

Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi

Alifah Dwi Novianti^{1*}, Luqman Hakim²

¹Universitas Negeri Surabaya, alifahnovianti474@gmail.com

² Universitas Negeri Surabaya, luqmanhakim@unesa.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengetahuan perbankan syariah, produk bank dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah dengan persepsi sebagai variabel moderating. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Mahasiswa aktif program studi ekonomi syariah pada tiga perguruan tinggi negeri di Surabaya sebagai sampel penelitian berjumlah sebesar 100 mahasiswa dengan menggunakan teknik quota sampling. Teknik pengumpulan data dengan kuisioner. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung, terdapat pengaruh produk bank terhadap minat, terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating produk bank dengan minat menabung, persepsi merupakan variabel moderating religiusitas dengan minat menabung.

Kata Kunci: Produk bank; persepsi; religiusitas; minat menabung; pengetahuan perbankan syariah.

Abstract

The Purpose of this study to analyze the knowledge of Islamic banking, bank products and religiosity towards saving interest in Islamic banks with perception as a moderating variable. This type of research is quantitative. Active students of Islamic economics study programs at three state universities in Surabaya as research sample numbered 100 students using the quota sampling technique. Data collection techniques with questionnaires. The results show there is an influence of Islamic banking knowledge on saving interest, there is an influence of bank products on saving interest, there is an influence of religiosity on saving interest, perception is not a moderating variable of sharia banking knowledge with saving interest, perception is not a moderating variable of bank products with saving interest, perception is a moderating variable of religiosity with saving interest.

Keywords: Bank products; perception; religiosity; saving interest; sharia banking knowledge.

*✉ Corresponding author: alifahnovianti474@gmail.com

PENDAHULUAN

Peran perbankan sangat penting untuk suatu negara. Bank adalah lembaga yang mempunyai fungsi utama yakni mengumpulkan dan menyalurkan dana nasabah atau masyarakat secara efektif dan efisien. Dalam operasionalnya di Indonesia bank terdiri dari Bank Konvensional dan Bank Syariah. Kebebasan dalam memilih antara Bank Konvensional atau Bank Syariah, menjadikan masyarakat lebih selektif untuk suatu produk atau jasa dalam pemilihan, pertimbangan dan pembelian.

Sistem bagi hasil diperkenalkan oleh perbankan syari'ah yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana yang tidak dikurangi dengan biaya pengelolaan dana yang dikenal dengan istilah *Revenue Sharing*, (Nadliroh, 2013). Saat ini di Indonesia sudah terdapat 14 Bank Umum Syariah, 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, dan 20 Unit Usaha Syariah dengan jumlah aset yang cenderung meningkat setiap tahunnya (OJK, 2019) Walaupun bank syariah keberadaannya tidak sebanyak dengan bank konvensional, namun bukti tersebut menunjukkan bahwa perbankan syariah saat ini tergolong cukup baik, hal tersebut tentunya tidak lepas dari tingkat menabung masyarakat di bank syariah.

Menurut Padmaninggar (2016), aktivitas yang mempunyai tujuan dipenuhinya kebutuhan di masa selanjutnya, yang diawali dengan keinginan, juga diperlukannya perencanaan agar dapat berjalan

dengan baik. Dengan digunakannya sistem bagi hasil menjadi solusi terutama bagi umat islam yang mempunyai keinginan untuk melaksanakan syariat islam dengan tidak memakai sistem bunga dalam bertransaksi, minat masyarakat untuk dananya dititipkan pada bank syariah tersebut mengharapkan didapatkannya *feedback* antara pihak bank maupun pihak nasabah dengan seimbang (Maghfiroh, 2018).

Menurut Kotler (dalam Syahriyal, 2018) tanggapan terhadap objek yang ditunjukkan dengan adanya pelanggan yang berkeinginan melakukan pembelian bisa dikatakan minat menabung yang diasumsikan sebagai minat beli perilaku. Mahasiswa mampu memberikan pengaruh dan mengambil peran dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pada kalangan mahasiswa dibutuhkannya tabungan, salah satunya adalah jasa tabungan untuk menyimpan uang bulanan dan kepentingan lainnya (Wahyuni & Rakhmah, 2016). Khususnya bagi mahasiswa yang menempuh pendidikan berbasis islam seperti pada prodi S1 Ekonomi Syariah atau Islam. Program studi tersebut memiliki kurikulum yang mengacu pada syariat islam juga mempelajari tentang ilmu ekonomi syariah, sehingga mahasiswa prodi ekonomi syariah dipandang sebagai kelompok yang seharusnya memiliki preferensi tinggi dalam penggunaan produk atau jasa perbankan syariah karena ada kaitan dengan studinya.

Hasil dari studi pendahuluan yang dilakukan pada mahasiswa di Surabaya yakni pada tiga Perguruan Tinggi Negeri yang telah ditentukan menjadi subjek pra observasi dengan 38 responden diketahui bahwa 56,8% belum memiliki buku tabungan bank syariah. Hal ini memaparkan bahwa bank syariah masih kurang digunakan secara optimal bagi mahasiswa dalam kesehariannya.

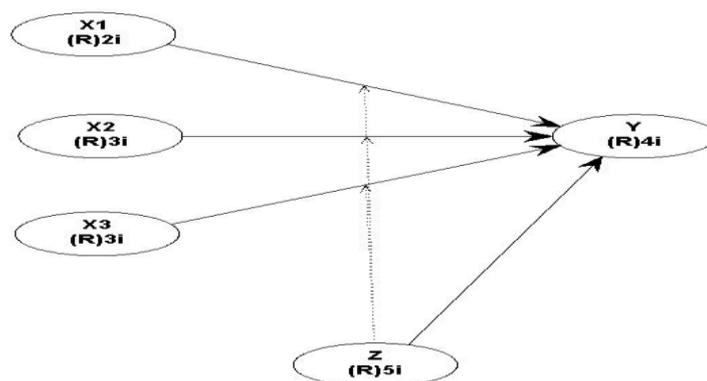
Tinggi rendahnya minat menabung di bank syariah, dipengaruhi faktor internal dan juga eksternal. Faktor pertama yang diperkirakan mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah pengetahuan perbankan syariah. Menurut Kristiyadi & Hartiyah (2016) menjelaskan bahwa tingginya pengetahuan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung. Dengan pemahaman akan pengetahuan perbankan syariah yang baik akan meningkatkan minat menabung di bank syariah. Faktor kedua adalah produk bank, penelitian Andespa (2017) menyatakan produk bank merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pada minat menabung di bank syariah. Rusdianto & Ibrahim (2016) menjelaskan ciri khas yang ada pada produk bank syariah memberikan manfaat serta berdampak yang baik kepada nasabah ataupun lembaga keuangan.

Faktor ketiga adalah religiusitas. Triana et al. (2016) dan Astuty & Umiyati (2018) menyatakan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Memahami dan menerapkan ajaran agama yang dianut dan perilaku yang dimunculkan dengan sesuai akan memunculkan minat menabung yang tinggi pula. Dari hasil penelitiannya Rusdianto & Ibrahim (2016) yang meneliti mengenai persepsi sebagai variabel moderating antara produk bank terhadap minat menabung di bank syariah. Disini, persepsi juga diperkitakan dapat menjadi variabel moderating yang mampu memoderasi antara pengetahuan perbankan syariah, produk bank dan religiusitas.

Berdasarkan pemaparan fenomena dan perbedaan hasil (*gap research*) sebelumnya, serta belum adanya penelitian persepsi sebagai variabel moderasi antara pengetahuan perbankan syariah, produk bank dan religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Mahasiswa Surabaya Dengan Persepsi Sebagai Variabel Moderating, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan lebih lanjut dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah, Produk Bank dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Mahasiswa Surabaya Dengan Persepsi Sebagai Variabel Moderating.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif merupakan jenis dari penelitian ini, data akan dianalisis menggunakan statistik yang berupa angka, Sugiyono (2017). Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa S1 prodi ekonomi syariah yang ada pada tiga perguruan tinggi negeri di surabaya. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis variabel independent yaitu pengetahuan perbankan syariah, produk bank, dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah dengan persepsi sebagai variabel moderating. Berikut pada gambar 1 terdapat model penelitian:



Sumber: Data diolah peneliti (2020)

Gambar 1. Model Penelitian

Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Syariah di Universitas Negeri Surabaya, Universitas Negeri Airlangga dan Universitas Negeri Islam Sunan Ampel yang berjumlah 1467 mahasiswa angkatan 2016-2019 merupakan populasi dari penelitian ini. Sampel penelitian akan dihitung menggunakan teknik *quota sampling* yang mana sampel diambil secara acak (*judgement*) oleh peneliti sesuai dengan jumlah kuota yang ditentukan yaitu 100 responden dari total populasi.

Kuisisioner tertutup merupakan instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini, dimana untuk responden tidak diperbolehkan menjawab sendiri menggunakan kalimat. Skala *likert* akan digunakan pada penelitian ini, dengan tingkatan dari sangat positif hingga sangat negatif dengan 5 opsi jawaban. Statistik yang dipakai dalam analisis menggunakan WarPLS 6.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengukur kevalidan dan dikatakan variabel maka dilakukannya uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu kepada 30 responden dari kelas Pendidikan Akuntansi dipilih secara acak dengan menguji sebanyak 42 butir pernyataan. Uji validitas dilakukan dengan bantuan *Soland 2.1* dengan *Method of Summated Rating Scale (SRS)*. Dari uji 42 butir pernyataan tersebut, sudah memenuhi standart kuisisioner yang valid dan reliabel.

Kemudian untuk pengujian data dilakukan dengan pemeriksaan ulang (*cross check*) Validitas dan reliabilitas angket. Terdiri dari pemeriksaan validitas yaitu validitas konvergen, validitas deskriminan. Sedangkan untuk reliabilitas yaitu reliabilitas komposit dan reliabilitas internal konsistensi.

Hasil uji validitas konvergen sudah terpenuhi, memiliki nilai muatan faktor >0.30 , maka semua variable memenuhi validitas konvergen dan semua variable memiliki muatan factor signifikan loading $P\text{-value} < 0.001$. Pada hasil uji validitas diskriminan juga sudah terpenuhi, memiliki nilai korelasi variabel yang bersangkutan lebih kecil dari akar AVE (pada diagonal utama). Kemudian pada hasil uji reliabilitas komposit dan reliabilitas internal konsistensi juga terpenuhi dengan nilai *composite reliability* antara 0,819 sampai 0,926, artinya keseluruhan kriteria *scomposite reliability* yang bernilai $>0,70$ telah terpenuhi, dan juga *conbrach's alpha* memiliki nilai $>0,60$.

Selanjutnya yaitu tahap uji *model fit* dan *quality indices* Pada tahap ini ialah dimana indeks atau ukuran kebaikan hubungan antar variabel beserta asumsi-asumsinya. Akan tetapi jika salah satu model tidak terpenuhi maka model masih bisa digunakan, karena pada penelitian ini dibatasi tidak mencari model yang terbaik. Hasil uji pada tahap ini delapan model sudah terpenuhi dan ada dua kriteria yang kurang memenuhi syarat. Dengan delapan jumlah model yang telah terpenuhi dalam kriteria *model fit and quality indices*, sehingga data tersebut dapat dikatakan baik dan *inner model* terpenuhi atau diterima. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan analisis WarPLS 6.0 yang dilakukan dengan t-test dan penggunaan metode *resampling*. Adapun kaidah keputusan pengujian hipotesis dilaksanakan apabila dikatakan *weakly significant* maka $p\text{-value} \leq 0,10$, bila *significant* nilai $p\text{-value} \leq 0,05$, serta dikatakan *highly significant* jika diperoleh $p\text{-value} \leq 0,01$. Hasil analisis uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 1 dan 2.

Tabel 1.
Hasil Analisis Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

No.	Hubungan antar Variabel (Variabel Penjelas → variabel Respon)		Koefisien jalur	P-Value	Keterangan
1	X1	Y	0,274	0,002	Significant
2	X2	Y	0,246	0,005	Significant
3	X3	Y	-0,193	0,022	Significant
4	Z	Y	0,141	0,074	Not Significant

Sumber: Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan tabel 1, variabel X1 pengetahuan perbankan syariah memiliki nilai koefisien hubungan antara pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung yang positif sebesar 0,274 dengan $p\text{-value} < 0,05$ maka hipotesis 1 diterima.

Pada variabel X2, produk bank memiliki nilai koefisien hubungan antara produk bank dengan minat menabung yang positif sebesar 0,246 dengan $p\text{-value} < 0,05$ maka hipotesis 2 diterima.

Untuk variabel X3, religiusitas memiliki nilai koefisien hubungan antara produk bank dengan minat menabung yang negatif sebesar -0,193, namun dengan $p\text{-value} < 0,05$ maka hipotesis 3 diterima.

Tabel 2.
Hasil Analisis Pengujian Hipotesis Variabel Moderasi

No.	Hubungan antar Variabel (Variabel Penjelas → variabel Respon)			Koefisien jalur	P-Value	Keterangan
1	X1	Z		0,043	0,331	Not Significant
2	X2	Z		0,098	0,157	Not Significant
3	X3	Z		-0,175	0,034	Significant

Sumber: Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan tabel 2, variabel persepsi memiliki nilai koefisien hubungan antara pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung yang positif sebesar 0,141 dengan $p\text{-value} > 0,05$ maka hipotesis 4 ditolak.

Selanjutnya yakni variabel persepsi memiliki nilai koefisien hubungan antara pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung yang positif sebesar 0,098 dengan $p\text{-value} > 0,05$ maka hipotesis 5 ditolak.

Kemudian pada variabel persepsi mengurangi pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah. Dibutuhkan koefisien jalur yang positif sehingga persepsi mampu meningkatkan variabel religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah, bisa dilihat dari nilai koefisien hubungan antara pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung yang negatif sebesar -0,175 dengan $p\text{-value} < 0,05$ maka hipotesis 6 diterima.

Hipotesis pertama yang menyatakan pengetahuan perbankan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, diterima. Terbukti dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,274 dan $p\text{-value} < 0,05$. Hasil ini sesuai dengan penelitian Rosyid & Saidah (2016) dan juga penelitian Kristiyadi & Hartiyah (2016) menyatakan pengetahuan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Dengan pemahaman perbankan syariah yang baik akan lebih mengetahui manfaat yang didapat.

Hipotesis kedua yang menyatakan produk bank berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, diterima. Terbukti dengan nilai koefisien jalur hubungan antara produk bank dengan minat menabung di bank syariah sebesar 0,246 dan $p\text{-value} < 0,05$. Hasil ini sesuai dengan penelitian Andespa (2017) yang menyatakan produk bank merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dan juga sejalan dengan penelitian Rusdianto & Ibrahim (2016), menjelaskan ciri khas produk bank syariah yang produknya berbasis syariat islam memberikan manfaat serta dampak yang baik kepada nasabah ataupun lembaga keuangan.

Hipotesis ketiga yang menyatakan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, diterima. Terbukti dengan, nilai koefisien jalur sebesar $-0,193$ dan $p\text{-value} < 0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian Triana et al. (2016) dan juga penelitian Kristiyadi & Hartiyah (2016), menyatakan tingginya religiusitas seseorang dapat mempengaruhi minat menabungnya. Pernyataan tersebut didukung oleh Wardani & Susanti (2019) yang menyatakan Tingkat religiusitas seseorang tentunya mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, karena seseorang yang memiliki kepercayaan yang kuat dari agamanya cenderung akan berpegang teguh pada aturan-aturan ajaran agama yang diyakini.

Pada hipotesis keempat yang diduga bahwa persepsi dapat memoderasi antara pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung di bank syariah dinyatakan ditolak dan H_0 diterima. Dimana hasil pada pengujian hipotesis pada analisis WarPLS 6.0 dengan $p\text{-value}$ sebesar $> 0,05$ menunjukkan nilai yang tidak signifikan dan diperolehnya nilai koefisien jalur sebesar $0,043$. Perolehan koefisien jalur yang sedikit sehingga persepsi tidak dapat memoderasi antara variabel pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung di bank syariah. Pada hasil tersebut, variabel persepsi tergolong pada tipe *homologiser moderator*, dimana variabel persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dan variabel persepsi tidak mampu memoderasi pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung di bank syariah. Dalam hal ini variabel persepsi dapat dikatakan sebagai variabel moderasi potensial. Hasil penelitian ini masih belum ada kesamaan dengan penelitian terdahulu dimana persepsi mampu memoderasi pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung. Akan tetapi terdapat penelitian dari Imran & Hendrawan (2017) yang menyebutkan persepsi mengenai pengetahuan tidak mempengaruhi minat menggunakan produk bank syariah salah satunya yaitu tabungan, artinya yakni minat masyarakat memilih bank syariah bukan dari mengetahui atau tidaknya mengenai produk bank syariah. Berdasarkan yang telah dijelaskan, peneliti menyimpulkan bahwa adanya perbedaan yaitu pada penelitian terdahulu tidak menggunakan persepsi sebagai variabel moderasi melainkan menjadikan variabel penjelas, namun pada penelitian ini dimana variabel persepsi merupakan variabel moderating. Sehingga pada penelitian ini adanya perluasan hasil dan konsep baru pada penelitian terdahulu.

Pada hipotesis kelima yang diduga bahwa persepsi dapat memoderasi produk bank dengan minat menabung di bank syariah dinyatakan ditolak dan H_0 diterima. Dimana hasil pada pengujian hipotesis pada analisis WarPLS 6.0 dengan $p\text{-value}$ sebesar $> 0,05$ menunjukkan nilai yang tidak signifikan dan diperolehnya nilai koefisien jalur sebesar $0,098$. Perolehan koefisien jalur yang sedikit sehingga persepsi tidak mampu memoderasi variabel produk bank dengan minat menabung di bank syariah pada mahasiswa di Surabaya. Pada hasil tersebut, variabel persepsi tergolong pada tipe *homologiser moderator*, dimana variabel persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dan variabel persepsi tidak mampu memoderasi pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung di bank syariah. Dalam hal ini variabel persepsi dapat dikatakan sebagai variabel moderasi potensial. Penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Rusdianto & Ibrahim (2016) menyatakan persepsi dapat memoderasi antara produk bank dengan minat menabung, dalam penelitian tersebut mengungkapkan dengan diberikannya fenomena berkaitan dengan produk bank syariah, akan mempengaruhi minat dan juga mempererat hubungan antar nasabah. Dalam penelitian ini tidak dibuktikan kesesuaiannya sehingga peneliti menyimpulkan adanya perubahan yang terjadi pada tahun 2016 ke tahun 2020. Selain itu pada penelitian tersebut dilakukan pada masyarakat di kota Pati, berbeda objek penelitian dalam penelitian ini sehingga peneliti menyimpulkan bahwa adanya perluasan hasil dan konsep baru pada penelitian terdahulu.

Hasil hipotesis terakhir dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mampu memoderasi religiusitas dengan minat menabung di bank syariah dengan hasil analisis uji hipotesis yang memperlihatkan $p\text{-value} < 0,05$ yang tergolong dalam kaidah pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan dengan perolehan nilai koefisien jalur $-0,175$. Koefisien jalur yang menunjukkan hasil yang negatif, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa variabel persepsi mengurangi pengaruh religiusitas terhadap minat menabung. Hasil yang menunjukkan signifikan sehingga hipotesis keenam yang menyebutkan Persepsi sebagai variabel moderasi antara religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah diterima dan H_0 ditolak. Pada hasil tersebut, variabel persepsi tergolong dalam tipe *pure moderation* dimana variabel persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan diperolehnya $p\text{-value} > 0,05$ dan nilai koefisien jalur $0,141$. Namun variabel persepsi mampu memoderasi religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa dengan

diperolehnya hasil yang signifikan. Dalam hal ini variabel persepsi dapat dikatakan sebagai variabel moderasi murni. Hasil penelitian ini masih belum ada kesamaan dengan penelitian terdahulu dimana pengetahuan perbankan syariah dapat di moderasi oleh persepsi terhadap minat menabung. Akan tetapi terdapat penelitian yang menyebutkan bahwa religiusitas dengan persepsi ada kaitannya dengan minat menabung. Penelitian tersebut dilakukan oleh Ayun (2016) mengungkapkan dalam memilih suatu lembaga keuangan islam religiusitas merupakan faktor yang mempengaruhinya. Adapun hal lain yang dapat memperkuat hubungan antara religiusitas yaitu persepsi. Seseorang yang mempunyai persepsi yang baik atau positif terhadap perbankan syariah akan ada kecenderungan lebih untuk lebih baik dalam meningkatnya minat menabung di bank syariah, hal itu dikarenakan bank syariah mempunyai perbedaan dengan bank konvensional yakni memiliki prinsip-prinsip yang menganut pada syariat islam.

SIMPULAN

Penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung, terdapat pengaruh produk bank terhadap minat menabung, terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating antar pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating antara produk bank dengan minat menabung dan persepsi merupakan variabel moderating antara religiusitas dengan minat menabung.

Adapun saran dari hasil penelitian ini, yaitu mengingat pentingnya pengetahuan perbankan syariah dikalangan mahasiswa diharapkan para pendidik untuk meningkatkan kualitas pembelajaran mengenai perbankan syariah menjadi lebih baik lagi disertai meningkatnya religiusitas yang berpengaruh pada minat menabung di bank syariah mahasiswa yang tinggi dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengambil faktor lain yang mempengaruhi. Serta memperluas subjek penelitian agar tidak terfokus kepada mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 43–57.
- Astuty, P., & Umiyati, U. (2018). Influence 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), 1–16. <https://doi.org/10.24042/febi.v3i1.2229>
- Ayun, N. (2016). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Persepsi Tentang Perbankan Syariah (Studi Pada Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijag Yogyakarta)*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Imran, & Hendrawan, B. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Of Business Administration*, 1(2), 209–218.
- Kristiyadi, & Hartiyah, S. (2016). Pengatuhan Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo). *Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 5(9), 44–63.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah. *Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.
- Nadliroh, N. (2013). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 1(2), 37–41. <https://doi.org/10.17509/jpak.v1i2.15453>
- OJK. (2019). *Statistik Perbankan Syariah*. (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah>)
- Padmaninggar, A. (2016). SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya) SKRIPSI Disusun oleh : Adindara Padmaninggar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).

- Rosyid, M., & Saidah, H. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru. *ISLAMINOMIC*, 7(2), 38–45.
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Ekonomi Syariah*, 4(1), 43–61. <https://doi.org/10.21043>
- Syahriyal, S. (2018). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 139–156. <https://doi.org/10.24815/jped.v4i1.10930>
- Triana, N., Nurhasanah, N., & Senjiati, I. H. (2016). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syaria' ah Unisba terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syaria' ah Kantor Kas Unisba. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(2), 529–534.
- Wahyuni, S., & Rakhmah, S. M. (2016). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 1–12.
- Wardani, P. D., & Susanti. (2019). Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 189–196.