

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP MINAT MENABUNG DI  
BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KABUPATEN  
BANYUMAS, JAWA TENGAH)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**ARIBI ZAINUL UMAM**

**NIM: 17108020028**

**DOSEN PEMBIMBING:**

**HASAN AL-BANNA, S.E.I., M.E**

**NIP: 199003120000001301**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2021**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-651/Un.02/DEB/PP.00.9/07/2021

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KABUPATEN BANYUMAS, JAWA TENGAH)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ARIBI ZAINUL UMAM  
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020028  
Telah diujikan pada : Jumat, 02 Juli 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Hasan Al Banna, SEL., M.E  
SIGNED

Valid ID: 60f522df6ebfcc



Penguji I

Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.  
SIGNED

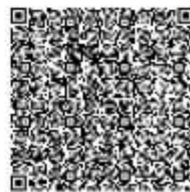
Valid ID: 60f503e3f2dbce



Penguji II

Jeihan Ali Azhar, S.Si.,M.E.I  
SIGNED

Valid ID: 60efa3d17dceec



Yogyakarta, 02 Juli 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 60f51edf9a5ac

## **SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal : Skripsi Sdr. **Aribi Zainul Umam**

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sunan kalijaga Yogyakarta**

Di Yogyakarta

*Assalamua'alikum Wr. Wb*

Setelah Membaca, Meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan sepenuhnya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Aribi Zainul Umam

NIM : 17108020028

Judul Skripsi : **“PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KABUPATEN BANYUMAS, JAWA TENGAH)”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 8 Juni 2021  
Pembimbing



**Hasan AlBanna, SEL., M.E**  
NIP. 19900312 000000 1 301

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN

*Assalamu 'alaikum Waralnatullahi wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aribi Zainul Umam

NIM : 17108020028

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah)" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan publikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan disebut dalam bodynote dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dari karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 8 Juni 2021

Penyusun

  
**Aribi Zainul Umam**  
Nim. 17108020028





## SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aribi Zainul Umam  
NIM : 17108020028  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis/Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*non-exclusive royalty right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta  
Pada Tanggal 12 Juni 2021  
Yang menyatakan,

  
Aribi Zainul Umam  
NIM. 17108020028

## MOTTO

“Sudahi boros bermodus *self reward*, malas bermodus *me time*, dan egois bermodus *self healing*-mu itu, mari mulai berjuang lagi untuk mendapatkan semua hal yang kamu mimpikan sampai tetanggamu mengira kamu memelihara tuyul”

“*Sambat yo oleh, kesel yo wajar, sing penting ojo mandek!* Semangat!”

“Sebelum orang-orang sukses yang kamu kenal memiliki kehidupan yang nyaman, mereka juga pernah melewati masa-masa *struggle* seperti dirimu, yuk semangat biar hidup kamu dan keluargamu bisa senyaman orang-orang sukses itu!”

- Aribi Z-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

### **“Untuk Kedua Orang Tuaku”**

Untuk Bapakku dan Ibuku, yang selalu mendukung semua hal positif anakmu ini, selalu tidak pernah lelah untuk mendoakan anakmu ini dan selalu tiada henti-hentinya untuk selalu mengingatkan semua hal baik kepada anakmu ini.

### **“Untuk Kakakku”**

Untuk mba Kiki, yang selalu mengajarkanku agar “SAT SET SAT SET” dalam segala hal, terima kasih juga atas segala doa, ucapan, saran, dan *brainstorming* terhadap hal-hal baru.

### **“Untuk Diriku Sendiri”**

Terima kasih banyak untuk diriku sendiri yang telah berjuang sejauh ini, *you are doing great* bi! Kamu keren banget asli. Tanpa mengandalkan orang lain, kamu bisa melakukan semua ini dengan tanganmu sendiri. Semangat ya untuk ke tahap selanjutnya!

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf atau kata-kata arab yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan pedoman Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	KH	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es dan Ye
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	KH	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We



هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis Rangkap

متعدّدة	Ditulis	<i>Muta`addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>iddah</i>

C. *Ta' Marbuttah*

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علّة	Ditulis	<i>illah</i>
كارمة الاوليا	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

اَ	Ditulis	A
الله	Ditulis	<i>illah</i>
اُ	Ditulis	U
فعل	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
زُكْرُ	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal panjang

آ	Ditulis	A
تنسي	Ditulis	<i>Tansa</i>
إ	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karm</i>
أ	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + alif	Ditulis	Ai
بينكم		<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول		<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam satu kata yang Dipisahkan dengan Aposotrof

أنتم	Ditulis	<i>A antum</i>
أعدة	Ditulis	<i>U' iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La 'in Syakartum</i>

H. Kata Sandang *Alif + Lam*

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian kalimat

ذو القرو ض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* pada kesempatan kali ini saya ingin perbanyak syukur kepada limpahan rahmat Allah SWT sehingga di tengah pandemi seperti ini penulis tetap diberikan nikmat iman dan kesehatan. Hal ini membuat penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Shalawat serta salam tak luput kita curahkan kepada baginda Nabi asung Muhammad SAW yang telah membawa mukjizatnya hingga kini dan nanti. Mukjizat yang senantiasa menjadi pedoman kita umat manusia untuk menghadapi dunia ini.

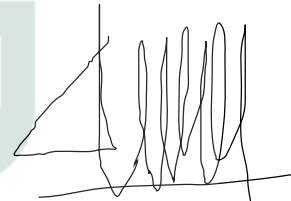
Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penulisannya peneliti cukup sadar akan kekurangan dan kendala yang menyelimuti proses penelitian ini, hal ini dikarenakan keterbatasan peneliti sendiri. Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis sangat berterimakasih atas dukungan dari berbagai pihak yang memberikan suntikan moral, motivasi, hingga spiritual sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu dengan kerendahan hati, izinkan penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Hasan Al Banna, SEI., M.E, Selaku DPS yang telah mendedikasikan waktu dan pikirannya untuk mengarahkan, menasihati, dan memotivasi selama skripsi berjalan.
5. Bapak Rosyid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si. selaku DPA yang telah memberi banyak waktu dan pikirannya untuk mengarahkan, menasehati segala hal yang berkaitan dengan dunia perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberi pengetahuan dan wawasan selama penulis menempuh pendidikan.

7. Seluruh Responden dalam penelitian ini yang telah bersedia meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner ini.
8. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan kasih sayang yang tulus kepada penulis.
9. Sahabat dan teman yang selalu mendukung dan memberikan motivasi serta teman bertukar pikiran, Dikri Hamzah Amin, dan Naufal Akbar serta semua yang telah mendukung dan mendoakan yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga Allah membalas kebaikan kalian.
10. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah khususnya angkatan 2017.

Yogyakarta, 8 Juni 2021



Aribi Zainul Umam  
NIM. 17108020028

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II.....	13
A. Perilaku Konsumen .....	13
B. Religiusitas.....	28
C. Telaah Pustaka .....	30
D. Pengembangan Hipotesis .....	37
E. Kerangka Berpikir.....	47
BAB III .....	48
A. Pendekatan Penelitian .....	48
B. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	48
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	51

D. Instrumen Penelitian .....	53
E. Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV .....	58
A. Analisis Deskriptif .....	58
B. Hasil Analisis Data.....	61
C. Pembahasan.....	71
BAB V.....	86
A. Kesimpulan .....	86
B. Keterbatasan Penelitian.....	87
C. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN.....	i





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Perbankan Syariah 2015-2020 .....	2
Tabel 2.1 Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen .....	16
Tabel 2.2 Telaah Pustaka .....	31
Tabel 3.1 Skor Skala Likert .....	54
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	54
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia .....	58
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	59
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Profesi .....	60
Tabel 4.5 Hasil <i>Loading Factor</i> .....	63
Tabel 4.6 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> .....	65
Tabel 4.6 Hasil <i>Composite Reliability</i> .....	66
Tabel 4.7 Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	69
Tabel 4.8 Hasil $f^2$ efek moderasi .....	70
Tabel 4.9 Variabel Moderasi Religiusitas .....	80
Tabel 4.10 Saran, kritik, dan kesan responden pada bank syariah .....	84

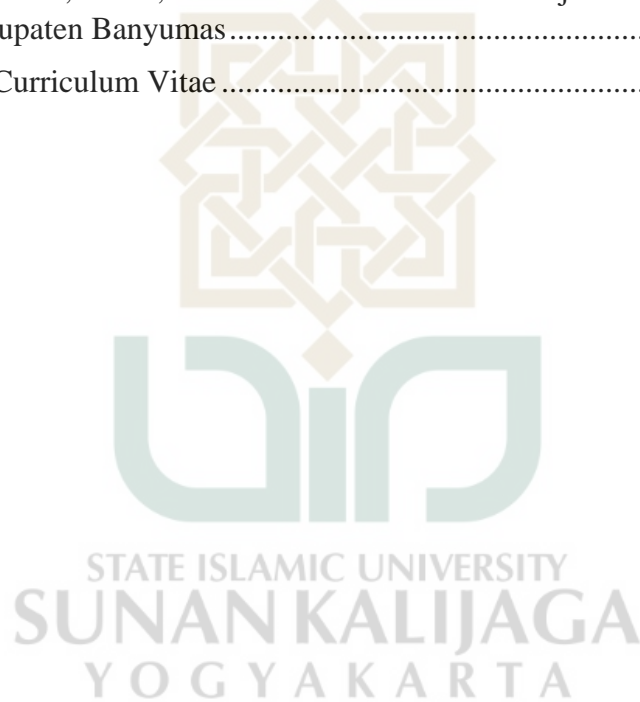
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Outer Model.....	62
Gambar 4.2 Hasil Inner Model.....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	i
Lampiran 2 Data Karakteristik Responden.....	viii
Lampiran 3 Original Data .....	xiv
Lampiran 4 Outer Loadings (Outer Model).....	xxxiv
Lampiran 5 Construct Reliability and Validity (Outer Model.....	xxxvi
Lampiran 6 Patch Coefficient (Inner Model).....	xxxvii
Lampiran 7 $f^2$ (F Square) .....	xxxvii
Lampiran 8 Saran, Kritik, Kesan dan Pesan untuk Memajukan Bank Syariah di wilayah Kabupaten Banyumas.....	xxxix
Lampiran 9 Curriculum Vitae.....	xlvi



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, Keyakinan dan Sikap terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Banyumas dibank syariah dengan Religiusitas sebagai variabel Moderasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik *sampling* menggunakan teori J.F. Hair. Diperoleh jumlah responden sebanyak 125 orang dari total 1,665,025 jiwa. Analisis penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model-Partial Least Square* dengan Smart PLS 3.3.3. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan Motivasi (X1), Keyakinan dan Sikap (X4) berpengaruh terhadap minat menabung, sedangkan Persepsi (X2), Pengetahuan (X3) tidak dapat berpengaruh terhadap minat menabung. Religiusitas dapat memoderasi Keyakinan dan Sikap, sementara Motivasi, Persepsi, Pengetahuan tidak dapat dimoderasi oleh Religiusitas.

**Kata Kunci:** motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap, religiusitas, minat menabung, bank syariah.

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of Motivation, Perception, Knowledge, Beliefs, and attitudes on the saving interest of Banyumas Regency people in Islamic banks using religiosity as a moderating variable. This study uses quantitative methods. The sampling technique uses the theory from J.F. Hair. The number of respondents was 125 people from 1,665,025 people of Banyumas Regency. The analysis of this research uses the Structural Equation Model-Partial Least Square method with Smart PLS 3.3.3. This study concludes that Motivation (X1), Beliefs, and Attitudes (X4) affect the interest in saving, while Perception (X2), Knowledge (X3) do not affect the interest in saving. In conclusion, the aspect of religiosity can moderate the Beliefs and Attitudes, while Motivation, Perception, Knowledge cannot be moderated by religiosity.

**Keywords:** Motivation, Perception, Knowledge, Beliefs and Attitudes, Religiosity, Interest in Saving, Islamic Banking.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank merupakan lembaga yang banyak berkontribusi pada perekonomian suatu negara. Bank merupakan sebuah lembaga yang menjalankan tiga fungsi, yaitu menerima uang yang akan disimpan, menyalurkan uang yang disimpan serta memberikan layanan untuk mengirim uang (Mardani, 2015). Perkembangan industri perbankan konvensional juga banyak yang merambah pada industri keuangan syariah, bahkan banyak bank syariah yang lahir dari hasil konversi pada bank konvensional. Perbankan syariah menyajikan jasa untuk masyarakat dan semua aktivitasnya berjalan dengan didasari oleh etika serta sesuai dengan aturan Islam yang bebas dari bunga (riba) serta dari aktivitas menduga – duga, terbebas dari aktivitas meragukan, terbebas dari ucapan tidak benar, serta mendukung semua hal di industri yang halal. Hal yang menjadikan pembeda bank syariah dengan bank non syariah adalah adanya pantangan untuk bertransaksi dengan riba (*bunga*). Dalam Al-Qur'an, riba diartikan sama dengan bunga yang mana hal ini dilarang. Pantangan riba tersebut didasari pada surah Al-Baqoroh : 278-279. Citra yang dibentuk oleh bank syariah adalah dengan sistem *profit and loss sharing system* yang digunakan sebagai pegangan dasar pada aktivitas sistemnya (Yupitri & Sari, 2012).

Dewasa ini, bank syariah telah berkembang dengan sangat pesat, hal ini dapat dilihat dari data Snapshot Perbankan Syariah yang dirilis oleh OJK, pertumbuhan bank syariah di Indonesia pada Desember 2020 mengalami kenaikan aset sebesar 13.11% (Otoritas Jasa Keuangan, 2020b). Hal ini didukung juga



melalui data Statistik Perbankan Syariah yang dirilis oleh OJK, perbankan syariah mengalami perkembangan yang positif. Hal ini terbukti dari semakin banyak bank syariah yang mulai menjangkau berbagai daerah di Indonesia. Perkembangan ini dikuatkan oleh data dari Statistik Bank Syariah yang dirilis secara resmi oleh OJK tahun 2015 hingga 2020, jumlah kantor cabang dan jumlah bank pada BUS kian bertambah, walaupun jumlah bank pada UUS dan BPRS sedikit berkurang, tetapi jumlah kantor cabangnya terus bertambah. Di bawah ini merupakan penjelasan jangkauan bank syariah di Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Perbankan Syariah 2015-2020**

<b>Indikator</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>BUS</b>						
Jumlah Bank	12	13	13	14	14	14
Jumlah Kantor	1.990	1.869	1.817	1.875	1.919	2.034
<b>UUS</b>						
Jumlah Bank	22	21	21	20	20	20
Jumlah Kantor	311	332	344	354	381	392
<b>BPRS</b>						
Jumlah Bank	163	166	167	167	164	163
Jumlah Kantor	446	453	441	495	617	627

*Sumber: Statistik Perbankan Syariah*

Pertumbuhan terjadi pada berbagai daerah di Indonesia, salah satunya terjadi di Jawa Tengah. Menurut data yang telah didapatkan dari Snapshot Perbankan Syariah, aset perbankan syariah hingga Desember 2020 pada wilayah Jawa Tengah meningkat hingga 6.67%. Ini terjadi karena jumlah Dana Pihak Ketiga

di wilayah Jawa Tengah bertumbuh sebesar 18.05% tetapi Pembiayaan Yang Diberikan turun sebesar -3.19% dari tahun sebelumnya. Meski mengalami banyak perkembangan, wilayah Jawa Tengah adalah termasuk dalam provinsi yang didominasi oleh pembiayaan syariah dengan kegiatan konsumsi atau rumah tangga. (Otoritas Jasa Keuangan, 2019).

Saat ini, belum banyak penelitian serupa yang membahas mengenai minat masyarakat kabupaten Banyumas dalam menabung di bank syariah. Berdasarkan data Statistik Bank Syariah yang dirilis oleh OJK, kabupaten Banyumas merupakan kabupaten dengan nilai aset dan dana pihak ketiga terbesar nomor empat di Jawa Tengah dengan aset BUS dan UUS pada Desember 2019 sebesar 1.836 miliar rupiah dan dana pihak ketiga sebesar 1.533 miliar rupiah (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Pada Desember 2020, aset BUS dan UUS naik sebesar 22.11% menjadi 2.242 miliar rupiah sedangkan dana pihak ketiga naik 19.11% menjadi 1.826 miliar rupiah (Otoritas Jasa Keuangan, 2020c). Meskipun bank syariah pada wilayah kabupaten Banyumas terus berkembang pada setiap tahun, tetapi kondisi masyarakat kabupaten Banyumas memiliki pemahaman yang rendah terhadap ekonomi islam (Sunarjo & Suprpto, 2012).

Industri bank syariah memiliki prospek yang cukup potensial dan semakin kompetitif karena semakin banyak bank yang memperebutkan nasabah pada target nasabah yang sama. Hal ini terbukti dari perkembangan perekonomian saat ini, dimana harus memaksa pemain pada industri perbankan untuk mencapai keunggulannya dan harus bersaing dengan menggunakan berbagai strategi untuk memasarkan produk perbankannya ke lebih banyak nasabah sehingga diharapkan

bisa merebut pasar dan menjadi *market leader* (Andespa, 2017b). Perusahaan (dalam hal ini Bank Syariah) harus memberikan kepuasan secara maksimal dan memberikan pelayanan terbaiknya kepada nasabah (Kotler & Keller, 2016). Bank Syariah diharapkan bisa membuat jasa dan layanan yang bisa memenuhi kebutuhan fungsional dan emosionalnya (Andespa, 2017b).

Untuk mengetahui seberapa tertarik seseorang untuk menabung di bank syariah, maka sangat penting untuk memahami dan mengkaji bagaimana perilaku nasabah dalam memilih bank syariah. Minat merupakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan memilih preferensi yang diinginkan dalam menggunakan produk (Putri et al., 2019). Dalam proses pemilihan layanan perbankan syariah, ada sejumlah faktor yang bisa memengaruhi nasabah. Menurut Kotler et al., (2020) faktor yang memengaruhi seseorang untuk tertarik pada suatu produk adalah faktor psikologis, faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor budaya. Faktor psikologis adalah faktor yang paling mendasar yang terjadi dari dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhannya (Kotler & Keller, 2016). Faktor psikologis mencakup motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap (Kotler et al., 2020).

Seorang konsumen memiliki suatu gairah tertentu yang dapat menyebabkan ketertarikan kepada suatu produk atau jasa yang dibutuhkan. Gairah tersebut merupakan sebuah motivasi yang mendorong seseorang untuk bertindak (Andespa, 2017b). Motivasi pada tiap individu tentunya berbeda-beda dan dipengaruhi juga oleh kebutuhan, rasa aman, pengalaman masa lalu dan manfaatnya (Andespa, 2017a). Hal ini menjadi penting untuk diketahui oleh pemasar agar dapat

memengaruhi calon konsumen (dalam hal ini calon nasabah) untuk dapat tertarik pada bank syariah.

Faktor kedua dalam kebutuhan psikologis manusia dalam memilih suatu produk atau jasa merupakan persepsi, yakni proses seseorang dalam menentukan, mengelola, dan mengartikan informasi yang telah diterima dan akan merespon sesuai dengan informasi yang diterima (Astuti & Mustikawati, 2013). Pemasar perlu memahami para calon konsumen yang akan menjadi targetnya dan memastikan informasi yang didapatkan oleh calon konsumen tidak menjadi ambigu dan menimbulkan mutli-persepsi.

Untuk dapat tertarik dengan suatu produk, konsumen harus mempunyai pengetahuan yang mumpuni terhadap suatu produk yang akan digunakan. Pengetahuan merupakan suatu proses belajar yang timbul dari pengalaman pada masa lampau (Kotler et al., 2020). Pada pengetahuan dapat mengajarkan seorang pemasar untuk menciptakan permintaan yang ditawarkan dan memberikan stimulus tertentu yang menyebabkan seseorang dapat terdorong ke arah yang positif.

Melalui pengetahuan dan proses belajar pada masa lalu yang diterima oleh calon konsumen, maka akan menimbulkan keyakinan dan sikap (Andespa, 2017b). Keyakinan merupakan suatu pemikiran secara deskriptif atas sesuatu yang didasarkan pada informasi yang diterima kemudian akan menghasilkan suatu persepsi dan akan muncul sebuah sikap (Andespa, 2017a).

Dalam memutuskan suatu produk, konsumen mendapatkan banyak pengaruh, baik pengaruh dari dalam diri maupun dari lingkungannya. Salah satu

pengaruh dari dalam diri seseorang adalah religiusitas. Religiusitas merupakan tingkat kepercayaan pada Tuhan dengan bertanggung jawab dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Tuhan (Abou-Youssef et al., 2011). Namun demikian, religiusitas pada tiap individu dapat berbeda berdasarkan latar belakang pendidikan, usia, dll. (Dali et al., 2019). Religiusitas dalam sebuah perilaku konsumen merupakan bentuk afiliasi antara konsumen dan gaya hidup yang dikonsumsi (Shukor & Jamal, 2013).

Studi yang dilakukan oleh F. N. Sari & Anwar (2018) menemukan bahwa tingkat religiusitas dapat memengaruhi minat menabung. Studi lain yang dilakukan Triuspitorini, (2019) menemukan bahwa religiusitas yang diprosikan dengan komitmen dan kepribadian berpengaruh secara signifikan pada minat mahasiswa POLBAN untuk menabung di bank syariah. Studi serupa juga ditemukan oleh Ramadhani et al., (2019) dan menemukan bahwa tingkat religiusitas dan pengetahuan dapat memengaruhi minat menabung di bank syariah, sementara itu lingkungan sosial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap tingkat religiusitas.

Penelitian kali ini tidak sama dengan beberapa studi sebelumnya, jika ditinjau dari sisi sasaran penelitian, peneliti memilih sasaran yaitu warga kabupaten Banyumas. Dari segi variabel, peneliti memakai empat variabel independen yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap. Peneliti juga menambahkan variabel moderasi yaitu religiusitas serta variabel terikat yaitu minat menabung di bank syariah. Pertimbangan menggunakan variabel tersebut diambil peneliti karena penelitian pada wilayah kabupaten Banyumas yang membahas

tentang minat menabung di bank syariah masih sedikit kemudian masih banyak ketidak konsistenan hasil yang didapatkan oleh peneliti sebelumnya serta pada penelitian sebelumnya menyatakan bahwa wilayah kabupaten Banyumas adalah wilayah yang unik, dimana masyarakatnya memiliki literasi keuangan yang rendah tetapi bank syariah berkembang dengan cukup baik. Hal ini yang menjadikan peneliti ingin melakukan penelitian pada wilayah kabupaten Banyumas, dengan diberikan kesadaran secara psikologis apakah dapat menjadi peluang untuk bank syariah berkembang lebih besar lagi.

Berdasarkan penjelasan masalah tersebut, peneliti ingin mencari tahu tingkat minat masyarakat kabupaten Banyumas untuk menabung di bank syariah. Batasan studi ini adalah sekedar meneliti mengenai minat menabung yang ditinjau dari faktor psikologis. Penulis akan melakukan studi mengenai minat menabung dengan judul PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI, studi kasus terhadap masyarakat di kabupaten Banyumas.

## **B. Rumusan Masalah**

Berlandaskan pemaparan masalah di atas, penulis merumuskan pokok – pokok permasalahan berbentuk pertanyaan, sebagai berikut :

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah?
2. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah?



3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah?
4. Apakah keyakinan dan sikap berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah?
5. Apakah religiusitas dapat menjadi variabel moderasi antara motivasi terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah?
6. Apakah religiusitas dapat menjadi variabel moderasi antara persepsi terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah?
7. Apakah religiusitas dapat menjadi variabel moderasi antara pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah?
8. Apakah religiusitas dapat menjadi variabel moderasi antara keyakinan dan sikap terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah?

### **C. Tujuan**

Jika ditinjau dari perumusan masalah di atas, maka penulis merumuskan tujuan pada penelitian ini secara umum adalah :

1. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh motivasi terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh persepsi terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah.
3. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah.
4. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh keyakinan dan sikap terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah.

5. Untuk menjelaskan apakah variabel religiusitas dapat memoderasi pengaruh antara motivasi terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah atau tidak.
6. Untuk menjelaskan apakah variabel religiusitas dapat memoderasi pengaruh antara persepsi terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah atau tidak.
7. Untuk menjelaskan apakah variabel religiusitas dapat memoderasi pengaruh antara pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah atau tidak.
8. Untuk menjelaskan apakah variabel religiusitas dapat memoderasi pengaruh antara keyakinan dan sikap terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Banyumas di bank syariah atau tidak.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Studi ini diharapkan bisa banyak berkontribusi untuk berbagai kepentingan, yaitu :

1. Bagi Akademisi

Diharapkan studi ini dapat berkontribusi untuk berbagai perkembangan teori yang berhubungan dengan minat menabung serta acuan dasar pada penelitian yang akan datang.

2. Bagi Praktisi

Studi ini bisa dipakai untuk teori dasar bank syariah untuk meningkatkan kualitas serta melakukan perkembangan yang menarik, baik dalam bentuk promosi, edukasi terhadap masyarakat atau inovasi lainnya. Studi ini juga bisa

menjadi dasar untuk pertimbangan bagi para praktisi bank syariah dalam mempertimbangkan langkah strategis untuk perkembangan bank syariah.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Studi ini diharapkan dapat memberikan berbagai saran serta menjadi dasar perkembangan untuk studi yang akan datang dan diharapkan dapat menghasilkan hasil yang lebih baik lagi.

## **E. Sistematika Penulisan**

Pembentukan penulisan sangat diperlukan untuk memudahkan dalam pemaparan dan proyeksi yang jelas terhadap skripsi ini, dengan menggunakan susunan yang urut dan menyeluruh, antara lain :

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini menjabarkan argumentasi penulis mengenai urgensi dalam studi ini. Bab ini memuat latar belakang penelitian mengenai analisis pengaruh faktor psikologis terhadap minat menabung di bank syariah dengan menggunakan religiusitas sebagai variabel moderating pada kabupaten Banyumas dan menjadikannya menarik untuk diteliti. Rumusan masalah serta tujuan dan manfaat dalam penelitian ini, serta pembentukan penulisan yang menjadi fokus pada kajian dalam studi ini serta untuk mempermudah untuk melihat bagian pada penelitian ini.

### **BAB II Landasan Teori**

Pada bab ini memuat mengenai studi sebelumnya yang berkaitan dengan dengan pembahasan pada studi ini, lalu dilanjutkan dengan kerangka

pembahasan yang didasarkan dari kerangka teoritis, kemudian menghubungkan antara teori yang dipakai dalam studi ini untuk diajukan pada hipotesis. Kerangka teori memuat literatur yang dipakai untuk mendukung asumsi yang dibentuk kemudian dikaitkan dengan hipotesis yang akan diajukan.

### BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini memuat mengenai konsep dan proses yang telah ditentukan untuk merespon hipotesis yang telah diajukan. Prosedur yang dipakai pada studi ini yaitu dengan menggunakan metode survey, populasi dan sampel penelitian. Metode pengambilan sampel pada studi ini adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Selanjutnya definisi operasional dan teknik analisis data yakni dengan menggunakan metode PLS dengan menggunakan regresi berganda serta efek moderasi.

### BAB IV Pembahasan

Bab ini memuat tentang deskripsi sasaran penelitian, analisis dan pembahasan dengan detil mengenai hasil yang ditemukan dalam studi ini. Bab ini memuat pembahasan inti dari studi yang dilakukan dengan memaparkan hasil temuan dan disandarkan pada teori, hasil penelitian sebelumnya dan menganalisa faktor yang dapat memengaruhi minat menabung di bank syariah.

### BAB V Penutup

Bab ini memuat konklusi yang dikumpulkan dari hasil temuan dan hipotesis yang diajukan. Pada bab ini disampaikan saran yang dapat digunakan oleh pihak praktisi bank syariah atau dapat digunakan oleh pihak lain yang berkepentingan dalam penelitian ini.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil pengolahan data serta analisis dalam pembahasan yang sudah dijabarkan diatas, peneliti memiliki beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Motivasi memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini terjadi karena masyarakat Kabupaten Banyumas memiliki motivasi untuk menabung karena sesuai dengan kebutuhannya serta menyukai beberapa keunggulan seperti transaksi yang cepat dan tidak adanya biaya administrasi bulanan.
2. Persepsi tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini terjadi karena bank syariah kurang dikenal oleh masyarakat Kabupaten Banyumas ditambah dengan kurangnya fasilitas yang tersedia seperti kantor bank syariah serta ATM dan dukungan mesin EDC di pusat perbelanjaan sehingga menyebabkan masyarakat beranggapan bank syariah sedikit menyulitkan untuk mobilitas transaksi harian.
3. Pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini terjadi karena masyarakat merasa kurang mengenal bank syariah dan kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah untuk dapat menarik lebih banyak nasabah serta penyebaran bank syariah yang sangat tidak merata yang hanya terpusat di kota Purwokerto sementara kota Purwokerto merupakan wilayah yang sangat kecil dari keseluruhan wilayah Kabupaten Banyumas

sehingga masyarakat Kabupaten Banyumas memiliki pengetahuan yang buruk terhadap bank syariah.

4. Keyakinan dan Sikap berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Banyumas. Hal ini terjadi karena masyarakat Kabupaten Banyumas mempercayai bahwa bank syariah merupakan bank yang kompeten serta menyambut baik kehadiran bank syariah.
5. Religiusitas hanya mampu memoderasi keyakinan dan sikap terhadap minat menabung. Sementara itu 3 variabel lainnya tidak mampu di moderasi oleh Religiusitas. Hal ini terjadi dikarenakan bank syariah masih belum dikenal masyarakat Kabupaten Banyumas secara keseluruhan, fasilitas yang tidak merata yang hanya berpusat di kota Purwokerto serta kurangnya sosialisasi, iklan dan peningkatan literasi keuangan terutama literasi keuangan syariah yang baik.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti sudah berusaha untuk merancang penelitian ini sedemikian rupa agar dapat memberikan hasil yang optimal, tetapi pada pelaksanaannya masih banyak kekurangan yang terjadi karena banyaknya keterbatasan yang ditemukan peneliti, diantaranya:

1. Minimnya jumlah responden jika dibandingkan dengan data jumlah keseluruhan masyarakat Kabupaten Banyumas yang dirilis oleh BPS yaitu sebanyak 1.7 juta jiwa sehingga peneliti merasa masih belum dapat menggeneralisir keseluruhan dari masyarakat Kabupaten Banyumas

### C. Saran

Dari seluruh pemaparan data, analisis, hingga hasil kesimpulan diatas, peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat dipertimbangkan dan berguna untuk beberapa pihak yang memiliki kepentingan untuk memajukan Bank Syariah pada wilayah Kabupaten Banyumas serta untuk penelitian selanjutnya, diantaranya:

#### 1. Pihak Bank Syariah

Seperti yang telah dipaparkan diatas, sesungguhnya minat masyarakat Kabupaten Banyumas untuk menabung di bank syariah cukup tinggi, hal ini ditandai dengan berpengaruhnya motivasi masyarakat Kabupaten Banyumas serta keyakinan dan sikap terhadap bank syariah yang bagus, artinya masyarakat Kabupaten Banyumas sesungguhnya sangat antusias dalam menyambut bank syariah, akan tetapi kurangnya kesadaran literasi keuangan syariah, kurangnya sosialisasi serta pemerataan fasilitas serta layanan kantor bank syariah menyebabkan masyarakat Kabupaten Banyumas masih banyak yang belum mengetahui perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional.

Saran yang bisa peneliti berikan adalah kepada pihak bank syariah untuk dapat memberikan sosialisasi mengenai pengenalan lebih dekat dengan bank syariah, menyediakan layanan fasilitas seperti ATM dan mesin EDC dan kantor bank syariah di berbagai tempat di Kabupaten Banyumas secara merata sehingga dapat memudahkan akses nasabah serta menarik minat masyarakat Kabupaten Banyumas untuk menjadi nasabah bank syariah, serta melakukan berbagai iklan dan edukasi yang mudah dimengerti oleh masyarakat awam, sehingga dengan upaya seperti ini diharapkan dapat menaikkan *awareness*



terhadap bank syariah serta menaikkan ketertarikan masyarakat Kabupaten Banyumas untuk menabung di bank syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Saran yang dapat peneliti berikan untuk penelitian selanjutnya adalah agar dapat memperbaiki dari segi penulisan, referensi serta memperbanyak distribusi penyebaran responden secara merata secara domisili sehingga bisa mewakili dan hasilnya dapat tergeneralisir secara lebih baik lagi.

Saran lain yang bisa peneliti berikan adalah untuk menindaklanjuti variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Religiusitas tetapi tidak dapat memoderasi 3 variabel dari total 4 variabel yang digunakan. Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk mempertimbangkan variabel lain yang mampu digunakan untuk memoderasi hubungan minat menabung di bank syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, M., & Lubis, I. (2015). ANALISIS MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH DI KALANGAN SISWA SMA DI KOTA MEDAN (STUDI KASUS: SISWA MADRASAH ALIYAH NEGERI). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 3(7), 436–447.
- Abou-Youssef, M., Kortam, W., Abou-Aish, E., & El-Bassiouny, N. (2011). Measuring Islamic- Driven Buyer Behavioral Implications: A Proposed Market-Minded Religiosity Scale. *Journal of American Science*, 7(8), 788–801.
- Akhtar, N., Mehmood, M. T., Pervez, M. Z., Aslam, F., & Akhtar, H. M. A. (2016). Factors Influencing the Perception of Customers in Islamic Banking: A Case Study in Pakistan. *International Review of Management and Business Research*, 5(3), 844–859.
- Amir, Y., & Lesmawati, D. R. (2016). Religiusitas Dan Spiritualitas: Konsep Yang Sama Atau Berbeda? *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris*, 2(2), 67–73.
- Andespa, R. (2017a). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 43–57.
- Andespa, R. (2017b). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 177–191.
- Anifah, A. N. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Lokasi, Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Temanggung dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moerating*. IAIN Salatiga.
- Arwani, A. (2015). Pengaruh Sikap Mahasiswa Muslim Terhadap Minat Pada Bank Syariah. *Jurnal Penelitian*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.28918/jupe.v12i1.640>
- 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>
- Astuty, P., & 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: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.24042/febi.v3i1.2229>
- Bughulashvili, M. (2013). The perception process: Its application to work settings. *Journal of Business*, 2(1), 9–13.
- Dahlan, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap

- Wakaf Uang. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3028>
- Dali, N. R. S. M., Yousafzai, S., & Hamid, H. A. (2019). Religiosity scale development. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 227–248. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2016-0087>
- Faradiba, & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11.
- Fauzia, diah retno sufi, Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, bahan produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Fauzia, Diah Retno Sufi, Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 66(1), 37–46., 66(1), 37–46.
- Hair Jr, J., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage (Second)*. Sage Publications.
- Handayani, A., Azman, H. A., & Novel, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu Yogyakarta.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS 22.00, LISREL 8.80 dan Smart PLS 3.0* (H. Mintardja (ed.)). Intermedia Personalia Utama.
- Hidayah, A. N., & Kartini, I. A. (2016). Peranan Bank Syariah Dalam Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Kemanfaatan Produk dan Jasa Perbankan Syariah. *Cosmic Journal of Law*, 16(1), 74–86. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30595/kosmikhukum.v16i1.1306>
- Imantoro, F., Suharyono, & Sunarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 180–187.
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 164–176. <https://stiemmamuju.e->

journal.id/FJIIM/article/view/21

- Isa, M. (2018). Pengetahuan, Persepsi dan Sikap Pengurus Masjid terhadap Perbankan Syariah (Studi di Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 3(1), 1–19.
- Kairupan, M. C. (2013). Sikap, Keyakinan Dan Efektivitas Iklan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Kartu As Konsumen Di Manado Town Square. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1100–1110. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2320>
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05(01), 37–48.
- Kotler, P., Amstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing* (8th Europe). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global). Pearson Education Limited.
- Mandali, R., Hendri, R., & Mesta, H. A. (2016). PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG MAHASISWA PADA BANK SYARIAH DI UNIVERSITAS NEGERI PADANG. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 5(1), 118–131.
- Manoppo, M. C. (2015). Pengaruh Persepsi, Sikap Dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Jasa Pengiriman Tiki Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 266–276.
- Mardani. (2015). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Kencana Pranada Group.
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1), 43–57.
- Mawey, H. E. (2013). Motivasi, Persepsi, Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 791–801. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2807>
- Meidisa, C., & Susanti, F. (2019). *PENGARUH PREFERENSI DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA BANK NAGARI UNIT LAYANAN SYARIAH CABANG PASAR RAYA PADANG*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/bf7cr>
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* (Fourteenth). McGraw-Hill Education.
- Nugraheni, P., & Widyani, F. N. (2020). A study of intention to save in Islamic

- banks: the perspective of Muslim students. *Journal of Islamic Marketing*.  
<https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0233>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (Lutfiah (ed.)). Media Sahabat Cendekia.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019a). *Snapshot Perbankan Syariah*.  
[https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2019/Snapshot Perbankan Syariah Juni 2019.pdf](https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2019/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Juni%202019.pdf)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019b). Statistik Perbankan Syariah (SPS). In *Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020a). *Persentase Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2019*.  
[https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019/BOOKLET Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019.pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019/BOOKLET%20Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%202019.pdf)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020b). *Snapshot Perbankan Syariah Dec 2020*.  
[https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/-Snapshot-Perbankan-Syariah-Desember-2020/Snapshot Perbankan Syariah Desember 2020.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/-Snapshot-Perbankan-Syariah-Desember-2020/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Desember%202020.pdf)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020c). *Statistik Perbankan Syariah Dec 2020*.  
[https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2020/SPS Desember 2020.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2020/SPS%20Desember%202020.pdf)
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1).
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (1st ed.). Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.  
<http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'Ah Semarang. *Addin*, 8(1), 1–28.
- Raihana, S., & Azhary, R. A. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 110–123.
- Rakhmah, S. M., & Wahyuni, S. (2016). PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA TENTANG BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember). *Jurnal Pendidikan*



*Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 10(1).

- Ramadhani, N. Ik., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang (STUDI KASUS PADA MAHASISWA BANYUWANGI DI KOTA MALANG). *E-Jurnal Riset Manajemen*, h. 81. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id) email: [e.jrm.feunisma@gmail.com](mailto:e.jrm.feunisma@gmail.com)
- Rani, N. S. M. (2015). Consumer Attitudes and Purchase Intentions Toward Islamic Banks: The Influence of Religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2).
- Retor, S. T. (2014). Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Conbloc Indonesia Surya Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 664–675. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5631>
- Riza, A. F. (2017). SKEPTISME NASABAH TERHADAP KLAIM SYARIAH DARI PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA. *JURNAL AL-QARDH*, 2(2), 66–80.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136–147. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2017). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43–61. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>
- Saepudin, E., & Mukarromah, S. (2018). STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DI BANYUMAS. *Islamidina Jurnal Pemikiran Islam*, 19(2), 41–58.
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, 6(12), 112–129.
- Sari, F. N., & Anwar, M. K. (2018). Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 25–35.
- Sari, I. M., Wibowo, H., & Suprpto, E. (2015). Factors that InFLuenced PeoPle to Become IslamIc Bank customer: astudy on kancana Villagers. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 7(1), 73–86. <https://doi.org/10.15408/ijies.v7i1.1360>
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi*

dengan *Partial Least Square SEM (PLS-SEM)* (T. A. Prabawati (ed.)). Andi Yogyakarta.

[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Membuat+Skrripsi%2C+Tesis%2C+dan+Disertasi+dengan+Partial+Least+Square+%28PLS+SEM%29.+&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Membuat+Skrripsi%2C+Tesis%2C+dan+Disertasi+dengan+Partial+Least+Square+%28PLS+SEM%29.+&btnG=)

- Shukor, S. A., & Jamal, A. (2013). Developing Scales for Measuring Religiosity in the Context of Consumer Research. *Middle East Journal of Scientific Research*, 13(SPLISSUE), 69–74. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2013.13.1884>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Soma, A. M., Primiana, I., Wiryono, S. K., & Febrian, E. (2017). Religiosity and Islamic Banking Product Decision: Survey on Employees of PT Telekomunikasi Indonesia. *Etikonomi*, 16(1), 25–42. <https://doi.org/10.15408/etk.v16i1.4379>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan Ke). Alfabeta.
- Sunarjo, J., & Suprpto. (2012). *Minat Masyarakat Banyumas Menjadi Nasabah Bank Syariah*.
- Syafril, & Huda, N. (2015). Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin). 3(3), 257–268. <https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/viewFile/6/6>
- Syahriyal. (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>
- Triuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69.
- Yeniaras, V., & Akarsu, T. N. (2016). Religiosity and Life Satisfaction: A Multi-dimensional Approach. *Journal of Happiness Studies*, 18(6), 1815–1840. <https://doi.org/10.1007/s10902-016-9803-4>
- Yupitri, E., & Sari, R. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(1), 14867.