



## Pengaruh Bagi Hasil, *Disposable income*, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syari'ah

Fanny Putri Ayu Hariati<sup>1\*</sup>, Rochmawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Surabaya, fanny.17080304033@mhs.unesa.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Negeri Surabaya, rochmawati@unesa.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk dapat mengetahui adanya Pengaruh pada Bagi Hasil, *Disposable income*, dan Promosi dengan Minat Menabung pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi di Bank Syari'ah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan data pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner. Sebanyak 61 mahasiswa pada Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2018 Universitas Negeri Surabaya digunakan sebagai populasi dan sampel pada penelitian ini. Teknik Sampling Jenuh digunakan pada penelitian ini. Salah satu uji analisis non parametric Kendall's Tau-b digunakan untuk menganalisis penelitian ini melalui program computer SPSS versi 25. Menurut uji analisis yang telah dilakukan dapat disebutkan bahwa : (1) Bagi Hasil memiliki pengaruh secara signifikan pada variabel Minat Menabung dengan nilai 0,048. (2) *Disposable Income* memberi pengaruh pada Minat Menabung secara signifikan dengan nilai 0,000. (3) Promosi memiliki pengaruh secara signifikan pada Minat Menabung dengan nilai sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Bagi Hasil, *Disposable income*, dan Promosi mempengaruhi variabel Minat Menabung Mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Bagi hasil; disposable income; promosi; minat menabung; bank syari'ah*

### Abstract

*This research was carried out with the aim of knowing the influence on Profit Sharing, Disposable income, and Promotion with Saving Interests in Students of the Accounting Education Department at Islamic Banks. This study uses quantitative research methods and the data in this study were collected through questionnaires. A total of 61 students in the 2018 Accounting Education Study Program, State University of Surabaya were used as the population and sample in this study. Saturated Sampling technique was used in this study. One of the non-parametric analytical tests of Kendall's Tau-b was used to analyze this research through the SPSS version 25 computer program. According to the analytical test that has been carried out, it can be stated that: (1) Profit Sharing has a significant effect on the Interest in Savings variable with a value of 0.048. (2) Disposable Income has a significant effect on Saving Interest with a value of 0.000. (3) Promotion has a significant effect on Saving Interest with a value of 0.000. So it can be concluded that the variable of Profit Sharing, Disposable Income, and Promotion affect the Student Saving Interest variable.*

**Keywords:** *Profit sharing; disposable income; promotion; saving interests; islamic bank*

\*Corresponding author: fanny.17080304033@mhs.unesa.ac.id

## PENDAHULUAN

Pada bulan April 1969 di Kuala Lumpur, gagasan tentang perbankan syariah pertama kali muncul pada konferensi Negara-negara Islam Sedunia. Kemudian dilanjutkan dengan berdirinya Bank Islam pertama pada tahun 1975 di Dubai (Hasan & Ahmad, 2020). Dengan dimulainya perkembangan bank syariah dan banyaknya penduduk muslim di Indonesia dapat menjadi latar belakang diterapkannya sistem ekonomi islam di Indonesia. Pada Tahun 2021 Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri mencatat pada bulan juni sebanyak 86,88% penduduk Indonesia memeluk agama Islam, sehingga salah satu penanganan masalah perekonomian di Indonesia dilakukan dengan

menggunakan bank syari'ah. Mayoritas Penduduk Indonesia yang beragama Islam memiliki pengaruh dalam berkembangnya bank syariah di Indonesia.

Eksistensi bank syari'ah pun telah disalurkan dengan berbagai cara demi berkembangnya kinerja dunia perbankan syari'ah, baik terhadap kalangan akademik maupun kalangan non akademik. Pada kalangan akademik, telah dibuka program studi Perbankan Syari'ah mulai dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) hingga di tingkat Universitas. Tidak hanya itu, pemberian kesempatan magang pada mahasiswa, dan semakin maraknya kajian ilmiah mengenai perbankan syari'ah, membuat kalangan akademik semakin akrab dengan eksistensi bank syari'ah, sehingga banyak dari mereka yang tertarik pada produk jasa bank syari'ah karena telah mengenal berbagai keuntungan yang ditawarkan.

Bank syari'ah dan bank konvensional tentu memiliki perbedaan tersendiri. Perbedaan paling menonjol yang sangat umum adalah metode pembagian keuntungan. Pada bank syari'ah, digunakan sistem bagi hasil atau *profit-loss sharing* untuk membagi keuntungan atau kerugian antara pihak bank dengan nasabah. Sehingga, baik untung maupun rugi, kedua belah pihak akan sama-sama mendapatkannya. Hal ini digunakan dalam rangka penerapan Hukum syari'ah yang telah diatur oleh fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Prinsip tersebut di antaranya adalah *maslahah* (kemaslahatan), *'adl wa tawazun* (keadilan dan keseimbangan), *alamiyah* (universalisme), serta tidak mengandung *riba*, *dzalim*, *gharar*, *maysir*, dan sesuatu yang haram. Sehingga, dalam pelaksanaannya pun, bank syari'ah diawasi oleh Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) agar operasionalnya tetap berlangsung sesuai dengan kaidah syari'ah. Dalam hal ini, perbedaan antara bank syari'ah dengan bank konvensional adalah metode pembagian keuntungan, dan penerapan kaidah syari'ah.

Dalam usaha meningkatkan laju pertumbuhan dunia perbankan syari'ah dari tahun ke tahun, mengakibatkan persaingan antarbank menjadi semakin ketat baik dalam hal pelayanan, maupun produk yang ditawarkan. Tak jarang beberapa bank menggencarkan kegiatan promosinya dengan berbagai cara berdasarkan produk dan target pasar yang mereka tuju. Melalui kegiatan promosi inilah, kesadaran masyarakat mengenai produk bank mulai terbentuk dan menentukan pula terhadap minat mereka dalam menabung. Adanya pengaruh promosi terhadap minat menabung didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, diantaranya adalah hasil penelitian dari (Astuti & Mustikawati, 2013; Aziz & Hendrastyo, 2020; Rahayu, 2018). Mawardi (2018) dan Chotimah (2014) justru menemukan hal yang bertolak belakang. Dalam penelitiannya, variabel promosi ditemukan tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

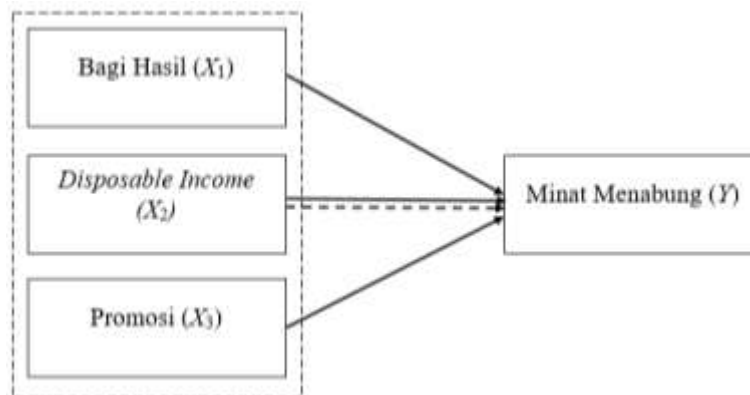
Selain faktor promosi, pendapatan yang diterima oleh seseorang sangat berpengaruh pula terhadap minat menabung. Pada umumnya masyarakat yang menerima pendapatan yang tinggi memiliki minat menabung yang tinggi juga, begitupun sebaliknya semakin rendah pendapatan yang diterima semakin rendah juga minat menabung pada masyarakat (Sugesti & Hakim, 2021). Namun, penelitian Kurniawan (2020) dan Yuliatin (2020) justru menemukan hal yang bertolak belakang. Dari hasil penelitiannya, menghasilkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan antara *disposable income* pada minat menabung.

Faktor selanjutnya yang diduga berpengaruh dalam minat seseorang dalam menabung adalah adanya ketentuan yang dianut oleh perbankan syari'ah, yaitu bagi hasil. Dalam mekanisme perhitungan bagi hasil, bank syari'ah yang telah beroperasi memiliki pola operasi sendiri dikarenakan otoritas moneter belum mengeluarkan standar pola operasi (Wahab, 2016). Bagi hasil merupakan sistem yang disepakati oleh pemilik dan pengelola dana dalam pembagian hasil usaha atas untung yang didapat (Andriani & Halmawati, 2019). Dalam perbankan syari'ah, pada umumnya kontrak kerjasama pada bagi hasil dilaksanakan dengan empat akad, di antaranya adalah *Muzara'ah*, *Musaqah*, *Mudharabah*, dan *Musyarakah*. Sehingga, dari perbedaan standar pola operasi dalam mekanisme perhitungan bagi hasil tersebut dari satu bank dengan bank lainnya, akan mempengaruhi minat menabung pada seseorang. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Wahab (2016). Namun, penelitian Andriani dan Halmawati (2019) justru menemukan hal yang bersinggungan. Dalam penelitiannya, bagi hasil tidak mempengaruhi minat menabung.

Dari pemaparan tersebut, peneliti bermaksud untuk melaksanakan penelitian dengan judul "Pengaruh Bagi Hasil, *Disposable income*, dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi di Bank Syari'ah".

## METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini sebagai upaya menganalisa pengaruh yang terdapat dalam variabel bebas pada variabel terikat. Sehingga penelitian ini bisa dikategorikan pada penelitian kuantitatif. Sebanyak 61 mahasiswa pada Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2018 Universitas Negeri Surabaya digunakan sebagai populasi dan sampel pada penelitian ini. Teknik sampling jenuh digunakan dalam penelitian ini, sehingga sampel penelitian adalah populasi penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Surabaya yang beralamat di Jl. Ketintang, Kelurahan Ketintang, Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya. Rancangan penelitian ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai berikut:



Sumber: Data diolah peneliti (2022)

**Gambar 1. Rancangan Penelitian**

Pengaruh parsial pada variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini dianalisis dan diukur dengan menggunakan analisis non parametrik pada program SPSS Versi 25. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Diasumsikan terdapat pengaruh pada variable bagi hasil dengan minat menabung mahasiswa di bank syari'ah
- H2 : Diasumsikan terdapat pengaruh pada variable *disposable income* dengan minat menabung mahasiswa di bank syari'ah
- H3 : Diasumsikan terdapat pengaruh pada variable promosi dengan minat menabung mahasiswa di bank syari'ah

Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert untuk memperoleh informasi tentang pengaruh bagi hasil yang diterapkan bank syari'ah, sikap pengelolaan *disposable income*, promosi, dan minat menabung mahasiswa di bank syari'ah. Untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas butir pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner, peneliti melakukan *pilot test* terhadap 25 responden. Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi SolAnd 2.1. Hasil pengujian, menunjukkan bahwa pada variabel X1, sebanyak 6 butir pertanyaan valid, variabel X2 sebanyak 5 butir pertanyaan valid, variabel X3 sebanyak 5 pertanyaan valid, dan variabel Y sebanyak 8 pertanyaan valid. Butir pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai  $r^*$  atau  $r$  terkoreksi lebih besar dari 0,3. Sedangkan, untuk tingkat reliabilitas, dinyatakan bahwa seluruh instrumen reliabel dengan tingkat reliabilitas sebesar 0,6915 untuk variabel X1; 0,872 untuk variabel X2; 0,9195 untuk variabel X3; dan 0,9315 untuk variabel Y. Tingkat reliabilitas suatu variabel dalam instrumen memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar  $>0,6$ . Sehingga, dari hasil *pilot test* di atas, dapat diartikan bahwa kuesioner dalam penelitian ini valid dan reliabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 1983 Murice G. Kendall mengemukakan Metode *Kendall-Correlation Coefficient* yang menjadi salah satu uji statistika non parametric yang bertujuan untuk mengukur keeratan hubungan atau pengaruh pada variable X dengan Variabel Y yang tidak diketahui distribusinya atau berdistribusi tidak normal. Korelasi pada Uji Kendall yang dilambangkan dengan  $\tau$  yang merupakan salah satu huruf dalam Bahasa Yunani yang bisa juga dibaca tau. Metode yang dikemukakan oleh Murice G. Kendall digunakan dalam menganalisis penelitian ini melalui Uji analisis Kendall's Tau-b pada program komputer SPSS versi 25. Hasil pengujian disajikan melalui tabel di bawah ini:

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Non Parametric Kendall's Tau-b**

		<b>Bagi Hasil</b>	<i>Disposable income</i>	<b>Promosi</b>	<b>Minat Menabung</b>
<b>Bagi Hasil</b>	Correlation Coefficient	1.000	-.155	-.051	-.188
	Sig. (2-tailed)	.	.106	.596	.048
	N	61	61	61	61
<i>Disposable income</i>	Correlation Coefficient	-.155	1.000	.463	.551
	Sig. (2-tailed)	.106	.	.000	.000
	N	61	61	61	61
<b>Promosi</b>	Correlation Coefficient	-.051	.463	1.000	.519
	Sig. (2-tailed)	.596	.000	.	.000
	N	61	61	61	61
<b>Minat Menabung</b>	Correlation Coefficient	-.188	.551	.519	1.000
	Sig. (2-tailed)	.048	.000	.000	.
	N	61	61	61	61

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 1 hasil pengujian statistika *non parametric* Kendall's Tau-b, ditunjukkan nilai signifikansi yang dilambangkan dengan *sig. (2-tailed)* pada tabel bahwa adanya pengaruh dari variabel Bagi Hasil pada variabel terikat Minat Menabung sebanyak 0,048, variable *Disposable Income* pada variabel Minat Menabung sebanyak 0,000, dan dari variable Promosi pada variabel Minat Menabung adalah sebanyak 0,000. Hal tersebut dapat diartikan bahwa bila nilai signifikansi < 0,05; maka ada pengaruh pada variabel X dengan Y. Namun, apabila nilai signifikansi > 0,05; maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang terjadi pada variabel tersebut.

#### **Pengaruh Bagi Hasil (X<sub>1</sub>) Terhadap Minat Menabung (Y)**

Hasil dari pengujian tersebut disebutkan bahwa variabel Bagi Hasil mempunyai nilai 0,048 < 0,05 pada Minat Menabung sehingga dapat diartikan Variabel Bagi Hasil memberikan pengaruh yang signifikan pada variable Minat Menabung. Selanjutnya, pada variabel bagi hasil memiliki koefisien korelasi sebesar -0,188\* dan secara signifikan mempengaruhi dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 terhadap variabel minat menabung. Artinya, penelitian yang dilaksanakan dapat dipercaya dalam tingkat persentase kesalahan 5%. Hal ini berarti bahwa variable bagi hasil memiliki pengaruh signifikan negatif yang sangat lemah pada variabel Minat Menabung, di mana pengaruh negatif tersebut diartikan bahwa tingkat bagi hasil yang tinggi pada bank syari'ah, mengakibatkan rendahnya minat menabung di bank syari'ah, dan sebaliknya. Hasil riset ini sama dengan penelitian Riyanti dkk (2021). Dalam penelitiannya, Bagi Hasil mempengaruhi secara negatif pada minat menabung. Dengan begitu, penelitian ini bertolak belakang terhadap penelitian Wahab (2016) yang menyatakan tingkat bagi hasil memberi pengaruh positif yang kuat pada minat menabung dengan nilai di kurang dari 0,05; yaitu 0,000.

#### **Pengaruh *Disposable Income* (X<sub>2</sub>) Terhadap Minat Menabung (Y)**

Pada tabel 1 disebutkan variabel bebas *Disposable Income* mempunyai signifikansi dengan nilai 0,000 < 0,05 pada variabel terikat Minat Menabung yang berarti *Disposable Income* memberikan pengaruh signifikan yang tinggi pada variabel Minat Menabung. Selanjutnya, koefisien korelasi *Disposable Income* pada variabel Minat Menabung senilai 0,551\*\*; jadi dapat diartikan terdapat pengaruh yang kuat secara positif pada variabel *Disposable Income* dengan variabel Minat Menabung dengan pengaruh signifikan pada angka sebesar 0,01; yang berarti bahwa standar penelitian dapat dipercaya pada tingkat kesalahan 1%. Sehingga dapat diartikan pengaruh yang tinggi pada *Disposable Income* dapat mengakibatkan minat menabung di bank syari'ah juga mengalami kenaikan.

Pada penelitian ini *disposable income* memberi pengaruh positif pada minat menabung. Hasil riset ini memiliki kesamaan dengan penelitian Sugesti dan Hakim (2021), di mana dalam penelitiannya disebutkan bahwa *disposable income* memiliki pengaruh positif yang signifikan pada minat menabung masyarakat

dengan perolehan nilai  $\rho$  value  $<0,001 \leq 0,05$ ; disebutkan pula bahwa *disposable income* dapat membangkitkan minat menabung pada bank sebesar 52%. Penelitian Hamdani (2020) juga memiliki kesamaan hasil bahwa *disposable income* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syari'ah dengan nilai T hitung  $> T$  tabel sebesar  $3,419 > 1,985$ . Dengan begitu, penelitian ini tidak memiliki kesesuaian dengan penelitian Kurniawan dan Septiana (2020) dengan nilai T hitung  $< T$  tabel sebesar  $1,976 < 2,02809$  yang berarti bahwa *disposable income* tidak memberi pengaruh terhadap minat menabung.

### **Pengaruh Promosi (X<sub>3</sub>) Terhadap Minat Menabung (Y)**

Pada tabel tersebut juga disebutkan variabel Promosi mempunyai nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  pada variabel Minat Menabung sehingga dapat diartikan ada pengaruh yang signifikan pada variabel Promosi dengan variabel Minat Menabung. Selain itu juga disebutkan koefisien korelasi pada variabel Promosi dengan variabel Minat Menabung sebesar  $0,519^{**}$ . Melalui angka tersebut, dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif pada variabel Promosi dengan variabel Minat Menabung dengan pengaruh signifikansi sebesar  $0,01$ , yang berarti bahwa standar penelitian lebih dapat dipercaya dengan tingkat kesalahan  $1\%$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin gencar bank syari'ah melakukan promosi pada berbagai media yang ada, dapat meningkatkan minat menabung mahasiswa pada bank syari'ah.

Pengaruh pada promosi dengan minat menabung pada penelitian ini adalah berpengaruh positif dan sangat kuat. Pada penelitian ini terdapat kesesuaian dengan penelitian Aziz dan Hendrastyo (2020), di mana dalam penelitiannya dapat disebutkan kegiatan promosi yang dilakukan dan diberikan oleh bank syari'ah mampu memengaruhi minat menabung di bank syari'ah dengan nilai T hitung  $> T$  tabel, sebesar  $3,220 > 1,6725$ . Mahfuz (2021) juga menunjukkan hal yang sama dalam penelitiannya yang dilakukan di Bekasi. Dalam penelitiannya, pengujian variabel Promosi dengan Minat Menabung menghasilkan nilai T hitung sebesar  $3,124$ . Adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank syari'ah dengan gencar memang dapat membangun kesadaran terhadap target yang dituju. Dengan adanya promosi, masyarakat akan menyadari adanya wadah bagi mereka untuk menabung. Bentuk-bentuk promosi menarik yang diberikan, dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syari'ah. Dengan begitu, penelitian ini berlawanan dengan penelitian Mawardi (2018). Dalam penelitiannya, disebutkan bahwa promosi yang dilaksanakan oleh bank syari'ah tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Hal tersebut kemungkinan terjadi dikarenakan kurang efektifnya kegiatan promosi yang dilakukan dengan menebar brosur di jalanan, padahal minat masyarakat untuk membaca sangatlah rendah.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas kesimpulan dari penelitian ini adalah bagi hasil (X<sub>1</sub>) menunjukkan secara parsial memberi pengaruh pada minat menabung mahasiswa pada bank syari'ah. Sehingga dapat diartikan apabila tingkat bagi hasil yang tinggi pada bank syari'ah, mengakibatkan rendahnya minat menabung di bank syari'ah, dan sebaliknya. *disposable income* (X<sub>2</sub>) menunjukkan secara parsial memberi pengaruh pada variabel Minat Menabung mahasiswa pada bank syari'ah. Sehingga tingkat *disposable income* yang tinggi, maka minat menabung juga akan semakin tinggi di bank syari'ah. Promosi (X<sub>3</sub>) menunjukkan secara parsial memberi pengaruh pada variabel minat menabung mahasiswa pada bank syari'ah. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil ialah semakin gencar bank syari'ah dalam melakukan promosi, maka minat menabung mahasiswa di bank syari'ah juga akan mengalami peningkatan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul-rahman, A., & Nor, S. M. (2016). Challenges of profit-and-loss sharing financing in Malaysian Islamic banking. *Malaysian Journal of Society and Space* 12, 2 (2), 39–46.
- Andriani1, G. F., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1 (3), 1322–1336. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.145>
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2 (1), 182–198. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>

- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3 (3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Chotimah, C. (2014). Pengaruh Produk Chusnul Chotimah B 200 100 154. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*, 1–15.
- Hamdani. (2020). *Pengaruh Tingkat Reliugisitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Jambi Di Bank Syari'ah Mandiri*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Hasan, S., & Ahmad, B. (2020). Bank Syariah di Dunia International. *EKSYAR : Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, Vol. 7, No. 2.
- Hasan, M., & Muhammad, K. (2018). Financial Performance Determinant of Islamic Banking in Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22 (3), 506-517.
- Huda, A. N. (2012). *The development of Islamic financing scheme for SMEs in a developing country: The Indonesian case*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 52, 179–186. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.454>
- Kurniawan, M. (2020). Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Japanese Circulation Journal*, 12 (11–12), 202–203.
- Mahfuz (2021). Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Jamaah Masjid Al Barkah Kota Bekasi. *El-Arbah*, 5 (1), 48-61. <https://doi.org/10.34005/elarbah.v5i1.1573>
- Mawardi, M. (2018). Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang. *Al-Tijary*, 4 (1), 43–52. <https://doi.org/10.21093/at.v4i1.1282>
- Ningsih, J. S. (2017). Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari'ah. In *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung*.
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5 (1), 87–98.
- Rahayu, O. (2018). Pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat menabung pada anggota bmt binamas purworejo. *Oikonomia*, 7, 127–132.
- Raihanah, D. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung nasabah pada bank mandiri syariah di kota medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* 12 (1).
- Riyanti, Majid, M. N., & Habibah, G. (2021). *Pengaruh Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syari'ah Kota Jambi*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Sugesti, P., & Hakim, L. (2021). *Puutri Sugesti, Luqman Hakim Al-Mashrafiyah Vol. 5, No. 1, April (2021)*. 5 (1), 47–58.
- Wahab, W. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 1 (2), 167–184. <http://journal.febi.iainimambonjol.ac.id/index.php/JEBI/article/view/41/pdf>
- Yuliatin. (2020). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Anggota di KBMT Al Ikhlah Lumajang. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1 (1), 107–124.