka dapat menanamkan budaya menabung sedini mungkin (Hariant, 2021).

Keuangan syariah di Indonesia adalah sistem keuangan masyarakat yang menggunakan produk dan layanan keuangan berdasarkan prinsip syariah. Secara keseluruhan pertumbuhan aset keuangan syariah Indonesia telah mencapai RP. 2,450,55 triliun atau sekitar US\$ 163,9 miliar posisi per Juni 2023. Angka ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 13,37% dengan *market share* sebesar 10,94% terhadap total keuangan nasional. Perkembangan yang positif ini menunjukkan bahwa sektor keuangan syariah di Indonesia memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara internasional.

Secara global, perbankan syariah telah juga mencapai pertumbuhan secara substansial yang unggul di seluruh dunia. Ada dua elemen yang sangat

berperan untuk mewujudkan perkembangan secara substansialnya. Yang pertama, pengembangan produk dan yang kedua standarisasi praktik regulasi. Dalam sisi lain, Industrial perbankan juga membutuhkan SDM yang sangat mendukung dalam pemasarannya. Ada beberapa ahli yang beropini bahwa bank syariah lebih stabil daripada bank konvensional dalam kondisi krisis keuangan global. Hal ini dapat membuat mereka berpikir untuk tidak terpengaruh pada apa pun. Namun, ada juga beberapa orang yang tidak sependapat dengan pernyataan tersebut. Mereka beropini bahwa bank syariah adalah bagian integral dari sistem operasional keuangan internasional. Oleh karena itu tidak mungkin untuk mengecualikan mereka dari krisis. Perdebatannya adalah bahwa bank syariah meskipun dalam masa pertumbuhan, tetap berpartisipasi dalam menerima risiko pasar yang ada. Akibatnya, bank syariah terpengaruh, tetapi mereka ditemukan lebih stabil daripada rekanan konvensional karena mereka terlibat dalam kegiatan yang sesuai dengan syariah (Harahap et al, 2021).

Perbankan syariah juga turut serta mengikuti perkembangan teknologi dan informasi dengan menciptakan berbagai macam aplikasi internet banking. Salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia, dimana bank ini merupakan *merger* dari tiga bank besar di Indonesia. Bank Syariah Indonesia mulai memperlihatkan perkembangan digital pada operasional sistemnya yaitu dengan meluncurkan aplikasi internet banking dan lain-lain yang disebut dengan *Mobile Banking* (Suhayati et al., 2022).

Definisi literasi keuangan menurut OJK adalah pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan

kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. (OJK, Literasi Keuangan, 2021) Lebih khusus lagi, mengacu pada seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan yang efektif terhadap investasinya agar dapat meningkatkan sumber daya keuangannya.

Dalam pasar global di Indonesia masuk kategori sepuluh besar negara dengan mempunyai indeks keuangan syariah yang terbesar di dunia. Meskipun memiliki indeks keuangan syariah, pertumbuhan pasar keuangan syariah disini belum mampu mengimbangi konvensional. Karena rendahnya pengetahuan masyarakat tentang literasi keuangan syariah. Dan masyarakat lebih dominan menggunakan konvensional karena mereka menganggap perhitungan setiap margin bank syariah itu sama saja. Karena kurangnya literasi maka dapat dilihat perkembangan dari bank konvensional bank syariah. (Hayati, 2020)

Pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah menjadi sebuah tantangan yang besar terutama pada aspek literasinya. Berdasarkan indeks literasi keuangan syariah yang telah dirilis terbaru oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di tahun 2021 sebesar 8,33%. Sementara pada peningkatan akses produk dan layanan jasa keuangan sebesar 8,39% (OJK O. J., 2019). Potensi pengembangan literasi halal Lifestyle dengan cara mendorong peningkatan domestik terhadap barang dan jasa halal. Sehingga memotivasi ekspansi produksi barang dan jasa halal dan mampu mendorong peningkatan ekonomi syariah. (Chandra Iswinarno, 2021)

Tabel 1.1

Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah tahun 2020-2024

CAR	2020	2021	2022	2023	2024
ROA	21.64	25.71	26.28	25,41	25.51
NPF	1.40	1.55	2.00	1.88	2.02
FDR	3.13	2.59	2.35	2.10	2.14
BOPO	76.36	70.12	75.19	79.06	82.90
Rentabilitas	85.55	84.33	77.28	78.31	76.68
KAP	1.46	1.66	2.59	2.55	2.65

Sumber : OJK 2024

Dari data di atas [Bank Umum Syariah](#) mencatat kinerja tahun 2020 sampai dengan 2024, periode Januari – Desember sangat signifikan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hasil survei dari OJK tentang literasi keuangan nasional yang sudah naik hampir 50% menjadi pemicu untuk lebih meningkatkan literasi keuangan syariah. Rendahnya literasi keuangan syariah yang belum mencapai 10% ini perlu ditingkatkan. Dapat dilihat dari hasil survei OJK di tahun 2024 sampai saat ini.

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan

alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat di minati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali di rilis terbaru oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di tahun 2024.

Bank Syariah Indonesia, terutama di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Islam Malang, memiliki potensi besar untuk meningkatkan keuangan syariah. Hal ini dapat memfasilitasi perekonomian mahasiswa FEB Universitas Islam Malang. Tingkat kepuasan nasabah di bank ini menjadi salah satu indikator penting dalam mengukur kemajuan dan perkembangan Bank Syariah Indonesia. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa banyak mahasiswa FEB Universitas Islam Malang belum sepenuhnya beralih atau merasakan manfaat nyata dari keberadaan bank syariah ini. Kurangnya minat mahasiswa FEB Universitas Islam Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah umumnya disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan edukasi mengenai bank tersebut.

Sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, mahasiswa seharusnya memahami literasi keuangan syariah sejak dini. Memiliki

literasi keuangan cenderung mampu membuat keputusan yang bijak dalam kehidupan, termasuk keputusan untuk membuka rekening tabungan di perbankan syariah, dan bertanggung jawab atas keputusan tersebut. Bagi mahasiswa, mempelajari pengelolaan keuangan, produk, dan layanan jasa keuangan seharusnya bukan hal yang sulit. Bahkan, saat ini, banyak universitas di Indonesia yang memiliki jurusan dan fakultas dengan fokus pada keuangan atau ekonomi, khususnya yang berbasis Islam, yang menunjukkan tren positif dalam pendidikan keuangan syariah.

Hasil yang berbeda ditemukan oleh Kunt, Klapper dan Randall pada tahun 2021 menemukan bahwa umat Muslim secara signifikan lebih mungkin dibandingkan non Muslim untuk memiliki akun resmi atau menyimpan uangnya di lembaga keuangan formal, namun masih kurang untuk meminjam secara formal dan menyatakan agama sebagai penghalang untuk memiliki akun. Di seluruh dunia, hanya 7 persen Muslim yang tidak memiliki rekening bank dengan alasan agama. (Demirguc Kunt, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian dari Arif Pujiono, meskipun di satu sisi pandemi Covid -19 juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Indonesia berpeluang menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah karena beberapa alasan. Pertama, Penduduk Indonesia terbesar keempat di dunia akan menjadi pasar bagi produk-produk industri halal dan keuangan syariah. Muslim Indonesia menghabiskan 218,8 miliar di seluruh inti Ekonomi Halal, dan diproyeksikan sebesar 5,3% untuk mencapai 330,5 miliar pada tahun 2025. Peluang ekspor dalam 264,1

miliar produk halal yang diimpor oleh negara- negara OKI. (Pujiyono, 2021)

Dapat dilihat dari banyaknya masyarakat Indonesia yang memeluk agama Islam lebih dominan besar. Oleh karena itu peningkatan ekonomi halal harus lebih ditekankan. Jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas memeluk agam Islam harus lebih memahami literasi keuangan syariah. Agar potensi keuangan syariah menjadi meningkat, dan masyarakat muslim memakai transaksi keuangan dengan produk bank syariah.

Penelitian ini di latar belakang dengan pada penelitian terdahulu oleh (Ruwaidah, 2020) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan *Shariah Governance* Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” hasil dari penelitian ini variabel literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan Mahasiswa (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah di IAI Syarifuddin Lumajang. Keputusan mahasiswa di dominasi oleh variabel literasi keuangan syariah, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi literasi keuangan syariah yang lebih besar dari *shariah governance*.

Penelitian ini juga berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Wibowo, 2019) yang berjudul “Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Generasi Z Jabodetabek Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) menunjukkan nilai beta sebesar 0,504 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat diterima yang berarti semakin

tinggi religiusitas seseorang maka minat untuk menabung juga akan semakin tinggi.

Penelitian yang diteliti oleh (Parastika, dkk, 2021) yang berjudul “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening” Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai CR sebesar $2,667 > 1,96$ dan P sebesar $0,008 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh secara parsial dan positif signifikan religiusitas terhadap minat. religiusitas secara langsung memberikan pengaruh sebesar 21,9% terhadap minat. Semakin tinggi religiusitas maka akan semakin tinggi minat, begitu pula sebaliknya.

Sebagaimana yang telah dipaparkan mengenai pentingnya literasi keuangan dalam membentuk keuangan syariah yang inklusif, maka pengoptimalan pemahaman yang benar mengenai keuangan syariah khususnya perbankan syariah kepada akademisi, ulama, dan da' i muslim akan berdampak signifikan bagi upaya literasi keuangan syariah. Sebaliknya, kedangkalan pengetahuan mereka, justru bisa menjadi *black campaign* terhadap gerakan keuangan syariah yang tengah digalakkan. (Dewi & Izzuddin, 2020).

Pembelajaran di perguruan tinggi sangat berperan penting dalam proses pembentukan literasi keuangan mahasiswa. Mahasiswa tinggal di lingkungan ekonomi yang beragam dan kompleks sehingga peningkatan kebutuhan pendidikan keuangan sangat diperlukan. Pembelajaran yang efektif dan efisien akan membantu mahasiswa memiliki kemampuan memahami, menilai, dan bertindak dalam kepentingan keuangan mereka.

Adanya pengetahuan yang baik sejak dini diharapkan mahasiswa dapat memiliki kehidupan yang sejahtera di masa yang akan mendatang.

Pada penelitian ini peneliti tertarik melakukan penelitian di Bank Syariah dikarenakan Bank Syariah merupakan salah satu bank terbaik dan terbesar di Indonesia saat ini. Dalam penelitian ini penulis akan menguji tentang faktor apa saja yang mampu mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah terkhusus mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi & Bisnis Unisma angkatan 2021-2023, sehingga peneliti tertarik ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh variabel religiusitas, pelayanan, dan pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah ?
2. Bagaimana pengaruh variabel religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah ?
3. Bagaimana pengaruh variabel pelayanan terhadap minat menabung di Bank Syariah ?
4. Bagaimana pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel religiusitas, pelayanan, dan pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan terhadap minat menabung di Bank Syariah
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah

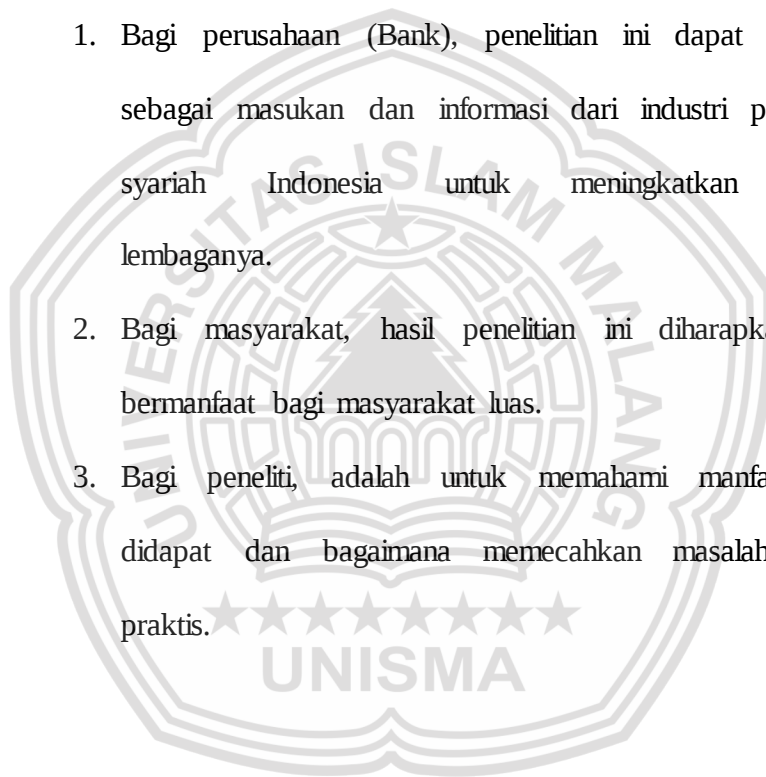
1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - Bagi pengembangan ilmu, adalah untuk menambah atau memperluas teori yang sudah ada dalam bidang pengetahuan yang dikaji
 - Bagi penelitian selanjutnya :
 1. Bagi akademisi, bagi peneliti selanjutnya untuk menambah literatur dan referensi untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah di Mataram untuk menabung di Bank Syariah

2. Sebagai sumber informasi untuk penelitian masa depan dan untuk kegiatan akademik di semua bidang perbankan dan ekonomi Syariah.
3. Memberikan pemahaman atau referensi kepada masyarakat tentang pentingnya menabung di bank Syariah.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan (Bank), penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan informasi dari industri perbankan syariah Indonesia untuk meningkatkan kinerja lembaganya.
2. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi masyarakat luas.
3. Bagi peneliti, adalah untuk memahami manfaat yang didapat dan bagaimana memecahkan masalah secara praktis.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Religiusitas, Persepsi Pelayanan, dan Persepsi Pengetahuan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021-2023. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil uji F disimpulkan bahwa Persepsi Religiusitas (X1), Persepsi Pelayanan (X2), Persepsi Pengetahuan (X3) memiliki pengaruh simultan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021-2023.
2. Persepsi Religiusitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021-2023.
3. Persepsi Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021-2023.
4. Persepsi Pengetahuan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021-2023.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar memperoleh hasil yang lebih baik.

1. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner sehingga hasil jawaban responden hanya terpaku sesuai pilihan jawaban yang disediakan dalam kuesioner.
2. Objek penelitian hanya terfokus pada Mahasiswa FEB UNISMA.
3. Nilai R^2 58,4% menunjukkan bahwa masih banyak variabel lain yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah pada mahasiswa FEB Universitas Islam Malang. Penelitian ini hanya menggunakan 3 Variabel Independen yaitu Variabel Religiusitas, Variabel Pelayanan dan Variabel Pengetahuan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran dari penelitian ini adalah :

1. Pada penelitian berikutnya, sebaiknya dilakukan dengan menggunakan metode mengumpulkan data menggunakan Wawancara.
2. Objek penelitian dapat di perluas pada tingkat Universitas Islam Malang.
3. Masih terdapat 41,6% % variabel lain yang tidak masuk dalam variabel penelitian sehingga peneliti berikutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain untuk digunakan dalam melakukan penelitian, seperti Minat Nasabah, Harga Terhadap Keputusan Nasabah (Adam, 2022).



DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., & Omar, M. A. (2012). Does religiosity influence bank selection? Empirical evidence from Brunei Darussalam. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 5(3), 227–243.
- Adam, Muhammad. "Pengaruh promosi, kepercayaan dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di PT. Bank Muamalat." *Journal of Comprehensive Islamic Studies* 1.1 (2022): 107-132.
- Adhahim, F."pengaruh religiulitas terhadap alumni pesantren".jurnal ekonomi MODERNISASI, no.2.2009.
- Ainina, Wida. "Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta." (2018).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Al-Ajmi, J. Y. (2009). Client satisfaction of Islamic banks: evidence from Kuwait. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 1(2), 117–130
- Anwar, M. F. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Institut Agama Islam Negeri Salatiga
- Amanda, S. M dan M. sabri A. M. "jurnal faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (sudi kasus dosen universitas syiakuala)". Jurnal ilmiah mahasiswa ekonomi islam 1, no 2 (2019)
- Arikunto, S. 2002:147, prosedur penelitian suatu pendekatan praktek (jakarta: rinekakipta).
- Asli Demirguc Kunt, L. K. (2021). Islamic Finance and Fianacial Inclusion: Measuring Use of and demand for Formal Financial Services among Muslim Adults. *Review of Middle East Economics and Finance* , 30.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep & strategi*. Rajawali Pers.
- Bilges, A., Koç, M., & Özdemir, Z. A. (2023). Islamic finance and sustainable development goals: A systematic literature review. *Sustainability*, 15(2), 1641.
- Chandra Iswinarno, M. F. Literasi Keuangan Syariah di Indonesia Ternyata Masih Rendah. *Suara.com*, hal. 1.
- Damayanti, S. "Pengaruh pandangan islam, pelayanan dan keamanan teradap minat nasabah untuk menabung di bank syaria mandiri cabang X)". *jurnal*

manajemen
dan pemasaran jasa 9, no 1 (2016)

- Dayyan, M, Fariansa, Juprianto. "Analisis minat masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah". *jurnal ilmiah mahasiswa (jim)* 1 (2017).
- Darmawan, A., Indahsari, N. D., Rejeki, S., Aris, M. R., & Yasin, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 43–52. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v18i1.296>
- Dewi, I. A., & Izzuddin, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(1), 1-13.
- Fatmawati, D. "Pengaruh pendapatan, religiulitas dan informasi terhadap intensi terhadap menabung di Bank Syariah pada kalangan santri mahasiswa PP. Wahidin hasyim di salem". *Jurnal ekonomi* (2023).
- Firdaus, Muhammad Fauzan. *Pengaruh literasi keuangan syariah, religiositas Dan kualitas layanan terhadap minat menabung di Bank Syariah (Studi Kasus: Masyarakat Desa Kembangan, Kecamatan Bodeh, Kabupaten Pematang)*. Diss. UIN. KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024.
- Glock, Charles Y., & Stark, Rodney. (1965). *Religion and Society in Tension*. Rand McNally.
- Ghozali, I. (2011:45). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamka Hamka, "Pengaruh trust in a brand terhadap brand loyalty pada konsumen air minum Aqua di Kota Ambon," *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 3.2 (2010), hal. 39–46, doi:10.29239/j.agrikan.3.2.39-46.
- Harahap, S. S., Siregar, S. V., & Adnan, M. A. (2021). *Akuntansi Perbankan Syariah*. Rajawali Pers.
- Hariato, M. (2021). Strategi OJK mengajak pelajar untuk menabung sejak dini. Antara Sultra.
- Hermawanto, Ariesani, and Melaty Anggraini. "Globalisasi, Revolusi Digital dan Lokalitas: Dinamika Internasional dan Domestik di Era Borderless World." (2020).
- Hasanah, Fadhilatul. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumen.

Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(3), 487-498.

Indi, Irmawati. *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)*. Diss. Universitas Negeri Makassar, 2019.

Iradianty, A., & Azizah, P. Z. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Sosialisasi Keuangan Keluarga, dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung pada Siswa Usia Remaja Kota Yogyakarta. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 4(1), 13–22. <https://doi.org/10.33476/jobs.v4i1.3600>.

Iranati, Rahma Bellani Oktavindria. 2017. *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan)*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Islam, Ma'riful. *Pengaruh promosi, kualitas layanan dan pengetahuan terhadap minat menabung guru Ma'had Al-Izzah Batu pada Bank Syariah di Kota Batu dengan reliquusitas sebagai variabel moderasi*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023.

Isra Hayati, S. S. (2020). Peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam Meningkatkan Pasar Keuangan Syariah. *Misyarakat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat* Vol.3 No.1 , 24.

Khaiunnisa, I, S. Rozza, Ach dan Bakrul M. jurnal "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam menggunakan produk tabungan Bank Jabar Banten Syariah KCP BSD", vol 5 (2018).

Kuncoro, jurnal metode riset untuk bisnis dan ekonom. (2016:172).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.

Larasati, F. jurnal "Pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah". (2017).

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of economic literature*, 52(1), 15-44.

Lexi J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2012.

Mappiare, A. (1997). *Psikologi orang dewasa*. Usaha Nasional.

Mufid, M. (2021). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasi*. Bumi Aksara.

Muhammad. 2021. *manajemen dana bank syariah*, (Jakarta: rajawali pers).

Muharam, Azka. "Integrasi Ekonomi Syariah Dalam Sistem Keuangan

Global." *Jurnal Inovasi Global* 1.1 (2023): 6-13.

Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualitas: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177-187.

<https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of retailing*,¹ 64(1), 12-40

Pujiyono, A. (2021). Covid-19: Momentum for Indonesia to become the Center for Islamic Economics Awakening in the World. *Conference on Islamic Economics, Islamic Finance, & Islamic Law (ICIEFIL)* , 10.

Pertiwi, D., & Ritonga, H. D. (2012). Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran, *Ekonomi dan Keuangan*, 1 (1): 61-69.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran Kontemporer*. Alfabeta.

Rahmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Ramli, R. (2019). OJK : Masyarakat Indonesia Tidak Senang Menabung di Bank. *INews,Id*.

Rinuastuti, B. H., Darwini, S., Agustiani, E., & Andilolo, I. R. (2018). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram). *Distribusi-Journal of Management and Business*, 6(2), 47-59.

Richard, M. (2021, April 06). Literasi Rendah, Pertumbuhan Kinerja Bank Syariah Terkendala. *Bisnis.com*, hal. 1.

Roni Andespa, 2017, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah", *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017.

Ruwaidah, Siti Homisyah. "Pengaruh literasi keuangan syariah dan syariah Governance terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa Perbankan syariah." *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah* 2.1 (2020): 79-106.

Slameto. (2013). *Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.

Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1054>.

Suhayati, E., Sari, D. W., & Saputra, J. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah

Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(1), 1-14.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. CV. Bandung Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sunarsih, U., & Wulandari, D. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk. *Jurnal Ekonomi STEI*, 23(01), 17–35.

Sumantri, B. (2014). *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Andi Offset.

Tejandrasa, A. A. (2011). *Pengaruh Minat dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, VI(2), 133-145.

Thouless, Robert H. (1971). *An Introduction to the Psychology of Religion*. Cambridge University Press.

Wahyuningsih, Nining, and N. J. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10.2, 295–314.

Wibowo, M. (2019). Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 93-106.

Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, ¹ 2(2)