

**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH , *RELIGIOUSITY* DAN LINGKUNGAN  
SOSIAL TERHADAP MINAT MENABUNG MENGGUNAKAN BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang)**

**SKRIPSI**

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

**DINDA DEWI ANGGRAENI**

**NPM. 21801083002**

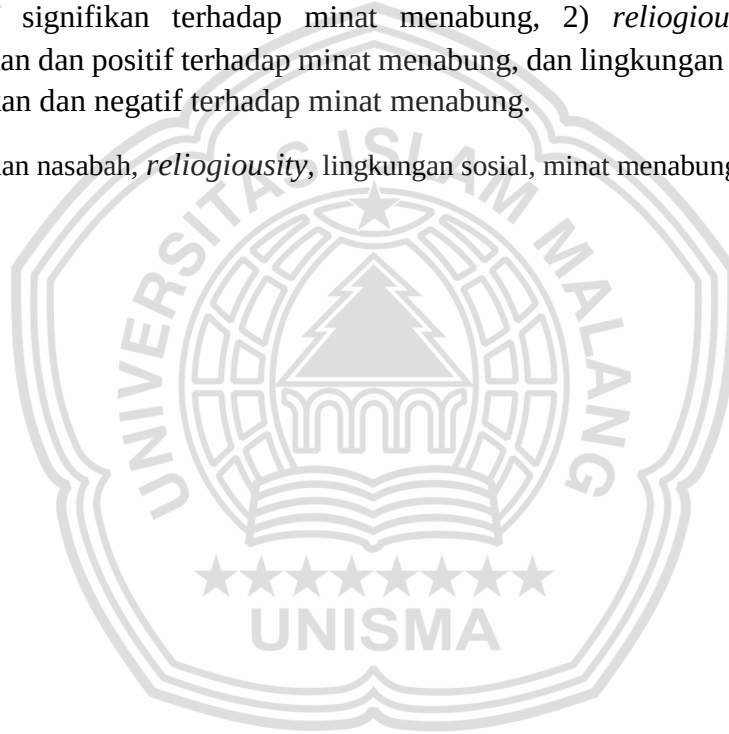


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MALANG  
2022**

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah, *religiosity*, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung pada bank syariah pada mahasiswa Universitas Islam Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional. Sampel dalam penelitian ini adalah 99 mahasiswa Universitas Islam Malang. 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 pengetahuan nasabah, *religiosity*, dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Sedangkan secara parsial 1) variabel pengetahuan nasabah secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung, 2) *religiosity* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung, dan lingkungan sosial secara parsial berpengaruh signifikan dan negatif terhadap minat menabung.

Kata kunci: Pengetahuan nasabah, *religiosity*, lingkungan sosial, minat menabung



## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the effect of customer knowledge, religiosity, and social environment on interest in saving in Islamic banks in students of the Islamic University of Malang. The type of research used is correlational research. The sample in this study were 99 students of the Islamic University of Malang. Data was collected 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 customer knowledge, religiosity, and social environment have a significant effect on interest in saving in Islamic banks. While partially 1) the variable of customer knowledge partially has a significant positive effect on interest in saving, 2) religiosity partially has a significant and positive effect on interest in saving, and the social environment partially has a significant and negative effect on interest in saving.*

*Keywords: customer knowledge, religiosity, social environment, interest in saving*



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang peranannya sangat penting bagi aktivitas ekonomi suatu negara, fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana dari masyarakat yang bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, yang mengarah pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Ramadhani, Susyanti, & ABS (2019). Perbankan di Indonesia menunjukkan tingkat perkembangan yang pesat, terbukti dengan dikembangkannya kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), sistem perbankan konvensional dan perbankan syariah secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan sektor-sektor perekonomian nasional (OJK, 2017).

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 perbankan syariah lebih menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika

mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Sebagai negara yang mayoritas beragama Islam, diharapkan dapat menumbuhkan perkembangan penggunaan produk dan instrumen syariah, disamping itu mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi 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.

Pangsa pasar keuangan syariah di Indonesia mempunyai peluang yang cukup besar untuk tumbuh dan berkontribusi dalam perekonomian nasional. *Market Share* perbankan syariah berada di level 6,52%, dimana angka tersebut dinilai mempunyai peluang besar mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar diharapkan dapat berkontribusi pada perekonomian nasional. Peluang perkembangan perbankan syariah juga dapat dilihat dari total aset keuangan syariah di Indonesia mencapai Rp 1.993,41 triliun. Sementara Dana Pihak Ketiga (DPK) tercatat mencapai Rp 503,83 triliun. Untuk itu supaya bank syariah dapat meraih peluang tersebut, bank syariah terus membuat perubahan dengan memperkuat nilai syariah, mengembangkan keunikan produk yang berdaya saing, mendorong digitalisasi perbankan, memperkuat permodalan dan efisiensi, serta meningkatkan *awareness* masyarakat dalam ekonomi syariah (OJK, 2021).

Arah pengembangan bank syariah selalu mengacu kepada rencana-rencana strategis, dengan demikian upaya pengembangan yang dilakukan bank syariah merupakan kegiatan yang mendukung tercapainya rencana strategis dalam skala besar nasional dimana sejalan dengan jejak perkembangan keuangan syariah di Indonesia. Dalam mengakselerasi proses pengembangan perbankan syariah Indonesia dapat dilihat dari *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, salah satunya adalah literasi masyarakat yang masih rendah terhadap bank syariah (OJK, 2021).

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Meskipun masih tergolong rendah, angka tersebut meningkat dibanding hasil SNLIK tahun 2016, yaitu indeks literasi keuangan sebesar 29,7% dan indeks inklusi keuangan sebesar 67,8%. Sementara Indeks literasi keuangan syariah pada tahun 2019 menunjukkan peningkatan yaitu menjadi 8,93% dari sebelumnya 8,1% pada periode survei sebelumnya tahun 2016. Hal ini menunjukkan masyarakat Indonesia secara umum belum memahami dengan baik karakteristik berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang telah ditawarkan. Literasi keuangan merupakan keterampilan yang penting bagi masyarakat, agar dapat menentukan produk serta layanan keuangan sesuai dengan kebutuhan, masyarakat harus memahami manfaat

dan resiko, hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan inklusi keuangan (OJK, 2021).

Upaya peningkatan literasi keuangan syariah yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), telah dilaksanakan mulai dari peningkatan frekuensi edukasi keuangan syariah, Training of Trainers baik secara *offline* maupun *online*. Proporsi edukasi syariah dalam dua tahun terakhir mengalami kenaikan 3 kali lipat dan sejak tahun 2020, proporsi edukasi keuangan syariah minimal 30% dari total kegiatan edukasi keuangan. Edukasi keuangan syariah juga dilakukan melalui media digital seperti pemanfaatan media sosial, kerjasama dengan influencer, podcast, produksi dan placement Iklan Layanan Masyarakat. Tantangan yang dihadapi bank syariah sebenarnya tidak semata pada aspek literasi atau pengenalan produk pada masyarakat, namun juga masih banyaknya masyarakat yang belum menggeser kecenderungannya dari produk bank konvensional sebagai transaksi sehari-hari terutama yang telah memiliki *brand* dan produk yang mengakar di masyarakat ke dalam produk bank syariah (OJK, 2021).

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK tahun 2016 menunjukkan bahwa pemuda (usia 18-35 tahun) memiliki tingkat literasi dan inklusi keuangan yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya secara nasional, yaitu tingkat literasi sebesar 32,1% (usia 18-25 tahun) dan 33,5% (usia 26-35 tahun). Dengan begitu memberikan edukasi pada mahasiswa merupakan segmentasi cukup potensial dimana mahasiswa cenderung memiliki pengetahuan dan wawasan yang lebih sehingga diharapkan dapat mengaplikasikan dan menggambarkan gambaran ilmu pengetahuan kepada masyarakat, untuk beralih menggunakan layanan bank syariah agar dapat meningkatkan minat terhadap bank syariah.



Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perkembangan nasabah bank syariah di Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan terlihat di tahun 2019 sebanyak 22.120.609 nasabah. Kemudian pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 14% menjadi 25.195.687 nasabah. Pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 15,62% menjadi 28.654.158 nasabah. Melihat besarnya angka peningkatan maka strategi pengembangan pasar bank syariah terus dikembangkan, salah satu pengembangan yang telah dilakukan melalui program inovasi produk yang mempunyai keunikan dan standar nama yang mudah dipahami oleh masyarakat, serta mensosialisasi masyarakat secara lebih luas dan efisien agar memberi pemahaman mengenai manfaat produk serta jasa yang diberikan oleh bank syariah. Bank syariah juga berupaya menarik minat kalangan muda dengan memberikan kemudahan layanan dalam bertransaksi sesuai dengan kebutuhan berbasis digital. Fitur-fitur yang dikembangkan tidak hanya memenuhi kebutuhan layanan finansial, akan tetapi mengandung banyak aspek sosial maupun spiritual yang mampu menunjang aktivitas ekonomi sesuai syariat (OJK, 2021).

Pada dunia perbankan sendiri minat untuk menabung menjadi hal yang sangat penting agar dapat bertahan dan 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 serta mempelajarinya. Minat menabung timbul karena adanya dorongan dari diri seseorang yang menimbulkan seseorang berminat untuk menabung uangnya di bank syariah.

Saat ini calon nasabah sudah mulai kritis dalam memilih suatu produk maupun jasa. Apalagi dengan adanya persaingan global yang dapat memudahkan dalam mengakses berbagai informasi. Pengetahuan mengenai bank syariah yang dipahami oleh calon nasabah sendiri



menjadi faktor yang cukup penting, calon nasabah harus lebih bijak dalam menyaring dan menyerap informasi. Pengetahuan nasabah adalah segala informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan yang menyangkut produk dan jasa tersebut serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai seorang nasabah (Firmansyah, 2018).

Terkait hal tersebut dapat dilihat adanya suatu hubungan bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi sikap kemudian menciptakan minat dan berdampak terhadap keputusan nasabah. Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam hal minat menabung, hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya. Penelitian Maulidi (2018) yang menyatakan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah.

Dalam Islam, seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dengan Tuhan-Nya, menurut Zuhirsyan & Nurlinda (2018) *religiosity* merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang. *Religiosity* diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Faktor *religiosity* merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi minat nasabah. Namun, *religiosity* tidak cukup untuk mendorong minat nasabah menabung di bank syariah. Tingkat *religiosity* seseorang berbeda-beda, tidak semua muslim bertindak berdasarkan syariah seperti mentaati peraturan yang melarang adanya riba, banyak juga orang yang beragama Islam yang masih menggunakan layanan bank konvensional sama halnya penelitian yang telah dilakukan oleh Maghfiroh (2018) bahwa *religiosity* tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah. Beberapa alasan seseorang menggunakan bank syariah untuk menunjukkan komitmen mematuhi ajaran Islam supaya terindar dari ajaran yang tidak sejalan dengan perintah

Allah. Sama halnya sebuah penelitian yang dilakukan Purwanto (2016), *religiiosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, tingkat *religiiosity* yang tinggi akan meningkatkan minat menabung di bank syariah.

Faktor lain yang mendukung minat menabung di bank syariah yaitu lingkungan sosial. Lingkungan sosial adalah wilayah tempat berlangsungnya berbagai kegiatan dalam berinteraksi sosial, dimana terjadi dalam situasi kerjasama atau konflik, yang biasa dilakukan dengan tutur kata, jabat tangan, bahasa isyarat, atau bahkan tanpa adanya kontak fisik. Interaksi sosial hanya akan berlangsung antar pihak apabila terjadi reaksi dari kedua belah pihak (Sarinah, 2019). Apabila lingkungan sosial seseorang yang lebih cenderung menabung dengan menggunakan bank syariah, maka hal ini dapat mempengaruhi orang lain berminat dan memiliki ketertarikan terhadap menabung di bank syariah. Seperti penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Rusmiyanti (2020), bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini digunakan untuk menemukan fakta seberapa besar pengaruh dari pengetahuan, *religiiosity* dan lingkungan sosial yang dinilai dapat mempengaruhi masyarakat dalam menabung di bank syariah. Berdasarkan pemaparan yang telah di uraikan diatas penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian judul **“Pengaruh Pengetahuan Nasabah, *Religiiosity* dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan tersebut, maka dapat diambil beberapa rumusan ialah:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan nasabah , *religiiosity*, lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan Bank Syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Malang?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan nasabah terhadap minat menabung menggunakan Bank Syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Malang?
3. Bagaimana pengaruh *religiiosity* terhadap minat menabung menggunakan bank syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Malang?
4. Bagaimana pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Malang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari berbagai rumusan masalah yang diangkat terdapat beberapa hal yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah , *religiiosity*, lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah terhadap minat menabung menggunakan bank syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *religiiosity* terhadap minat menabung menggunakan bank syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Malang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Teoritis

1. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi maupun referensi bagi penelitian selanjutnya yang serupa mengenai pengaruh pengetahuan nasabah, *religiosity* dan lingkungan sosial 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 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.

### 3. 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 pengetahuan nasabah, religiosity dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah mahasiswa S-1 Universitas Islam Malang. Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari uji simultan F (44,256) dengan nilai sig (0,000) yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) maka H1 diterima. Dapat diartikan secara simultan variabel pengetahuan nasabah, religiosity, dan lingkungan sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah mahasiswa Universitas Islam.
2. Berdasarkan perhitungan  $R^2$  didapatkan hasil sebesar 57,1% variabel pengetahuan nasabah, *religiosity*, dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat menabung, sedangkan 42,9% lagi



dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak di uji dalam penelitian ini.

3. Berdasarkan hasil uji t variabel pengetahuan ( $X_1$ ) 3,586 dengan nilai signifikan 0,000 karena nilai signifikan  $<0,05$  maka  $H1a$  diterima, dimana memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menabung ( $Y$ ). Artinya semakin tinggi tingkat pengetahuan nasabah terhadap bank syariah maka akan meningkatkan minat menabung mahasiswa. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2016), Ramadhani, Susyanti, and ABS (2019) dan Iranati (2017).
4. Berdasarkan hasil uji t variabel *religiosity* ( $X_2$ ) sebesar 6,666 dengan nilai signifikan 0,000 karena nilai signifikan  $<0,05$  maka  $H1b$  diterima, dimana memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menabung ( $Y$ ). Artinya semakin tinggi tingkat *religiosity* nasabah terhadap bank syariah maka akan meningkatkan minat menabung mahasiswa. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rusmiyanti (2020) dan Mujaddid & Nugroho (2019).
5. Berdasarkan hasil uji t variabel lingkungan sosial ( $X_3$ ) sebesar -4,250 dengan nilai signifikan 0,000 karena nilai signifikan  $<0,05$  maka  $H1c$  diterima, dimana memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap variabel minat menabung ( $Y$ ). Artinya semakin tinggi tingkat lingkungan sosial nasabah terhadap bank syariah maka akan menurunkan minat menabung mahasiswa. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Raihana and Azhary (2020).

## 5.2 Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini jauh dari sempurna dan terdapat beberapa keterbatasan-keterbatasan sebagai berikut:

1. Dilihat dari segi sampel dan populasi pada penelitian ini terbatas hanya pada mahasiswa aktif S-1 Universitas Islam Malang yang memiliki rekening di bank syariah.
2. Pada penelitian ini terbatas pada variabel penelitian yang digunakan dimana hanya menguji variable pengetahuan nasabah, *religiosity* dan lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah.
3. Dilihat dari segi metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner menyebabkan kurangnya komunikasi yang cukup baik antara peneliti dengan responden dalam memahami instrumen pertanyaan dalam kuesioner, sehingga akan memungkinkan responden memberi jawaban yang kurang sesuai dengan maksud dari pertanyaan.
4. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner masih belum merata sehingga responden yang di dapat tidak proporsional.
5. Dalam penelitian ini hanya membahas produk simpanan bank syariah secara umum.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran diantaranya:

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 pengetahuan nasabah, *religiosity*, dan lingkungan sosial yang mempengaruhi minat menabung menggunakan bank syariah yaitu pendapatan (Purwanto 2016), kepercayaan dan lokasi

(Iranati 2017), serta reputasi (Mujaddid & Nugroho 2019), yang belum diteliti pada penelitian ini.

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.
5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian terhadap minat nasabah pada produk-produk lain yang ada di bank syariah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alhusain, Achmad Sani. 2021. "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional." *Info Singkat: Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 13(3):19–24.
- Andi, Ibrahim, Alang Asrul Haq, Madi, Baharuddin, Ahmad Muhammad Aswar, and Darmawati. 2018. *Metodologi Penelitian*. 1st ed. edited by Ismail Ilyas. Makassar: GUNADARMA ILMU.
- Andrianto, and M. Anan. Firmansyah. 2019. *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)*. surabaya.
- 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.
- Damayanti, Sisca. 2017. "Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah 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, Imam. 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.
- Gunawan, Fahmi. 2018. *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum Dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara*. pertama. edited by F. Gunawan and puji biopsi heksa hastuti. yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Gupron, Gupron, and Andri Yandi. 2021. "Factors Affecting the Community'S Interest in Saves in Sharia Bank in Jambi City." *Dinasti International Journal of Management Science* 2(5):817–27. doi: 10.31933/dijms.v2i5.951.
- Hamalik, Oemar. 2001. *Proses Belajar Dan Mengajar*. Bandung: Sinar Baru algesindo.
- Hasmi, Julian, Program Studi, Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, and D. A. N. Bisnis. 2017. *Nasabah Non Muslim Untuk Menabung Pada*.
- 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)." *Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: PRENA MEDIA GROUP.
- Karim, Adiwarman. 2011. *BANK ISLAM Analisis Fiqih Dan Keuangan*. 4th ed. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

- Kurniawan, Muhammad. 2021. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah (Teori Dan Aplikasi)*. pertama. Indramayu Jawa Barat: CV. Adanu Abimata.
- Kurniawan, Wawan, and Aat Agustin. 2021. *Metodologi Penelitian Kesehatan Dan Keperawatan*. 1st ed. edited by A. Rahmawati. Cirebon Jawa Barat: CV. RUMAH PUSTAKA.
- Maghfiroh, Sayyidatul. 2018. "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Asma' Amanina." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Maulidi, Rif'at. 2018. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Muhammad. 2004. *MANAJEMEN DANA BANK SYARIAH*. 1st ed. yogyakarta: EKONISIA.
- Mujaddid, Fajar, and Pandu Tezar Adi Nugroho. 2019. "Available at : [Http://Journal.Uhamka.Ac.Id/Index.Php/Jei](http://Journal.Uhamka.Ac.Id/Index.Php/Jei)." *Ekonomi Islam* 10.
- 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. "Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia 2020-2025." Retrieved January 22, 2022 (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Roadmap-Pengembangan-Perbankan-Syariah-Indonesia-2020->



2025.aspx).

OJK. 2021b. "Snapshot Perbankan Syariah September 2021." Retrieved January 22, 2022 (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-September-2021.aspx>).

OJK. 2021c. "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>).

OJK 2021. n.d. "Statistik Perbankan Syariah." Retrieved January 24, 2022 (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>).

Perwataatmadja, Karnaen, and Muhammad Syafi'i Antonio. 1992. *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*. pertama. yogyakarta: DANA BHAKTI WAKAF.

Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In Cv. Wade Group.

Purwanto, Aris. 2016. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung DI Bank Syariah Boyolali." *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI* 1–72.

Purwanto, Ngalim. 2011. *Ilmu Pendidikan Teoretis Dan Praktis*. Jakarta: Rosdakarya.

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.



- Raihana, Siti, and Riza Aulia Azhary. 2020. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syaria Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)." *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2:110–23.
- Ramadhani, Nur'aini IKa, Jeni Susyanti, and M. Khoirul ABS. 2019. "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang." *E-Jurnal Riset Manajemen* h. 81.
- Rusmiyanti, Fitri Alfi. 2020. "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Tingkat Religiusitas Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Kudus)." Institut Agama Islam Negri Kudus.
- Sarinah. 2019. *Ilmu Sosial Budaya Dasar (Di Perguruan Tinggi. pertama*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Sugiyono. 2015a. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015b. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALABETA CV. Bandung.
- 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.
- Supangat, Andi. 2007. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi Dan Nonparametrik*. 1st ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ulfa, Alif. 2021. "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah*

*Ekonomi Islam* 7(2):1101–6. doi: 10.29040/jiei.v7i2.2680.

Uyun, Muhamad, and Ida Warsah. 2021. *Psikologi Pendidikan*. yogyakarta: CV BUDI UTAMA.

W., S, Mc Daniel, and J. J. Burnett. 1990. “Consumer Religiousity and Retail Store Evaluative Criteria.” *Journal of the Academy of Marketing Science*.

W, G. Allport, and M. J. Ross. 1976. “Personal Relhious Orientation and Prejudice.” *Journal of Personality and Social Psychology*.

Winarti. 2021. “Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di BNI Syariah KCP Kuningan.” *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman* 2(2):5–24.

Zuhirsyan, Muhammad, and Nurlinda Nurlinda. 2018. “Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah.” *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari’ah* 10(1):48. doi: 10.24235/amwal.v10i1.2812.