

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, GAYA HIDUP, DAN  
PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI  
MILENIAL PADA BANK SYARIAH**

**(Studi Kasus Pada Generasi Milenial di Kabupaten Kebumen)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SYARAT MEMPEROLEH GELAR STRATA SATU**

**Oleh:**

**ARIS RACHMAN HAKIM**

**16820066**

**Dosen Pembimbing Skripsi:**

**JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A**

**NIP: 19840523 201101 1 008**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN



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-110/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS PENGARUH PROMOSI, GAYA HIDUP, DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN KEBUMEN)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ARIS RACHMAN HAKIM  
Nomor Induk Mahasiswa : 16820066  
Telah diujikan pada : Senin, 03 Januari 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 61e76eedca94a



Penguji I

Alex FahrurRiza, SE., M.Sc.  
SIGNED

Valid ID: 61dfcc8f08773



Penguji II

Rifaatul Indana, S.E.I., M.E.  
SIGNED

Valid ID: 61e50e06702b5



Yogyakarta, 03 Januari 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 61ee68d8cb041



**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal : Skripsi Aris Rachman Hakim  
Kepada  
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Aris Rachman Hakim

NIM : 16820066

Judul Skripsi : “Analisis Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Kabupaten Kebumen)”

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 13 Desember 2021  
Pembimbing

**JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A.**  
**NIP: 19840523 201101 1 008**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aris Rachman Hakim

Nim : 16820066

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Kabupaten Kebumen)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan dipublikasikan atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote*, dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 13 Desember 2021

Penyusun

  
METERAI TEMPEL  
03AJX501125396

**Aris Rachman Hakim**

**NIM: 16820066**

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aris Rachman Hakim  
NIM : 16820066  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

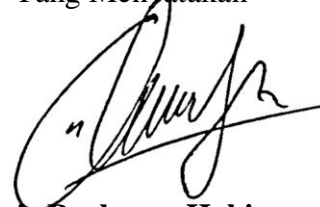
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Analisis Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Kabupaten Kebumen)”** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ penciptaan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 13 Desember 2021

Yang Menyatakan



**Aris Rachman Hakim**

**Nim: 16820066**

## HALAMAN MOTTO

Yang penting berdoa, perkara mustajab atau tidak bukan urusan kita.

Yang penting berdoa, mustajab atau tidak semoga mustajab

-KH. Abdul Hannan Ma'shum Kwagean-

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

*“Sesungguhnya Allah dan para malaikat-Nya bershawat untuk Nabi. Wahai orang-orang yang beriman, bershawatlah kalian untuk Nabi dan ucapkanlah salam penghormatan kepadanya”*

(QS. Al-Ahzab ayat 56)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya dan dukungan dari orang-orang tercinta skripsi ini dapat selesai dengan baik. Saya persembahkan skripsi ini untuk :

### **Kedua Orang Tua**

#### **Alm. Bapak Muchibun dan Ibu Siti Farhah**

Yang selalu mendoakan tanpa batas, selalu mendukung totalitas, dan memberi kasih sayang ikhlas tanpa balas.

#### **Saudaraku**

Heny Muslichah, M. Taufatul Arifin, Teguh Ali Hidayat.

#### **Untuk Keluarga Besar**

Yang selalu memberikan dukungan moril dan materil

#### **Teruntuk Sahabat-sahabatku**

Yang sama-sama berjuang, menemani, mendukung, dan membantu menyelesaikan skripsi ini.

#### **Keluarga Besar Perbankan Syariah 2016**

#### **Keluarga Besar Majelis Rokhatul Qolbi**

#### **Keluarga Besar Futsal Uin Jogja dan Futsal Febi Uin Jogja**

#### **Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada 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	Nama
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
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es



ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamza h	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مَاعِدَّة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## C. Ta'marbuttah

Semua *ta'* marbuttah ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang“al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عِلَّةٌ	Ditulis	<i>'illah</i>
كِرْمَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

## D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- ◌ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ◌ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ◌ ---	Dammah	Ditulis	U
فَاعِلٌ	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذِكْرٌ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلِيَّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تَانِسَى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كَرِيم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فُرُود	Ditulis	<i>Furud</i>

### F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَاكُم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan

#### Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لِإِنْ شِئْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
السَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

### I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian kalimat

الزُّوْرُودِ	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ

Segala Puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dengan ridho Allah SWT dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam senantiasa semoga tetap tercurahkan keharibaan Kanjeng Nabi Muhammad SAW yang sangat kita harapkan syafaat beliau di dunia dan akhirat. Semoga kita termasuk orang-orang yang beruntung diizinkan Allah SWT untuk dapat bertemu dengan beliau sebelum kematian ataupun sesudah kematian kita kelak.

Dalam penyusunan skripsi ini, tiada kekuatan penulis tanpa bantuan pihak lain. Sehingga dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M. selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, dan arahan dari awal masa perkuliahan penulis hingga semester akhir.

5. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, kritik/saran, dan solusi. Sehingga memudahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan penulis selama menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kedua orang tua, Alm. Bapak Muchibun dan Ibu Siti Farhah atas pengorbanan, doa, motivasi dan dukungan, serta kasih sayang yang luar biasa bagi penulis.
9. Saudara/i penulis Heny Muslichah, M.Taufatul Arifin, Teguh Ali Hidayat beserta keluarga.
10. Keluarga Besar Simbah Djabesari, H. Ali dan Simbah Abu Darin yang selalu memberi doa, motivasi, dan dukungan kepada penulis.
11. Guru kami Mbah Muhammad Asnawi Sonhaji dan semua pihak yang pernah mengajari saya tentang ilmu
12. Keluarga Besar Majelis Sholawat Rokhatul Qolbi yang semoga tujuannya dapat tercapai dunia dan akhirat.
13. Keluarga besar Perbankan Syariah 2016 yang telah berbagi cerita suka dan duka selama masa perkuliahan.

14. Keluarga besar Futsal Uin Jogja dan Futsal FEBI Uin Jogja
15. Seluruh teman-teman yang sudah saling mendoakan satu sama lain

Semoga Allah SWT menyaksikan semua kebaikan mereka.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 14 Desember 2021

Hormat Saya



**Aris Rachman Hakim**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN .....	2
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	I
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	II
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	III
HALAMAN MOTTO.....	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	V
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	VI
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
ABSTRAK .....	xxi
ABSTRACT .....	xxii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Pembahasan .....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. <i>Theory of Consumer Behavior</i> .....	13
2. Minat Menabung.....	20
3. Promosi .....	23
4. Gaya Hidup .....	28
5. Pengetahuan.....	31
6. Generasi Milenial .....	33



7. Menabung dalam Perspektif Islam .....	34
B. Tinjauan Pustaka .....	35
C. Pengembangan Hipotesis.....	44
D. Kerangka Pemikiran.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	49
B. Populasi dan Sampel .....	49
C. Sumber Data .....	51
D. Metode Pengumpulan Data.....	51
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	52
F. Instrumen Penelitian.....	55
G. Teknik Uji Instrumen .....	57
H. Teknik Analisis Data.....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Umum Penelitian.....	63
B. Karakteristik Responden .....	63
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
E. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	75
F. Pengujian Hipotesis.....	77
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	81
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan.....	88
B. Keterbatasan Penelitian .....	89
C. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>i</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Bank Syariah di Kabupaten Kebumen .....	5
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	53
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Variabel.....	56
Tabel 4. 1 Tahun Kelahiran Responden.....	63
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden .....	65
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden.....	66
Tabel 4. 5 Penghasilan Responden .....	67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas .....	68
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Variabel Promosi, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung .....	73
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas Variabel Promosi, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung.....	74
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Promosi, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung.....	75
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	76
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (t).....	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Silmutan (F) .....	80
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi .....	81
Tabel 4. 15 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2. 2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen.....	15
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran .....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	i
Lampiran 2 Data Jawaban Kuesioner Responden .....	ix
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS .....	xvii
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	xxvii
Lampiran 5 <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....	xxviii



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, gaya hidup, dan pengetahuan terhadap minat menabung generasi milenial di Kabupaten Kebumen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi, gaya hidup, dan pengetahuan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 288.412 orang, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, gaya hidup, dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial.

**Kata Kunci:** promosi, gaya hidup, pengetahuan, minat menabung

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of promotion, lifestyle, and knowledge on the millennial generation saving interest in Kebumen Regency. The dependent variable in this study is interest of savings, the independent variables in this study are promotion, lifestyle, and knowledge. The population in this study as many 288.412 people, and sampling in this study taken as many 100 people. Sampling in this study used a purposive sampling technique. The analytical tool used is multiple linear regression techniques. The results showed that promotion, lifestyle, and knowledge had a positive and significant effect on the millennial generation's saving interest.*

**Keywords:** *promotion, lifestyle, knowledge, interest of savings.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara prosesnya dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Ismail, 2011).

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 yang menjelaskan tentang perbankan syariah menyebutkan bahwa Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>1</sup>

Perkembangan bank Syariah diawali dengan adanya Undang-undang No. 7 Tahun 1992 yang saat itu baru dimunculkan dengan istilah “bagi hasil”. Baru setelah Undang-undang No.7 Tahun 1992 itu diubah dengan Undang-undang No.10 Tahun 1998, istilah yang dipakai lebih terang-terangan yaitu disebut dengan tegas-tegas istilah “prinsip syariah” (Sutan, 2007).

Seiring berjalannya waktu undang-undang No. 10 dikembangkan lagi dengan diubah aturan baru oleh Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang

---

<sup>1</sup> UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Perbankan Syariah. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah. dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>2</sup>

Di Indonesia, berdasarkan catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 2017, rasio menabung terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) di negeri ini masih relatif rendah, yaitu 31 persen. Angka itu sangat jauh dibandingkan dengan negara tetangga, seperti Singapura 49 persen, Filipina 46 persen, atau Cina 49 persen. Rendahnya rasio itu menunjukkan menabung bukan menjadi pilihan menarik bagi masyarakat luas, salah satunya adalah penduduk milenial yang sangat menjadi perhatian saat ini. Penduduk milenial ini disebut-sebut sangat menentukan bagaimana wajah Indonesia ke depannya.<sup>3</sup>

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2017 menyebutkan bahwa, terjadi perubahan pola belanja di masyarakat akibat era digital. Masyarakat sekarang ini lebih senang menghabiskan uangnya untuk berwisata dan berbelanja. Mayoritas generasi milenial yang merupakan pecandu gawai dan kerap memamerkan segala aktivitas mereka di media sosial penyumbang terbesar kelompok masyarakat yang suka berwisata. Generasi milenial memang dikenal sebagai kaum yang kurang mampu mengatur keuangan sendiri. Muncul anggapan bahwa generasi milenial dikatakan sebagai kelompok yang sangat

---

<sup>2</sup> UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah

<sup>3</sup> <https://www.idntimes.com/business/economy/ananta-fitri/survei-ims-2019-millennial-tidak-suka-menabung/5>. Diakses pada 14 Juni 2020 pukul 23.14



konsumtif. Setiap bulannya, milenial hanya menyisihkan sedikit dari gaji mereka untuk ditabung.

Berdasarkan riset IDN Times yang dirilis dalam acara Indonesia Millennial Summit (IMS) 2019 menyebutkan bahwa generasi milenial hanya mengalokasikan 10,7 persen untuk tabungan dari pendapatan rutin mereka. Jika dibandingkan dengan porsi untuk kebutuhan bulanan, porsi untuk tabungan yang dikeluarkan milenial memang terhitung sedikit, dan sebagian milenial lainnya masih menyisihkan uang untuk menabung, meski jumlahnya tidak besar.<sup>4</sup>

Penduduk Kabupaten Kebumen berdasarkan data proyeksi BPS Kabupaten Kebumen tahun 2018 adalah sebanyak 1.195.092. Dibandingkan dengan proyeksi jumlah penduduk tahun 2017, penduduk Kabupaten Kebumen mengalami pertumbuhan sebesar 0,26 persen.

Penduduk generasi milenial yaitu penduduk yang berumur 20-40 tahun. Penduduk yang kebanyakan berasal dari kalangan muda ini tercatat berdasarkan data Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Kabupaten Kebumen tahun 2018 yaitu yang berumur 20-40 tahun sebanyak 209.711.

BPS Kabupaten Kebumen juga menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi Kabupaten Kebumen tahun 2018 yang ditunjukkan oleh laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga konstan 2010, lebih tinggi dari tahun sebelumnya, yaitu 5,52 persen, sedangkan

---

<sup>4</sup> <https://www.idntimes.com/business/economy/ananta-fitri/survei-ims-2019-millennial-tidak-suka-menabung/5>. Diakses pada 14 Juni 2020 pukul 23.14

2017 yaitu 5,13 persen.

Pertumbuhan riil sektoral tahun 2018 mengalami fluktuasi dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan tertinggi dicapai oleh sektor komunikasi dan informasi sebesar 17,09. Sektor yang mengalami pertumbuhan yang paling rendah pada tahun 2018 adalah sektor jasa keuangan dan asuransi yaitu sebesar 2,18 persen.

Sektor pertanian, kehutanan dan perikanan masih memberikan sumbangan tertinggi terhadap ekonomi Kabupaten Kebumen yaitu sebesar 22,69 persen, dengan laju pertumbuhan sebesar 3,10 persen. Sektor industri pengolahan yang juga merupakan sektor dominan memberikan sumbangan bagi perekonomian Kabupaten Kebumen sebesar 20,37 persen dengan pertumbuhan riil sebesar 5,59 persen.

Hal tersebut menunjukkan bahwa bank syariah dalam hal ini termasuk jasa keuangan yang pertumbuhannya paling rendah tahun 2018, dapat dikatakan masih kurang diminati oleh masyarakat di Kabupaten Kebumen.

Di sisi lain, dalam data BPS Kabupaten Kebumen pada tahun 2018 jumlah sarana dan prasarana peribadatan di Kabupaten Kebumen tercatat jumlah masjid sebanyak 1.584 unit, mushola 3.896 unit, gereja 58 unit, pura sebanyak 17 unit, vihara 1 unit, dan klenteng 2 unit. Hal tersebut menandakan bahwa dengan banyaknya bangunan masjid dan mushola mayoritas penduduk di Kabupaten Kebumen adalah beragama Islam. Banyaknya penduduk muslim di Kabupaten Kebumen adalah sebuah potensi yang harus dimaksimalkan oleh bank syariah dan seharusnya dapat menjadikan motivasi bagi bank syariah

untuk menjadikan atau mempertahankan nasabah, khususnya generasi milenial untuk menabung. Adapun seiring dengan perkembangannya, saat ini terdapat 6 bank syariah yang ada di Kabupaten Kebumen, yaitu terdiri dari 2 BUS, 1 UUS dan 3 BPRS.

**Tabel 1. 1 Data Jumlah Bank Syariah di Kabupaten Kebumen**

<b>Kelompok Bank</b>	<b>Jumlah</b>
Bank Umum Syariah	2
Usaha Unit Syariah	1
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	3
<b>Total</b>	<b>6</b>

Sumber: Statistik perbankan syariah Juni 2021 OJK

Dilihat dari perkembangannya, penting sekali bagi bank syariah untuk memahami perilaku nasabah, terutama masyarakat yang menjadi sasaran bank. Salah satu strategi penting yang perlu dilakukan bank syariah adalah dengan memahami perilaku konsumen. Schiffman dan Kanuk (2007: 6) menjelaskan bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok/komunitas, usia,

pekerjaan, gaya hidup dan lain- lain (Zaki, 2010). Faktor-faktor ini dapat memberi petunjuk bagi pemasar untuk melayani pembeli secara efektif.

Ketika bank mampu memahami perilaku konsumen dengan baik, maka akan lebih mudah menarik minat masyarakat untuk menabung. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya (H. Djaali, 2012).

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan (Antonio, 2001: 153).

Kotler (2005: 78) menjelaskan bahwa minat menabung diasumsikan sebagai minat beli, yaitu merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, 2004).

Promosi merupakan salah satu faktor penentu yang menjadi keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah

membelinya (Tjiptono, 2008: 219). Promosi merupakan salah satu cara bank untuk menarik dan mempertahankan masyarakat agar tetap menabung pada bank tersebut.

Generasi milenial yang merupakan kalangan muda cenderung lebih mudah dipengaruhi melalui promosi-promosi yang unik dan menarik. Promosi dilakukan agar generasi milenial mengetahui apa saja yang ditawarkan dan manfaat yang diperoleh sehingga semakin yakin untuk menabung di bank syariah. Hal ini tentu menjadi menarik untuk melakukan penelitian mengenai promosi terhadap minat menabung generasi milenial pada bank syariah. Sesuai dengan penelitian Ratna (2018) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya informasi yang jelas mengenai perbankan syariah maka akan menimbulkan minat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, serta pendapatan seseorang. Orang-orang yang berasal dari sub kultur kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda (Kotler & Keller-2011: 175). Gaya hidup dapat diartikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya. Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya (Setiadi, 2008: 148). Gaya hidup generasi milenial perlu diketahui karena pola hidup yang berhubungan dengan uang akan mempengaruhi keputusan untuk menabung. Hal tersebut selaras dengan

penelitian yang dilakukan Umi (2016) menyatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah di Bank Muamalat Indonesia cabang pembantu Salatiga.

Pengetahuan yang dimiliki juga akan mempengaruhi pandangan nasabah mengenai bank syariah itu sendiri. Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan dalam benak konsumen. Pengetahuan merupakan salah satu faktor penentu utama dalam perilaku konsumen. Apa yang dibeli konsumen, di mana mereka membeli, dan kapan mereka membeli, akan bergantung pada pengetahuan konsumen (Priansa, 2017: 130). Semakin banyak pengetahuan tentang bank syariah yang dimiliki oleh nasabah khususnya generasi milenial maka akan semakin meningkat minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Pada penelitian Rif'at (2018) membuktikan bahwa pengetahuan siswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. Penelitian Maskur, Halimatu (2016) juga menyatakan bahwa pengetahuan perbankan berpengaruh positif terhadap minat menabung.

Dari uraian latar belakang dan fakta yang telah diuraikan di atas, faktor tingginya daya saing dan minimnya kinerja pada sektor jasa keuangan di Kabupaten Kebumen dapat menjadi celah penelitian. Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh kurangnya informasi, pengetahuan, maupun penelitian tentang minat menabung pada perbankan syariah di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh promosi, gaya hidup, dan pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat generasi

milenial di Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul “**Analisis Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Pada Bank Syariah (Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Kebumen)**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana promosi berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial di bank syariah ?
2. Bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial di bank syariah ?
3. Bagaimana pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial di bank syariah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti secara empiris mengenai pengaruh promosi, gaya hidup, dan pengetahuan terhadap minat menabung. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menjelaskan pengaruh promosi terhadap minat menabung generasi milenial di bank syariah

2. Menjelaskan pengaruh gaya hidup terhadap minat menabung generasi milenial di bank syariah
3. Menjelaskan pengaruh promosi terhadap minat menabung generasi milenial di bank syariah

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

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk berbagai pihak yang berkepentingan, diantaranya sebagai berikut:

##### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis dan menambah khasanah pustaka mengenai manajemen pemasaran.

##### **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan, dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam penelitian ini.
- b. Bagi Perbankan Syariah, sebagai bahan pertimbangan atau masukan dalam meningkatkan jumlah nasabah.
- c. Sebagai sumber informasi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian khususnya pada kajian yang sama yang berkenaan dengan masalah promosi, gaya hidup, dan pengetahuan.



## **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk memperoleh gambaran dan memudahkan pembahasan pada penelitian ini, maka disajikan sistematika penulisan yang merupakan isi secara garis besar dari penelitian ini. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. Latar belakang tersebut menjelaskan gambaran pemikiran mengenai alasan yang mendasari dilakukannya penelitian. Rumusan masalah menjelaskan tentang batasan penelitian yang akan dikaji yang digambarkan dalam bentuk pertanyaan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini memuat landasan teori, telaah pustaka, dan hipotesis. Dalam bab ini juga disajikan tentang teori-teori relevan yang mendukung penyusunan penulisan ini, antara lain teori tentang minat menabung, promosi, gaya hidup dan pengetahuan yang disajikan dalam hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini akan dibahas tentang metode-metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam bab ini, akan dibahas tentang jenis dan sifat penelitian, waktu dan tempat penelitian, defnisi operasional variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisa data.

## **BAB IV HASIL DAN ANALISIS**

Dalam bab ini, dijelaskan analisis data dan pembahasan yang menjelaskan hasil pengumpulan data, analisis deskriptif data, hasil penelitian yang dilakukan dan interpretasi hasil penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dipaparkan dalam pembahasan dan analisis data, memuat saran yang dapat diberikan atas masalah yang ada, yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk menetapkan kebijakan selanjutnya, serta memuat keterbatasan pada penelitian ini.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh promosi, gaya hidup, dan pengetahuan terhadap minat menabung generasi milenial pada bank Syariah di kota Kebumen diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi yang positif seperti bank syariah yang turut serta dalam menyukseskan acara-acara sekolah, kampus, atau acara lainnya di Kabupaten Kebumen dan melakukan pendekatan dengan promosi terjun langsung seperti di pasar-pasar untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat dapat menaikkan minat menabung generasi milenial. Maka dapat dikatakan variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat menabung generasi milenial pada bank Syariah di Kabupaten Kebumen. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis 1 **diterima**.
2. Gaya hidup yang positif, seperti kehidupan islami yang sudah tertanam dalam diri sejak kecil yang mereka hidup sesuai ajaran Islam dan pola hidup yang hati-hati, tidak konsumtif dan suka menabung dapat meningkatkan minat menabung generasi milenial di Kabupaten Kebumen. Maka dapat dikatakan variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat menabung generasi milenial pada bank Syariah di Kabupaten Kebumen. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis 2 **diterima**.

3. Pengetahuan yang positif, seperti pengetahuan yang sudah dimiliki masyarakat tentang perbankan syariah, yaitu orang sudah tahu jika akan menabung di bank syariah tentunya akan datang ke lokasi bank, dan syarat-syarat menabung sudah diketahui karena tidak berbeda jauh dengan bank konvensional, dan informasi yang mereka peroleh melalui media digital dapat meningkatkan minat menabung generasi milenial di Kabupaten Kebumen. Maka dapat dikatakan variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung generasi milenial pada bank Syariah di Kabupaten Kebumen. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis 3 **diterima**.

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

Penelitian ini telah penulis kerjakan dan dirancang dengan sebaik-baiknya, namun penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel promosi, gaya hidup, dan pengetahuan untuk mengetahui pengaruh terhadap minat menabung. Penelitian ini tidak meneliti seluruh aspek yang berkaitan dengan minat menabung.
2. Penelitian ini hanya meneliti generasi milenial di Kabupaten Kebumen saja yang menjadi objek penelitian, bukan keseluruhan masyarakat yang ada di Kabupaten Kebumen.

### C. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti sampaikan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian, adalah sebagai berikut:

1. Untuk perkembangan bank syariah di Kabupaten Kebumen masih sangat dipelukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, serta diharapkan agar lebih meningkatkan kinerjanya untuk menarik nasabah, menambah fitur produk yang lebih inovatif dan melakukan komunikasi pemasaran yang baik sehingga nasabah dapat lebih berminat pada produk-produk di bank syariah.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang lebih luas serta diharapkan dapat mengembangkan variabel penelitian yang sesuai dengan isu-isu yang tengah terjadi, agar dapat memberikan manfaat yang lebih banyak lagi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran, Cetakan II*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ajzen, I. 2005. *Attitude, Personality, and Behavior*. USA: Open
- Alice Crow, Lester D. Crow. 1984. *Psikologi Pendidikan*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani
- Arikunto, Suharsimi. 1991. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, H. 2004. *Consumer Behavior: A Strategic Approach. Edisi Keenam*. MA: Houghton Mifflin Company.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Baridwan, Zaki. 2010. *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode. Edisi 5*. Yogyakarta : BPPE
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga press.
- BPS Kab. Kebumen. 2019. *Kebumen Dalam Angka*. Kebumen: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen.

- Faradis, Jauhar; dkk. 2017. *Modul Praktikum Statistika*. Yogyakarta: FEBI UIN Sunan Kalijaga.
- Ghazali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Sembilan*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. Djaali. 2012. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Ibnu Katsir, I. 1874. *Tafsir Al-Quran Al-Adzim*. Lebanon: Dar el-Fikr
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah. Edisi 1*. Jakarta: Prenadamedia Group
- J. Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kupperschmidt, B.R. 2000. *Multigeneration employees :strategies for effective management. The health care manager*, vol. 19, pp 65-76.

- Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia.  
2007. Tangerang: PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta:  
Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa teori dan Praktik*, Jakarta:  
Penerbit Salemba Empat
- Mahyarni. 2013. *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior  
(Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*. Jurnal ElRiyasah, 4(1), 13-23.
- Mowen, dan Minor. 1998. *Consumer Behavior*. Jakarta : Erlangga
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nickels, William G. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty  
Offset
- Priansa, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.  
Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus  
Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka  
Utama.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen. Edisi Ke-  
7*. Jakarta: PT Indeks



- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sudarwinarti, V. S. 2019. *Pentingnya Berpikir Kritis Generasi Milenial Di Era Industri 4.0. Jurnal ADB'S Secretary* (Vol. 8).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS, Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia

Suparmoko. 1999. *Metode Penelitian Praktis (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis) Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Sutan, Remy. 2007. *Perbankann Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.

Swasta, Basu dan Handoko, Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Swastha, Basu dan Irawan, 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.  
University Press.

Widhiarso, Wahyu. 2010. *Catatan Pada Uji Linearitas Hubungan*. Fakultas Psikologi UGM.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA