

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT
GENERASI MILENIAL MEMBUKA TABUNGAN HAJI DI
BANK SYARIAH INDONESIA**



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

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

OLEH :

ANANDA AULIA RAHMAH

NIM 18108020047

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

2022

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT
GENERASI MILENIAL MEMBUKA TABUNGAN HAJI DI
BANK SYARIAH INDONESIA**



SKRIPSI

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

OLEH :

ANANDA AULIA RAHMAH

NIM 18108020047

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI :

RUSPITA RANI PERTIWI, S.PSI, M.M

NIP 197606162005012002

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

2022

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



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-1131/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL MEMBUKA TABUNGAN HAJI DI BANK SYARIAH INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANANDA AULIA RAHMAH
Nomor Induk Mahasiswa : 18108020047
Telah diujikan pada : Senin, 15 Agustus 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M
SIGNED

Valid ID: 630dc3b1f412b



Penguji I

Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 630d7b878b5a5



Penguji II

Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.
SIGNED

Valid ID: 630ebb7ed3445



Yogyakarta, 15 Agustus 2022

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 630dc5d398d9e

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Ananda Aulia Rahmah

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di -Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : Ananda Aulia Rahmah
NIM : 18108020047
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Generasi Milenial Membuka Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia

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

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera di minaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 10 Agustus 2022

Pembimbing



Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M

NIP 197606162005012002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ananda Aulia Rahmah

NIM : 18108020047

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Generasi Milenial Membuka Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan hasil duplikasi atau saduran dari orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 16 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Ananda Aulia Rahmah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademisi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ananda Aulia Rahmah
NIM : 18108020047
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 Noneklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya dengan judul: **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Generasi Milenial Membuka Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia”**.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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 menyantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 10 Agustus 2022
Penyusun



Ananda Aulia Rahmah
18108020047

MOTTO

“No person knows what he will earn tomorrow.”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan keberkahannya kepada saya, sehingga sampai pada titik ini untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Karya ini saya dedikasikan kepada:

- 1) Kedua Orang Tua Tercinta
- 2) Kakak dan Adik yang Saya Banggakan
- 3) Segenap Keluarga Besar Saya
- 4) Para Dosen dan Sahabat Almamater
- 5) UIN Sunan Kalijaga
- 6) Bangsa dan Negara



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Adapun pedoman transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b//U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>Sa'</i>	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ha'</i>	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Ḍal</i>	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
ص	<i>Ṣad</i>	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ṭa'</i>	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Ẓa'</i>	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>'Ain</i>	‘	koma terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa'</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wawu</i>	W	We
ه	<i>Ha'</i>	H	Ha

ء	<i>Hamzah</i>	`	<i>Apostrof</i>
ي	<i>Ya'</i>	Y	<i>Ye</i>

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	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 diperlakukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendeknya dan Penerapannya

َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U
فعل	<i>Fathah</i>	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	<i>Dammah</i>	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. <i>Fathah + alif</i>	Ditulis	A
-------------------------	---------	---

جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>A</i>
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>I</i>
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>U</i>
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Beruntutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiah* ditulis sesuai dengan huruf *Syamsiah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penyusunan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di yaumul qiyamah nanti.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan kali ini dengan kerendahan hati penulis bermaksud menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah ikut berperan dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A., Ph.D. 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 Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Farid Hidayat, S.H., M.S.I. selaku Dosen Penasihat Akademik
5. Ibu Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, dan memberi arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan yang sangat luas selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh Pegawai Staf Tata Usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

8. Kedua orang tua tercinta Bapak Komarudin S.Pd dan Ibu Endang Sori, yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang dan yang telah menjadi sumber segalanya sampai saat ini.
9. Kakak saya Ahmed Jibril, dan Adik saya Muhammad Rasyid Ridho dan Emiruddin Khalil Rabbani yang selalu mengisi hari-hariku penuh dengan keceriaan dan selalu memberikan dukungannya. Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kalian semua.
10. Sahabat *Guls Only*, Chacha, Haza, Ria, Syahidah, Zumroh, May, Chika, Nuning, Yayuk, dan Woro yang selalu ada 24 jam memberikan canda dan tawanya untuk mengembalikan suasana positif di hati saya dan mendengarkan keluh kesah juga kesana kemari bersama saya untuk cari referensi sehingga mempermudah jalannya skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah kelas B khususnya, dan seluruh mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2018 dari awal semester hingga kini yang selalu berjalan beriringan, memberikan *positive vibes* dan titik terang tentang apapun itu.
12. Sahabat *Hommy Kost*, Nurul Ma'rifah dan Afifah Nur Azizah yang selalu berbagi cerita bersama penulis, sharing ilmu dan menemani penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan
16. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian ini. Semoga, kebaikan yang kalian lakukan dinilai sebagai amal ibadah, *amiin*.
17. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
18. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for, for never quitting. I wanna thank me for always being a giver. And tryna give more than I receive. I wanna thank me for tryna do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all times.*

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan mereka dengan nikmat yang lebih berkah dan sempurna. Akhir kata penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran serta perkembangan dari penelitian ini sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga bermanfaat. Amin.

Yogyakarta, 16 Juli 2022

Hormat Penyusun



Ananda Aulia Rahmah



DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	11
C. TUJUAN PENELITIAN	11
D. MANFAAT PENELITIAN	12
E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. LANDASAN TEORI	15
1. Minat Menabung (<i>Intention to Saving</i>)	15
2. Literasi Keuangan Syariah (<i>Islamic Financial Literacy</i>)	19
3. Religiusitas (<i>Religiosity</i>)	23
4. Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>)	27
5. Generasi Milenial	30
B. PENELITIAN TERDAHULU	31
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	35

D. KERANGKA PEMIKIRAN	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN	39
B. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN	40
C. POPULASI DAN SAMPEL	42
D. SUMBER DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA	44
BAB IV PEMBAHASAN	50
A. ANALISIS DESKRIPTIF	50
B. ANALISIS DATA	54
C. PEMBAHASAN	62
BAB V PENUTUP	68
A. KESIMPULAN	68
B. KETERBATASAN PENELITIAN	68
C. SARAN	69
DAFTAR PUSTAKA	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4. 1 Data Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Data Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Domisili	52
Tabel 4. 5 Data Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4. 6 Data Pendapatan Responden.....	53
Tabel 4. 7 Nilai AVE dan <i>Outer Loading</i>	55
Tabel 4. 8 <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4. 9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	57
Tabel 4. 10 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	58
Tabel 4. 11 <i>Path Coefficient</i>	60
Tabel 4. 12 <i>R-Square</i>	61
Tabel 4. 13 Uji Hipotesis.....	62



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	38
Gambar 4. 1 Hasil <i>Outer Model</i>	54
Gambar 4. 2 Hasil <i>Inner Model</i>	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	i
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	viii
Lampiran 3 Hasil Olah Data SEM PLS	xlvi
Lampiran 4 <i>Curriculum Vitae</i>	xlviii



ABSTRAK

Perkembangan perbankan syariah semakin meningkat setiap tahunnya. Adapun salah satu produk yang mendorong peningkatan adalah produk tabungan haji. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup terhadap minat membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu generasi milenial di Kota Yogyakarta. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 153 responden dengan mengacu pada metode purposive sampling dengan kriteria generasi milenial muslim penduduk Kota Yogyakarta yang belum pernah melaksanakan haji dan belum memiliki rekening tabungan haji di Bank Syariah Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Sedangkan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: literasi keuangan syariah, religiusitas, gaya hidup, generasi milenial



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sektor halal di Indonesia semakin bertumbuh setiap tahun dan diprediksi akan terus berkembang karena masyarakat semakin peduli dengan produk-produk halal. Berdasarkan hasil pemeringkatan *Global Islamic Economy Indicator Score* (GIEI) pada tahun 2019/2020, Indonesia berada pada peringkat ke-5 dunia. Perbankan syariah merupakan salah satu sektor yang menjadi bahan penilaian indikator ekonomi syariah level global tersebut. Pada tahun 2019, menurut Laporan Perkembangan Keuangan Syariah, pertumbuhan aset mengalami peningkatan. Salah satu lembaga keuangan yang meningkat signifikan adalah bank umum syariah, tercatat memiliki aset 350,6 miliar rupiah. Adapun produk yang paling banyak diminati menurut hasil laporan diatas adalah produk tabungan.

Tabungan sendiri banyak diminati masyarakat diantara produk keuangan lainnya. Menurut Bank Indonesia (2014), menabung adalah kegiatan menyalurkan dan mengumpulkan pendapatan hingga jumlah tertentu yang selanjutnya digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan di masa yang akan datang. Bank syariah mengeluarkan berbagai produk keuangan dan produk perbankan dalam upaya menumbuhkan minat menabung masyarakat. Salah satu produk unggulan bank syariah yaitu tabungan haji.

Mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim dimana animo pada saat haji sangat tinggi.¹ Haji merupakan kewajiban setiap muslim apabila mampu maka hukumnya wajib. Adapun beberapa landasan hukum mengenai haji sebagaimana tertulis dalam firman Allah yaitu:

QS. Al Baqarah : 196

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ فَإِنْ أُحْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ وَلَا تَحْلِقُوا رُءُوسَكُمْ حَتَّىٰ يَبْلُغَ الْهَدْيُ مَحَلَّهُ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ بِهِ أَذًى مِّن رَّأْسِهِ فَفِدْيَةٌ مِّن صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسُكٍ فَإِذَا أَمِنْتُمْ فَمَنْ تَمَتَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى الْحَجِّ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ فَمَنْ لَّمْ يَجِدْ فَصِيَامٌ ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ فِي الْحَجِّ وَسَبْعَةً إِذَا رَجَعْتُمْ تِلْكَ عَشْرَةٌ كَامِلَةٌ ذَلِكَ لِمَنْ لَّمْ يَكُنْ أَهْلَهُ حَاضِرِي الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Dan sempurnakanlah ibadah haji dan ‘umrah karena Allah. Jika kamu terkepung (terhalang oleh musuh atau karena sakit), maka (sembelihlah) korban yang mudah didapat, dan jangan kamu mencukur kepalamu, sebelum korban sampai di tempat penyembelihannya. Jika ada di antaramu yang sakit atau ada

¹ Fahreza Rizky “Animo Masyarakat Tinggi, JK Harap Pelaksanaan Haji Bisa Normal Kembali” <https://www.idxchannel.com/syariah/animo-masyarakat-tinggi-jk-harap-pelaksanaan-haji-bisa-normal-kembali> (diakses pada tanggal 02/04/2022, pukul 13.07)

gangguan di kepalanya (lalu ia bercukur), maka wajiblah atasnya berfidyah, yaitu: berpuasa atau bersedekah atau berkorban. Apabila kamu telah (merasa) aman, maka bagi siapa yang ingin mengerjakan 'umrah sebelum haji (di dalam bulan haji), (wajiblah ia menyembelih) korban yang mudah didapat. Tetapi jika ia tidak menemukan (binatang korban atau tidak mampu), maka wajib berpuasa tiga hari dalam masa haji dan tujuh hari (lagi) apabila kamu telah pulang kembali. Itulah sepuluh (hari) yang sempurna. Demikian itu (kewajiban membayar fidyah) bagi orang-orang yang keluarganya tidak berada (di sekitar) Masjidil Haram (orang-orang yang bukan penduduk kota Mekah). Dan bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah sangat keras siksaan-Nya.”

QS. Ali ‘Imran : 97

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ

مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: “Disana terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) maqam Ibrahim. Barangsiapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan kesana.”

Firman Allah QS. Al Hajj : 27

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ

Artinya: “Dan serulah manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, atau mengendarai unta yang kurus, mereka datang dari segenap penjuru yang jauh.”

Bank syariah menangkap peluang sebagai solusi bagi masyarakat yang ingin berhaji. Produk ini membantu masyarakat yang ingin berhaji namun terkendala dengan biaya. Dengan menabung melalui bank syariah dapat dipastikan keinginan tersebut dapat terwujud. Peluncuran produk tersebut bertujuan untuk meningkatkan perilaku dan minat menabung perencanaan haji masyarakat umum khususnya kalangan generasi milenial.

Secara keseluruhan, penempatan dana haji di seluruh perbankan syariah pada 2020 mencapai Rp 45,2 triliun. UUS PT Bank CIMB Niaga Tbk (CIMB Niaga Syariah) merupakan salah satu bank yang terpilih sebagai bank penempatan, bank investasi, bank pengelola nilai manfaat, dan bank likuiditas dana haji dari BPKH mencatatkan peningkatan pengelolaan dana haji sebesar 134% atau Rp 6,3 triliun per September 2021 dibandingkan realisasi Desember 2020 lalu. Disusul PT Bank BCA Syariah juga mencatatkan kenaikan sebesar Rp 14,6 miliar per September 2021 dibandingkan tahun lalu baik yang berbentuk deposito maupun giro. Selain itu, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang merupakan salah satu Bank Syariah terbesar di Indonesia yang baru saja melakukan merger juga bekerjasama dengan BPKH sebagai penerima setoran (BPS) Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) periode 2021 – 2024 dan telah mencatatkan jumlah penghimpunan dana haji sebesar Rp 20,34 triliun dalam bentuk giro dan deposito per Juni 2021.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk juga memiliki dua produk berupa BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia untuk mendukung minat menabung haji masyarakat Indonesia baik yang berusia

muda maupun tua.² Direktur utama Bank Syariah Indonesia (BSI) juga menuturkan bahwa jumlah tabungan haji meningkat setiap tahunnya sehingga membuat institusi dan perbankan melakukan pengelolaan secara prudent dan penuh kehati-hatian. Hal ini membuktikan bahwa tingginya minat masyarakat menabungkan sebagian uangnya dalam bentuk tabungan haji.

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan aktivitas atau kegiatan tertentu secara sukarela. Menurut Kotler (2002) minat adalah kondisi individu yang dapat dijadikan dasar untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik pada sesuatu sebelum mengambil tindakan selanjutnya. Dalam proses pemilihan layanan perbankan syariah, terdapat sejumlah faktor yang bisa mempengaruhi nasabah. Berdasarkan hasil penelitian LP-IPB (2004) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan bank syariah di Jawa Barat dapat ditelaah dengan menggunakan model logit. Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan produk maupun jasa bank syariah, yaitu pekerjaan utama, pengusaha vs non-pengusaha, penghasilan, rendah vs non-rendah, aksesibilitas, keterbukaan terhadap informasi, penerimaan terhadap bank konvensional, pertimbangan memilih bank karena lokasi/akses, pertimbangan memilih bank karena pelayanan, pertimbangan memilih bank karena kredibilitas, pertimbangan memilih bank karena fasilitas, pertimbangan memilih bank karena statusnya, pengguna jasa bank

² Herlina Kartika Dewi, "Tabungan Haji Perbankan Terus Tumbuh"
<https://amp.kontan.co.id/news>, (diakses tanggal 06/03/2022, pukul 20.00).

konvensional – pinjaman, pengguna jasa bank konvensional – layanan jasa, tingkat pengetahuan terhadap bank syariah.

Hasil penelitian Albaity & Rahman (2019) menunjukkan beberapa faktor penentu niat seseorang terhadap perbankan syariah yakni *islamic financial literacy, awareness, reputasi* dan sikap. Sejumlah faktor tersebut dapat menentukan jumlah pengguna nasabah saat ini. Namun saat ini jumlah pengguna Bank Syariah di Indonesia masih terbilang sedikit. Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk Hery Gunardi mengatakan dari 180 juta lebih penduduk Indonesia hanya sebesar 30,27 juta masyarakat Indonesia yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.³ Angka ini merupakan angka yang kecil mengingat mayoritas penduduk Indonesia merupakan penganut agama Islam. Hal tersebut disebabkan oleh tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah yang masih rendah. Oleh sebab itu, penelitian ini memutuskan untuk mengambil tiga faktor terhadap minat, yaitu literasi keuangan syariah, religiusitas dan gaya hidup karena tiga faktor tersebut dianggap berkaitan dengan beberapa faktor terhadap minat.

Faktor pertama yang dapat memengaruhi minat menabung adalah literasi keuangan syariah. Cara efektif meningkatkan jumlah nasabah bank syariah yakni dengan meningkatkan literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia. Secara konseptual literasi keuangan syariah yakni kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan, keterampilan dan sikap dalam

³ Adhi Wicaksono, “180 Juta umat muslim, baru 30 juta jadi nasabah bank syariah” <https://www.cnnindonesia.com>, (diakses pada tanggal 06/03/2022, pukul 20.15).

mengelola sumber daya keuangan menurut agama islam (Rahim et al., 2016). Berdasarkan Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2021 yang diterbitkan Bank Indonesia, literasi keuangan syariah berada pada skor 20,1%. Rendahnya literasi keuangan syariah membuat akses terhadap lembaga keuangan syariah terbatas, dalam skala nasional akan menghambat pertumbuhan ekonomi. Literasi akan menaikkan permintaan secara organik dan berkelanjutan.⁴ Literasi berkelanjutan dinilai penting untuk meningkatkan sisi permintaan.

Beberapa pemaparan di atas, didukung dengan hasil temuan Hafis & Kitri (2019) yang berjudul *The Effect of Religiosity and Sharia Financial Literacy Towards the Usage of Sharia Investments* yang memberikan hasil bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap penggunaan investasi syariah. Jadi semakin tinggi literasi keuangan syariah maka semakin tinggi minat nasabah menabung di bank syariah dan sebaliknya. Dalam penelitian ini penulis melihat bagaimana pengaruh dari literasi keuangan syariah, karena dengan literasi keuangan syariah yang baik artinya seseorang memahami produk bank syariah sehingga diharapkan dapat menjangkau produk-produk seperti tabungan haji.

⁴ Fuji Pratiwi, (2022). EKS: Literasi Ekonomi Syariah Perlu Kekinian

<https://republika.co.id/berita/qwu9xx457/kneks-literasi-ekonomi-syariah-perlu-kekinian> (diakses pada tanggal 10 Februari 2022)

Selain literasi keuangan syariah, faktor religiusitas memiliki peran dalam mendorong minat menabung di bank syariah. Religiusitas adalah sikap atau kesadaran yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Menurut Widiyanti (2005) agama adalah kewajiban atau peraturan yang telah ditetapkan dan berfungsi untuk mengikat dan membentuk seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan atau sesama manusia, serta alam sekitarnya. Pemahaman keagamaan yang baik akan membentuk karakter berkualitas pada kehidupan sehari-hari. Orang yang beragama cenderung memiliki sifat-sifat yang baik dan dapat dipercaya yang mana merupakan nilai aset tertinggi dalam dunia bisnis (Deneulin & Rakodi, 2011).

Tingkat religiusitas dapat mempengaruhi cara berperilaku, karena kepercayaan seseorang pada agamanya cenderung akan berpegang teguh pada aturan-aturan dalam agama (Jalaludin, 2010). Hal ini didukung oleh hasil temuan Subekhi & Ratnasari (2017), bahwa religiusitas merupakan motif yang penting, karena semakin tinggi religiusitas seseorang maka semakin berhati-hati ketika memilih produk. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ulfatin & Maesyaroh (2017) mengenai Pengaruh Religiusitas, Ekonomi, Usia, dan Pendidikan Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan iB ONH BDW (Studi Kasus di BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta) yang menunjukkan pengaruh yang positif signifikan antara religiusitas terhadap minat membuka tabungan haji. Dimana dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat

religiusitas yang dimiliki oleh seseorang dapat mempengaruhi minat dalam memilih atau membuka tabungan haji di bank syariah.

Faktor terakhir yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah gaya hidup. Gaya hidup individu selalu menarik perhatian bagi pemasar. Konsep gaya hidup diperkenalkan oleh (Bell, 1958), (Rainwater et al., 1959), dan (Havinhurst & Feigenbaum, 1959) mengutip dari penelitian (Krishnan, 2011). Mendekati tahun 1950-an, gaya hidup menunjukkan potensi signifikansinya dalam memahami, menjelaskan, dan memprediksi perilaku pelanggan. Richard dan Sturman (1977), dalam (Krishnan, 2011), berhasil menerapkan analisis gaya hidup untuk segmentasi penggunaan pakaian *Slimwear Branded*. Sebagai pemasar, penting mempelajari gaya hidup karena pola hidup yang berhubungan dengan uang akan mempengaruhi keputusan dalam menabung. Untuk mengukur gaya hidup para konsumen, peneliti menggunakan analisis psikografis yang bertujuan untuk aplikasi dasar. Studi psikografis meliputi sejumlah pertanyaan yang dirancang untuk menilai gaya hidup pasar target, karakteristik kepribadian dan demografi (Mowen & Minor, 2001).

Beberapa penelitian menunjukkan hasil bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan dalam memilih atau membuka tabungan di bank syariah namun tidak sedikit juga penelitian tentang gaya hidup tidak berpengaruh signifikan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ulya (2020) yang memberikan hasil bahwa keputusan seseorang dalam memilih atau membuka tabungan di bank syariah tidak dapat dipengaruhi oleh gaya hidup. Penelitian tersebut berbeda dengan hasil temuan Dyah & Susanti (2019),

terdapat pengaruh signifikan antara gaya hidup dengan minat mahasiswa dalam menyimpan pendapatan di bank syariah. Beberapa penelitian pendukung tersebut membuat Kota Yogyakarta terpilih sebagai lokasi penelitian untuk diteliti lebih lanjut mengenai keputusan konsumen menggunakan produk tabungan haji bank syariah ditinjau dari analisis gaya hidup.

Mayoritas penduduk Kota Yogyakarta adalah milenial. Generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial di Kota Yogyakarta berjumlah 129.455 jiwa atau 31,27% dari total penduduk Kota Yogyakarta (Setda, 2018 dalam Wijayanti & Hidayat, 2020). Konsep generasi milenial Indonesia adalah penduduk Indonesia yang lahir antara tahun 1980-2000 (Budiati, et al., 2018). Hal ini berarti milenial adalah generasi muda yang berumur 22-42 pada tahun 2022. Generasi milenial dianggap sebagai sasaran potensial di berbagai sektor industri. Pasaunya, kalangan milenial yang telah bekerja, sangat berpotensi sebagai calon nasabah untuk produk tabungan haji. Selain mental dan fisik yang sudah matang, anggaran alokasi pendapatan digunakan untuk menabung sehingga tiba saat pelaksanaan dapat melaksanakannya saat masih sehat. Sedangkan jumlah penduduk Kota Yogyakarta tahun 2020 berdasarkan data BPS ter-update pada tanggal 29 Januari 2021 sebanyak 438.761 jiwa.

Penelitian ini penting untuk melihat determinan atau faktor yang memengaruhi minat membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain itu dapat menjadi bahan evaluasi kinerja bank syariah serta memberikan motivasi untuk berkembang khususnya pada produk tabungan haji. Penelitian

mengenai minat membuka tabungan haji di Indonesia sudah banyak dilakukan. Namun yang menjadikan penelitian ini berbeda adalah variabel minat diteliti secara bersamaan dengan literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup. Selain itu objek penelitian adalah generasi milenial terbilang masih baru. Sehingga dengan variabel-variabel tersebut serta objek terpilih menjadikan penelitian ini menarik untuk diteliti. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti minat generasi milenial membuka tabungan haji di Kota Yogyakarta yang dituangkan dalam bentuk tulisan ilmiah dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Minat Generasi Milenial Membuka Tabungan Haji”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat generasi milenial membuka tabungan haji?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat generasi milenial membuka tabungan haji?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat generasi milenial membuka tabungan haji?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat generasi milenial membuka tabungan haji
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat generasi milenial membuka tabungan haji
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat generasi milenial membuka tabungan haji

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat secara teoritis dan manfaat praktis yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup terhadap minat generasi milenial membuka tabungan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dan bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di bidang manajemen pemasaran.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dan masukan bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan minat membeli produk maupun layanan jasanya dan memberikan sumbangan pemikiran dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Guna memperoleh gambaran yang dapat memahami alur pembahasan dalam penelitian, maka penulis menyajikan sistematika pembahasan yang berisi pemaparan secara singkat tentang isi dari setiap bab dalam skripsi, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan teori, kajian pustaka, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran. Dalam landasan teori menjelaskan teori dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pada pengembangan hipotesis berisi dugaan sementara mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup terhadap minat membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia. Kemudian ada kajian pustaka berisi penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan serta pembandingan dengan penelitian ini. Selanjutnya pada kerangka pemikiran bertujuan untuk menjelaskan konsep berpikir pada penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, variabel operasional penelitian, populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup terhadap minat generasi milenial membuka tabungan haji bank syariah indonesia, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan nilai *t-statistic* 2,061 dan nilai *p-value* 0,040. Berdasarkan analisis peneliti, semakin tinggi literasi keuangan syariah maka semakin tinggi pula minat generasi milenial membuka tabungan Bank Syariah Indonesia.
2. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan nilai *t-statistic* 3,843 dan nilai *p-value* 0,000. Berdasarkan analisis peneliti, semakin tinggi religiusitas maka semakin tinggi pula minat generasi milenial membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia.
3. Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dengan nilai *t-statistic* 0,865 dan nilai *p-value* 0,388. Berdasarkan analisis peneliti, hipotesis ketiga ditolak. Semakin tinggi atau rendah gaya hidup tidak mempengaruhi minat pada generasi milenial di Kota Yogyakarta.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam menulis skripsi ini penulis sudah berusaha semaksimal mungkin agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Akan tetapi, dalam penulisan tugas akhir ini peneliti mendapati hambatan, kendala, dan keterbatasan

yang mungkin menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi hasil dari penelitian ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dalam penelitian ini belum tergeneralisasi. Hal ini dikarenakan sampel yang digunakan peneliti hampir mendekati jumlah minimum. Selain itu, sampel yang digunakan dalam penelitian ini jika ditinjau berdasarkan demografinya memiliki hasil yang kurang merata.
2. Perolehan informasi yang diambil dari kuesioner kadang kala tidak menginterpretasikan pendapat responden yang sesungguhnya. Hal tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan pemahaman dan pendapat setiap responden. Selain itu, kejujuran juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi dalam pengisian kuesioner.
3. Penelitian ini juga dalam teknik pengumpulan data hanya menggunakan penyebaran kuesioner sehingga informasi tentang keadaan tersebut didapat secara terbatas sehingga selanjutnya sangat diharapkan untuk bisa menggunakan data yang lebih banyak lagi sehingga data yang diperoleh benar-benar akurat dan lengkap.

C. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan maupun beberapa keterbatasan penelitian di atas, kepada para peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan beberapa hal di bawah ini:

1. Pada penelitian mendatang sebaiknya lebih memperhatikan sampel yang diperoleh. Peneliti dapat menambah jumlah sampel agar hasil penelitian

mendapatkan gambaran yang lebih spesifik. Selain itu, mayoritas responden adalah mahasiswa/pelajar sehingga responden kurang bervariasi.

2. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk penelitian dimasa mendatang yang berkaitan dengan indikator maupun variabelnya, dengan harapan hasil penelitian selanjutnya menjadi lebih baik lagi.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk tidak hanya menggunakan variabel yang sudah digunakan dalam penelitian ini. Sangat diharapkan untuk bisa mengembangkan dan memperbanyak variabel dalam penelitian yang beragam, tentunya dengan objek penelitian dan teknik penelitian yang lebih luas dan bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku dan Jurnal:

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi.
- Abdullah, A. A., Sidek, R., & Adnan, A. A. (2012). Perception of non-Muslims customers towards Islamic banks in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 3(11).
- Ahyadi, A. A. (2005). Psikologi agama: kepribadian muslim Pancasila.
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Amri, S., & Prihandono, D. (2019). Influence lifestyle, consumer ethnocentrism, product quality on purchase decision through purchase intention. *Management Analysis Journal*, 8(1), 25-38.
- Anderson Jr, W. T., & Golden, L. L. (1984). Lifestyle and psychographics: A critical review and recommendation. *Advances in consumer research*, 11(1).
- Backsin, R, B. (2012) Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Khalayak (Studi Pada Mahasiswa Universitas Indonesia Depok Terhadap Produk Maicih Tahun 2011). Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Bank Indonesia & LP-IPB (2004). Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Barat, Penelitian, Bank Indonesia dalam www.bi.go.id.
- Banowati, M. M. (2018). Pengaruh Pemahaman Prinsip Tabungan Syariah, Tingkat Religiusitas, Faktor Sosial Budaya, dan Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Niat Menabung di Bank Syariah Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2014 Universitas Negeri Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Boivin, M. J., Kirby, A. L., Underwood, L. K., & Silva, H. (1999). Spiritual well-being scale. *Measures of religiosity*, 382-385.
- Brown, E., & Ferris, J. M. (2007). Social capital and philanthropy: An analysis of the impact of social capital on individual giving and volunteering. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 36(1), 85-99.
- Candera, M., Afrilliana, N., & Ahdan, R. (2020). Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16(1), 1-7.
- Chen, J. (2012). A Study Investigating the Determinants of Consumer Buyer Behaviour Relating to the Purchase of Organic Food Products in Urban China. Unpublished PhD. Swinburne University of Technology, Victoria
- Danim, S. (2002). *Menjadi peneliti Kualitatif*. Pustaka Setia.
- Darmawan, A., Indahsari, N. D., Rejeki, S., Aris, M. R., & Yasin, R. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Jateng syariah. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen & Akuntansi*, 18(1), 43-52.

- Deneulin, S., & Rakodi, C. (2011). Revisiting religion: Development studies thirty years on. *World Development*, 39(1), 45–54. doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.05.007
- Widityani, S. F., Faturohman, T., Rahadi, R. A., & Yulianti, Y. (2020). Do socio-demographic characteristics and financial literacy matter for selecting Islamic financial products?. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 6(1), 51-76.
- Effendy, A. (2013). Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Ferdinand, Augusty, (2002), Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fromm, J., Lindell, C., & Decker, L. (2011). AMERICAN MILLENNIALS : Deciphering the Enigma Generation. *Barkley US*, 90. <http://barkley.s3.amazonaws.com/barkleyus/AmericanMillennials.pdf>
- Hafis, M. H., & Kitri, M. L. THE EFFECT OF RELIGIOSITY AND SHARIA FINANCIAL LITERACY TOWARDS THE USAGE OF SHARIA INVESTMENTS.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). Multivariate data analysis: A global perspective (Vol. 7).
- Hakim, M. A. R. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 1–13.
- Hartati, A. S., Hurriyat, R., Widjayanta, B. (2016). Gaya Hidup Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management Education*, 1(3), 57-64.
- Haryono, S. (2016). Metode Structural Equation Modeling (SEM) Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS LISREL. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama
- Hati, S. R. H., & Idris, A. (2014). Antecedents of customers' intention to support Islamic social enterprises in Indonesia: The role of socioeconomic status, religiosity, and organisational credibility. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(5), 707-737. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2014-0126>
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). The Centrality of Religiosity Scale (CRS). *Religions*, 3, 710–724.
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Jalaluddin. (2002). Psikologi Agama. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jamal, A. A. A., Ramlan, W. K., Karim, M. A., & Osman, Z. (2015). The effects of social influence and financial literacy on savings behavior: A study on students of higher learning institutions in Kota Kinabalu, Sabah. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11), 110-119.
- Jamaludin, N. (2013). Religion and Individual Investment Choice Decision : The Case of Malaysia. *International Journal of Social Science* 4 (1): 104–13
- Kholilah, N. Al, & Iramani, R. 2013. Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69–80. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.255>

- Khraim, H. (2010). Measuring Religiosity in Consumer Research from Islamic Perspective. 2(2), 166–179.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Erlangga: Jakarta.
- Krishnan, J. (2011). Lifestyle-A tool for understanding buyer behavior. *International Journal of Economics and Management*, 5(1), 283-298.
- Lusardi, A dan O.S. Mitchell. 2014. The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature* 2014, 52(1), 5–44
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi kasus pada bsi ex bsm) factors affecting readability in saving in sharia bank (case study on bsi ex bsm). *Jurnal Syarikah P*, 7(2), 127–136. www.bankbsi.co.id
- Mahardika, T., P. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta). S1 thesis, Fakultas Ekonomi.
- McAndrew, S., & Voas, D. (2011). Measuring Religiosity Using Surveys. *Survey Question Bank: Topic Overview*, 4(February), 1–15.
- Mehta, A. (1994). How advertising response modeling (ARM) can increase ad effectiveness. *Journal of Advertising Research*, 34, 62-62.
- Manheim, E. (1952). *The Sociology of Knowledge: Its Structure and Its Relation to the Philosophy of Knowledge*.
- Mensah, E. C., Bahhouth, V., & Ziemnowics, C. (2011). Ethnocentrism and Purchase Decisions among Ghanaian Consumers. *Journal of Applied Business and Economics*, 12(4), 20-28.
- Mokhlis, S. (2009). Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research. *International Business Research*, 2(3), 75–84.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (5th ed., Vol. I). Jakarta: Erlangga.
- Nengsih, T.A., Arsa, A., & Putri, P.S. (2021). Determinan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah: Studi Empiris di Kota Jambi. *Journal of Business and Banking*, 11, 93-111.
- Nugroho, A. P., Hidayat, A., & Kusuma, H. (2017). The influence of religiosity and self-efficacy on the saving behavior of the Islamic banks. *Banks and Bank Systems (open-access)*, 12(3), 35-47.
- Nurasiah, D. (2018). *Pengaruh Variabel Demografi Dan Budaya Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kec. Purwakarta* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- OECD/INFE (2018). *Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*. Paris: OECD.
- Pebriani, W. V., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2018). The effect of lifestyle, perception, satisfaction, and preference on the online re-purchase intention. *Independent Journal of Management & Production*, 9(2), 545-561.

- Percy, L., & Rossiter, J. R. (1998). *A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies : ABSTRACT*. 9(August 1992), 263–274.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Pisman, A., Allaert, G., & Lombaerde, P. (2011). Urban and suburban lifestyles and residential preferences in a highly urbanized society. Experiences from a case study in Ghent (Flanders, Belgium). *Belgeo. Revue belge de géographie*, (1-2), 89-104.
- Priansa, D., J. (2017) *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung : Alfabeta), 190
- Rahim, S. H. A., Rashid, R. A., & Hamed, A. B. (2016). Islamic financial literacy and its determinants among university students: An exploratory factor analysis. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(7Special Issue), 32–35.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep & Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Setiawati, R., Nidar, S. R., Anwar, M., & Masyita, D. (2018). Islamic financial literacy: Construct process and validity. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(4), 1-12.
- Subekhi, R. F., & Ratnasari, R. T. (2017). Religiosity and Theory of Planned Behaviour Towards Intention to Give Infaq. *JEBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam) | JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS*, 3(2), 158-167.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2019) Predicting behavioural intention toward Islamic bank: a multi-group analysis approach. *Journal of Islamic Marketing* Vol. 10 No. 4, pp. 1091-1103.. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0041>
- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Ekonomi dan Bisnis* Vol 10, No 2
DOI: <https://doi.org/10.21831/economia.v10i2.7540>
- Wayan, I. et al. (2015) 'Financial Literacy Among University Students: Empirical Evidence From Indonesia', *Journal of Indonesian Economy and Business*, 30(3), 247–256.
- Widiyanta, A. (2005). Sikap Terhadap Lingkungan dan Reigiuitas. *Jurnal Psikologia*. No 2(1). 86-95
- Wijayanti, T. N., Hidayat, F. (2020). Minat Generasi Milenial Terhadap Produk Pembiayaan KPR Bank Syariah. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*. VIII. 2.
- Yuswohady. (2016). Millennial Trends 2016. <http://www.yuswohady.com/201601>

Sumber Internet:

- Adhi, W. “180 Juta umat muslim, baru 30 juta jadi nasabah bank syariah” <https://www.cnnindonesia.com>, (diakses pada tanggal 06/03/2022, pukul 20.15).
- Budiati, I. (2018). “Profil Generasi Milenial Indonesia.”: 1-153. www.freepik.com
- DIY, BPS Provinsi. Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota Di D.I Yogyakarta (Jiwa). yogyakarta.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3 (diakses pada tanggal 05/11/22, pukul 11.00)

- Rizky, F. “*Animo Masyarakat Tinggi, JK Harap Pelaksanaan Haji Bisa Normal Kembali*” <https://www.idxchannel.com/syariah/animo-masyarakat-tinggi-jk-harap-pelaksanaan-haji-bisa-normal-kembali> (diakses pada tanggal 02/04/2022, pukul 13.07)
- Herlina, K. D., “Tabungan Haji Perbankan Terus Tumbuh” <https://amp.kontan.co.id/news/>, (diakses tanggal 06/03/2022, pukul 20.00).
- Hitss.com. 2016. Kenali Lebih Jauh Karakteristik Generasi Millennial Lewat 7 Poin Ini. <https://www.hitsss.com/kenali-lebih-jauh-karakteristik-generasi-millennial-lewat-7-poin-ini/>

