

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT  
MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH  
(STUDI KASUS MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2019 – 2021)**



**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**KHAIRUNNISA  
NIM: 17108020010**

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

**2023**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT  
MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH  
(STUDI KASUS MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2019 – 2021)**



**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**KHAIRUNNISA**

**NIM: 17108020010**

**PEMBIMBING:**

**RIFAATUL INDANA, S.E.I., M.E**

**NIP. 19870412 201903 2 006**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2023**

## HALAMAN 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-178/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA JURUSAN PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2019-2021)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KHAIRUNNISA  
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020010  
Telah diujikan pada : Selasa, 03 Januari 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 63d0baef508b2



Penguji I

Hasan Al Banna, SEI., M.E  
SIGNED

Valid ID: 63d0d654d9547



Penguji II

Defi Insani Saibil, S.E.I.,M.E.K  
SIGNED

Valid ID: 63d0a5c7405c6



Yogyakarta, 03 Januari 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 63d1da11e18d5

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Khairunnisa

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 mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Khairunnisa

NIM : 17108020010

Judul Skripsi : **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2019-2021)"**

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

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Yogyakarta, 14 Desember 2022

Pembimbing

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

19870412 201903 2 006

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khairunnisa  
NIM : 17108020010  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2019-2021)”** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 1 Desember 2022

Yang menyatakan,



Khairunnisa  
17108020010

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Khairunnisa

NIM : 17108020010

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, penulis menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta hak bebas royalti non eksklusif (non exclusive royalty free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**”Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2019-2021)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Dibuat di: Yogyakarta, 26 Desember 2022

Yang Menyatakan



Khairunnisa

## HALAMAN MOTTO

*“Only you can change your life. Nobody else can do it for you”*

Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.





## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Bismillahirrahmanirrahim....

Puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan hidayah-Nya sehingga proses panjang dalam penyusunan tugas akhir ini mampu terselesaikan. Shalawat dan salam mudah-mudahan tercurahkan kepada Sang Kekasih semua hambanya yaitu

**Nabi Muhammad SAW.**

Dengan ucapan hamdalah, skripsi ini saya persembahkan untuk

**Ayah dan Ibu Tercinta**

Hanya karena perjuangan dan kekuatan do'a beliau, semua langkah yang telah dan akan saya lalui bisa terlampaui dengan penuh barokah dan kenikmatan

**Abang dan Adikku Tersayang**

Berkat motivasi dan support yang sangat besar sehingga dorongan akan menyelesaikan studi sarjana akan terselesaikan

**Sahabat-Sahabatku**

Sahabat, seperjuangan, dan senasib

**Almamaterku**

Ilmu dan baktiku senantiasa kuberikan



## 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	KETERANGAN
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

HURUF ARAB	NAMA	HURUF LATIN	KETERANGAN
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

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

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

### C. Konsonan Tunggal

Semua *Tā' marbūṭāh* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal maupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “*al*”) ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata dalam Bahasa Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علّة	Ditulis	' <i>illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua *Tā' marbūṭāh* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal maupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “*al*”) ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata dalam Bahasa Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

--- َ ---	<i>Fatḥah</i>	Ditulis	<i>A</i>
--- ِ ---	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>i</i>
--- ُ ---	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>u</i>
فَعَلَ	<i>Fatḥah</i>	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكَرَ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. Fatḥah + alif جاهلية	Ditulis Ditulis	<i>ā</i> <i>jāhiliyyah</i>
2. Fatḥah + yā' mati تَنَسَى	Ditulis Ditulis	<i>ā</i> <i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati كَرِيم	Ditulis Ditulis	<i>ī</i> <i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwumati فُرُوض	Ditulis Ditulis	<i>ū</i> <i>furūd</i>

### F. Vokal Rangkap

1. Fatḥah + yā' mati بَيْنَكُمْ	Ditulis Ditulis
2. Ḍammah + wāwumati قَوْل	Ditulis Ditulis

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

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
إِنَّ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif – Lam

1. Bila diikuti oleh huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “*al*”.

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

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

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

## I. Penyusunan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas segala rahmat dan nikmat yang diberikan Allah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar sesuai dengan yang diharapkan. Sholawat dan salam diatur untuk nabi Muhammad SAW yang telah memberi petunjuk kepada umatnya untuk selalu berada di jalan Allah.

Skripsi ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin S.Ag., M.A., selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza S.Ag. M.Ag., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi S.Psi M.M., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah sekaligus Pembimbing Akademik yang telah mengarahkan & membimbing selama menempuh pendidikan.
4. Ibu Rifaatul Indana, S.E.I., M.E., selaku Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini bisa ditulis dengan sebaik-baiknya.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terkhusus Program Studi Perbankan Syariah yang telah mengajarkan kami, memberikan pengetahuan yang luas dan ilmu yang bermanfaat untuk kedepannya.
6. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
7. Rasa hormat dan penghargaan yang mendalam untuk kedua orang tua saya Ayah (Khairul Latif) & Ibu (Hargus Tina) yang setia mendidik dengan penuh kasih sayang. Selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk pendidikan, memberi semangat & mendoakan semua anak-

anaknya.

8. Untuk Nenek, Abang, Adekku Isan, dan untuk semua keluarga yang selalu mendoakan, menyemangati, menceramahi keseharian penulis.
9. Untuk para bestie-bestie ku yang ada di Jogja, yaitu: Siska (Capeng), Pio, Titik, Mba Firda, Mira, Suci, Okta, Arin dan yang paling spesial Muhammad Hidayat Dalimunte yang selalu menemani keseharian penulis selama di Jogja.
10. Untuk teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah tahun 2017 dalam menempuh pendidikan suka duka dari semester 1 hingga selesai.
11. Untuk tempat magang Bank Syariah Bukopin serta seluruh pihak yang berjasa hingga terselesaikannya skripsi ini yang belum dituliskan satu persatu.
12. Untuk semua saudara atau orang-orang yang selalu bilang “Kapan Wisuda? Udah Sidang Belum? Kapan Kelarnya? Kapan Kerja? Kapan Nikah? Dan Kapan Lainnya”
13. *And last but not least, I wanna thank me, for beliving in me, for doing this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all time . . .*

Disamping itu dalam penulisan ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat bermanfaat bagi penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 13 Desember 2022



**Khairunnisa**

**1710802010**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	1
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
ABSTRAK .....	xxi
<i>ABSTRACT</i> .....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA .....	11
A. Landasan Teori .....	11
1. Perilaku Konsuman .....	11
2. Minat Menabung .....	17
3. Gaya Hidup.....	21
4. Religiusitas .....	25
5. Literasi Keuangan.....	28
6. Lingkungan Sosial .....	32
7. <i>Brand Image</i> .....	34
B. Telaah Pustaka.....	38
C. Pengembangan Hipotesis .....	41



1.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah ....	42
2.	Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.....	43
3.	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.....	43
4.	Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.....	44
5.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah ..	45
D.	Kerangka Teori.....	46
BAB III METODE PENELITIAN .....		47
A.	Jenis dan Sifat Penelitian.....	47
B.	Sumber Data Penelitian .....	48
C.	Populasi dan Sampel .....	48
1.	Populasi .....	48
2.	Sampel.....	48
D.	Instrumen Penelitian.....	50
E.	Jenis Variabel .....	52
F.	Teknis Analisis Data .....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		62
A.	Deskripsi Karakteristik Responden .....	62
1.	Jenis Kelamin .....	62
2.	Usia.....	63
3.	Pendapatan.....	63
4.	Angkatan .....	64
5.	Status Nasabah Bank Syariah atau Bukan.....	65
B.	Hasil Uji Statistik .....	65
1.	Hasil Uji Validitas .....	65
2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	69
3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	70
4.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	73
5.	Hasil Uji Hipotesis .....	75
C.	Pembahasan .....	77
1.	Gaya Hidup Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Menabung.....	78
2.	Religiusitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menabung.....	80
3.	Literasi Keuangan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Menabung.....	82

4. Lingkungan Sosial Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menabung.....	84
5. <i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menabung.....	86
BAB V PENUTUP .....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Total Aset, Kantor, dan ATM Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Periode 2019 - Agustus 2021 .....	3
Tabel 2.1 Telaah Pustaka .....	38
Tabel 3.1 Skala Likert 4 Titik .....	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1).....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X2) .....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X3).....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Sosial (X4) .....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X5).....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y).....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas .....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	75
Tabel 4.18 Hasil F .....	76
Tabel 4.19 Hasil Uji t .....	77
Tabel 4.20 Penerimaan Hipotesis.....	77

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama .....	1
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen.....	13
Gambar 2.3 Kerangka Teori.....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 Profil Responden Penelitian .....	104
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden .....	105
Lampiran 4 Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 25.....	109
Lampiran 5 Curriculum Vitae .....	115



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan, lingkungan sosial, dan *brand image* mempengaruhi minat mahasiswa menabung di bank syariah. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sunan Kalijaga jurusan perbankan syariah angkatan 2019-2021. Pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Data primer dalam penelitian ini menggunakan 85 kuesioner yang dapat diolah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan IBM SPSS 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel religiusitas, lingkungan sosial, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, sedangkan variabel gaya hidup dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Religiusitas, Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial, *Brand Image*.



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine whether lifestyle, religiosity, financial literacy, social environment, and brand image affect students' interest in saving in Islamic banks. This research is quantitative in nature with the aim of testing the hypotheses that have been set previously. The population of this study are students of UIN Sunan Kalijaga majoring in Islamic banking, class of 2019-2021. Sampling from this study using Proportionate Stratified Random Sampling technique. The data in this study were obtained through distributing questionnaires. The primary data in this study uses 85 questionnaires that can be processed. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis with IBM SPSS 25. The results of this study indicate that simultaneously, the variables of religiosity, social environment, brand image have a positive and significant effect on the intention to save, while the variables of lifestyle and financial literacy do not have a significant effect on the interest in saving of students in Islamic banks.*

*Keywords: Lifestyle, Religiosity, Financial Literacy, Social Environment, Brand Image.*





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Prospek perkembangan bank syariah di Indonesia tentu sangat besar. Hal ini terutama didasari oleh mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam. Berdasarkan data Kemendagri, per 31 Desember 2021 Indonesia memiliki 237,53 juta masyarakat Muslim. Jumlah ini setara dengan 86,9% dari populasi masyarakat Indonesia<sup>1</sup>. Sebagai perbandingan, berikut merupakan data jumlah penduduk Indonesia berdasarkan agama:



**Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama**

Sumber: dataindonesia.id

Gambar 1.1 Jumlah penduduk Indonesia berdasarkan agama menunjukkan jika terdapat perbandingan yang sangat besar antara jumlah penduduk Muslim di

<sup>1</sup> <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam> diakses pada tanggal 13 Januari 2023 Pukul 14.07 WIB

Indonesia dengan penduduk yang beragama selain Islam. Data tersebut tentunya menjadi salah satu faktor yang mampu mendukung perkembangan bank syariah di Indonesia.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan perbankan yang menjalankan operasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Landasan hukum yang mengatur mengenai bank syariah adalah UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang tersebut membagi sektor perbankan syariah menjadi Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank syariah selaku lembaga keuangan perbankan tentunya memiliki fungsi intermediasi yang memungkinkan bank syariah untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan kembali menyalurkannya ke masyarakat juga. Tentunya kegiatan ini harus berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Bank syariah dalam menjalankan fungsinya tentu memiliki berbagai produk dan layanan yang digunakan untuk memudahkan operasionalnya. Beberapa produk tersebut secara umum dibagi menjadi produk tabungan, deposito, dan pembiayaan. Produk dan layanan ini tentunya sudah disesuaikan dengan prinsip dan hukum Islam. Hal ini tentunya berdampak positif bagi perkembangan bank syariah di Indonesia yang memiliki banyak penduduk Muslim. Namun pada kenyataannya, perkembangan bank syariah di Indonesia berjalan lambat. Salah satu penyebabnya adalah masyarakat yang masih menyamakan produk bank syariah dan bank konvensional (Nugraheni & Widyani, 2021). Namun, lambat laun masyarakat luas mulai untuk memahami perbedaan

antara layanan dan produk bank syariah dan bank konvensional meskipun tidak berjalan dengan cepat.

Menurut Statistik Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan, berikut merupakan perkembangan total aset, kantor, dan ATM perbankan syariah dari tahun 2019 sampai Agustus 2021:

Tabel 1.1 Perkembangan Total Aset, Kantor, dan ATM Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Periode 2019 - Agustus 2021

Indikator	2019	2020	Agustus 2021	Agustus 2022
Total Aset	324.564	593.948	619.084	726.274
Total Kantor	2.300	2.426	2.451	2.398
Total ATM	3.003	2.928	4.090	4.322

Sumber: www.ojk.go.id

Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan total aset, kantor dan ATM Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah pada tahun 2019 sampai dengan Agustus 2022. Tabel tersebut menunjukkan jika dari tahun 2019 hingga Agustus 2022 aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah terus mengalami pertumbuhan. Sedangkan untuk kantor yang dimiliki, pada tahun 2019 sampai Agustus 2021 Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah mengalami pertumbuhan kantor. Namun, pada Agustus 2022 mengalami penurunan jumlah kantor. Terakhir, ATM yang dimiliki Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah setiap tahunnya mengalami pertumbuhan. Data ini menunjukkan perkembangan bank syariah yang positif.

Perkembangan perbankan syariah ini tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah minat menabung masyarakat di bank syariah. Minat adalah rasa ketertarikan dan rasa suka pada aktivitas atau suatu hal, tanpa ada

yang menyuruh. Minat merupakan ketertarikan dalam diri individu terhadap sesuatu objek maupun menyenangkan suatu objek (Suryabrata, 1998). Oleh sebab itu, minat menabung adalah dorongan untuk menabung dana di bank atau tempat lain yang muncul dalam diri. Minat ini tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Salah satu faktor yang memengaruhi timbulnya minat menabung adalah gaya hidup. Kotler & Keller (2011) menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam minat, kegiatan, serta pendapatan seseorang. Gaya hidup yang tinggi tentunya menjadikan seseorang akan sulit untuk menabung karena banyaknya pengeluaran yang dikeluarkan seseorang setiap tahunnya. Selain itu, sebagai seorang Muslim tentu sudah menjadi kewajiban untuk memperhatikan gaya hidup yang sesuai dengan syariat Islam. Hal tersebut menjadi salah satu faktor timbulnya minat menabung di bank syariah. Selain gaya hidup, religiusitas menjadi faktor timbulnya minat menabung di bank syariah.

Religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan akidah, syariah, dan akhlak. Religiusitas sangat erat kaitannya dengan ketaatan seseorang dengan agama yang dianutnya. Islam menjadi salah satu agama yang banyak mengatur tentang tata cara hidup. Oleh sebab itu, seorang Muslim yang religius akan memperhatikan setiap kegiatannya. Salah satunya adalah di mana dia akan menabung. Hal ini dikarenakan dunia perbankan sangat

dekat dengan riba. Bank syariah muncul sebagai solusi untuk hal tersebut. Hal ini yang menjadi pemicu munculnya minat seseorang menabung di bank syariah. Selain religiusitas, literasi keuangan bisa menjadi faktor lain yang menyebabkan munculnya minat untuk menabung di bank syariah.

Literasi keuangan berkenaan dengan keterampilan dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan disebut juga sebagai pemicu kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan menimbulkan perilaku penting untuk membuat keputusan keuangan yang sehat sehingga dapat mencapai kesejahteraan keuangan individu (Hadi Ismanto, 2019:95). Seseorang yang sadar akan pentingnya literasi keuangan tentu akan mengelola harta yang dimiliki dengan sangat bijak. Salah satunya adalah memilih tempat untuk menabung. Oleh sebab itu, literasi keuangan menjadi salah satu faktor pendukung munculnya minat menabung di bank syariah. Selain literasi keuangan, lingkungan sosial tentu akan berdampak pada minat menabung seseorang di bank syariah.

Lingkungan sosial mencakup semua interaksi sosial di antara dua orang atau lebih. Konsumen berinteraksi dengan orang lain secara langsung atau secara model. Seseorang bisa belajar baik dari interaksi langsung maupun dengan interaksi sosial model (Paul, 2014). Lingkungan sosial bersinggungan langsung dengan seseorang. Lingkungan sosial menjadi tempat bertukar informasi seseorang. Salah satu informasi yang bisa didapatkan dari lingkungan sosial adalah tentang tempat menyimpan uang. Oleh sebab itu, lingkungan sosial menjadi salah satu faktor yang dapat memicu timbulnya minat menabung seseorang di bank syariah. Faktor lain yang menjadi penyebab munculnya minat

seseorang untuk menabung di bank syariah selain lingkungan sosial adalah *brand image*.

*Brand image* adalah proses dimana seseorang memilih mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti (Kotler, 2009). *Brand image* menjadi gambaran awal tentang bagaimana suatu produk atau layanan akan melakukan operasional dan mengurus konsumennya. *Brand image* yang baik terhadap bank syariah menjadi salah satu faktor yang dapat memicu timbulnya minat menabung. Faktor-faktor ini bisa menjadi penyebab timbulnya minat menabung di bank syariah. Tentunya dampaknya akan berbeda untuk beberapa kalangan masyarakat. Termasuk untuk mahasiswa/i.

Mahasiswa/i saat ini tentunya perlu untuk memiliki rekening tabungannya sendiri. Tabungan ini tentunya sebagai saran untuk menerima dana dari orang tua atau upah/gaji yang diterima jika melakukan kuliah sambil bekerja. Membuka rekening tabungan di bank syariah tentunya menjadi salah satu pilihan yang dapat diambil oleh mahasiswa. Faktor gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan, lingkungan sosial, dan *brand image* tentu bisa menjadi faktor yang menimbulkan minat menabung di bank syariah oleh mahasiswa/i. Terutama yang menempuh pendidikan di luar daerah asal. Banyak sekali orang-orang yang melanjutkan pendidikan sarjananya di luar daerah. Salah satunya di Yogyakarta.

Yogyakarta dikenal sebagai Kota Pelajar karena banyaknya kampus baik negeri maupun swasta. Salah satu kampus negeri yang ada di Yogyakarta adalah



UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki berbagai Fakultas. Salah satunya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ini memiliki berbagai program studi seperti Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah, Manajemen Keuangan Syariah, dan Perbankan Syariah. Perbankan Syariah menjadi salah satu program studi yang dapat diambil jika ingin melanjutkan studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta ini tentunya mengajarkan banyak subjek mengenai perbankan syariah. Oleh sebab itu, tentunya mahasiswa/i Program Studi Perbankan Syariah akan memiliki minat untuk menabung langsung di bank syariah. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2019-2021)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga terhadap Minat menabung di Bank Syariah, maka tersusun rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa perbankan syariah UIN Sunan Kalijaga?



2. Apakah terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa perbankan syariah UIN Sunan Kalijaga?
3. Apakah terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa perbankan syariah UIN Sunan Kalijaga?
4. Apakah terdapat pengaruh antara lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa perbankan syariah UIN Sunan Kalijaga?
5. Apakah terdapat pengaruh antara *brand image* terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa perbankan syariah UIN Sunan Kalijaga?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup bagi mahasiswa dalam minat menabung di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas bagi mahasiswa dalam minat menabung di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan bagi mahasiswa dalam minat menabung di bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial mahasiswa dalam minat menabung di bank syariah.
5. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* bagi mahasiswa dalam minat menabung di bank syariah.

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

Berdasarkan rumusan masalah dan Tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis terkait faktor yang mempengaruhi minat nasabah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi serta memberikan kontribusi ilmiah bagi peneliti selanjutnya mengenai minat nasabah.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pertimbangan bagi bank terkait minat nasabah.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan merupakan pedoman yang digunakan dalam penulisan tugas akhir skripsi. Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami bagian dari tugas akhir skripsi ini.

Adapun sistematika penulisan dalam tugas akhir skripsi ini adalah:

**Bab I Pendahuluan** yang berisi latar belakang dilakukannya penelitian, masalah yang muncul, tujuan penelitian, dan manfaat yang diharapkan muncul setelah dilakukannya penelitian.

**Bab II Landasan Teori dan Kajian Pustaka** yang berisi teori yang menjadi landasan peneliti dalam menetapkan variabel penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, pengembangan hipotesis penelitian, dan kerangka teori penelitian.

**Bab III Metode Penelitian** yang berisi metode dan jenis penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, instrumen yang digunakan dalam penelitian, variabel penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

**Bab IV Hasil dan Pembahasan** yang berisi karakteristik profil responden penelitian, hasil uji statistik yang telah dilakukan, serta pembahasan atas hasil uji statistik yang telah dilakukan.

**Bab V Penutup** yang berisi kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh setelah melakukan berbagai uji dan peninjauan hasil uji statistik serta saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk berbagai pihak yang ingin menggunakan hasil penelitian ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan, lingkungan sosial, dan *brand image* terhadap minat mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga untuk menabung di bank syariah. Setelah penelitian dilakukan, peneliti menemukan hasil jika gaya hidup dan literasi keuangan tidak memengaruhi minat mahasiswa/i Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk menabung di Bank Syariah. Mayoritas responden penelitian merupakan perempuan yang berusia 17 sampai 22 tahun yang merupakan mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil ini juga sesuai dengan data SNLKI 2019 OJK yang menunjukkan jika literasi keuangan perempuan lebih rendah dari laki-laki. Selain itu, BPS dalam Perempuan dan Laki-Laki Indonesia 2021 menunjukkan jika pengeluaran per kapita perempuan jika menjadi kepala keluarga lebih besar dibandingkan laki-laki.

Temuan berbeda ditunjukkan oleh variabel religiusitas, lingkungan sosial dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa/i Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Oleh sebab itu, bank syariah perlu lebih memperhatikan strategi pemasaran dan variasi produk dan layanan yang ditawarkan terutama untuk masyarakat yang sesuai dengan karakteristik responden penelitian yang mayoritas merupakan mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## B. Saran

Setelah mengambil kesimpulan dari pengaruh gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan, lingkungan sosial, dan *brand image* terhadap minat mahasiswa perbankan syariah UIN Sunan Kalijaga untuk menabung di bank syariah. Untuk penelitian yang lebih baik lagi, maka penulis mengajukan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambahkan faktor lain atau variabel lain diluar penelitian ini yang mempengaruhi minat dalam menabung di bank syariah seperti faktor kebudayaan, kelas sosial, status, usia, pekerjaan, pendapatan, kepriabadian, dan lainnya. agar menghasilkan gambaran yang luas mengenai masalah yang diteliti.
2. Bagi mahasiswa, untuk lebih meningkatkan rasa empati terhadap lingkungan sekitar. Dalam hal ini, mahasiswa diharapkan meningkatkan rasa empatinya ketika terdapat penelitian yang dimana respondennya adalah dirinya sendiri. Yaitu dengan ikut berpartisipasi untuk membantu membagikan jawaban atas kuesioner penelitian yang dibagikan. Karena hal tersebut sangat berpengaruh dalam dunia penelitian dan perkembangan pemikiran sebagai mahasiswa.
3. Bagi bank dan Otoritas Jasa keuangan (OJK), sosialisasi mengenai produk dan sistem bank syariah lebih digencarkan dan diaktifkan untuk semua kalangan khususnya dalam hal ini adalah mahasiswa. Karena mahasiswa adalah generasi penerus bangsa yang berperan penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, A. K. &. (2001). *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. Gema Insani.
- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak tingkat literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan produk keuangan syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Afrizama, C., Melina, A., & Ekonomi, J. P. (2022). *YAYASAN PENDIDIKAN MERANGIN*. 7(1), 39–46.
- Ahmadi. (1998). *Factor yang Mempengaruhi Belajar*. PT Raja Grafindo Persada.
- Akuntansi, J., Syariah, P., Produk, P., Dan, P., Hidup, G., Minat, T., Musthofa, M. A., & Musfiroh, M. F. S. (2022). *Jamasy : Jamasy : 2*, 64–74.
- Aminudin, A. F. (2017). *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Pustaka El Bayan.
- Amstrong & Kotler. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran (Jilid 1, E)*. PT Indeks Gramedia.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Arianti, B. F. (2021). Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya). *Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya)*.
- Assael. (1995). *Citra Merek*. PT Prenhalindo Indonesia.
- Assael, H. (2004). *Consumers Behavior and Marketing Action (Edisi Ketu)*. South Western College Publishing.
- Budiaji, W. (2013). The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember*, 2(2), 127–133. <http://umbidharma.org/jipp>
- Dan, T. (2022). *QURANOMIC : EKONOMI ISLAM. 1*, 83–104.
- Djamaludin Ancok, F. N. S. (2000). *Psikologi Islami : solusi Islam atas problem-problem psikologi (Cetakan ke)*. Pustaka Pelajar.



- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 105. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>
- Dyah, P. & S. (2001). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Economia*, Vol 14 No.
- Fatlahah, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. *Ilmu Manajemen*, 1(2), 472–485.
- Ferdinan, A. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen* (Edisiketig). Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Hadi Ismanto, Anna Widiastuti, Harjum Muharam, Irene Rini Demi Pangestuti, F. R. (2019). *Perbankan dan literasi keuangan*. Deepublish.
- Hidup, G., Dan, R., Keuangan, L., Ulya, R. Y., & Novandari, W. (2022). *Identifikasi Minat Memilih Produk Bank Syariah Melalui Peran*. 03(02), 233–252.
- Hung, A., Parker, A. M., & Yoong, J. (2011). Defining and Measuring Financial Literacy. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1498674>
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismanto, Haadi, D. (2019). *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Deepublish.
- J. Nugroho Setiadi. (2008). *Perilaku Konsumen*. PT Kencana.
- Kerlinger, F. N. (n.d.). *Asas-asas penelitian behavioral*. Gadjah Mada University Press.
- Kotler. (2011). Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran. In A. B. : B.

- Sabran (Ed.), *Edisi Millenium, Jilid 1* (Edisi 13, Vol. 1, Issue 2). Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Edisi keti). Erlangga.
- Kotler Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Salemba Empat.
- Lester D. Crow, A. C. (1984). *Psikologi Pendidikan*. PT. Bina Ilmu.
- Madiistriyatno, S. I. & H. (2021). *Metodologi Penelitia Kuantitatif*. Indigo Media.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, volume 7*.
- Mowen, J. C. M. M. (2001). *Perilaku Konsumen (Jilid 1)* (Edisi Keli). Erlangga.
- Muhammad. (2011). *Manajemen Bank Syariah*. UPP STIM YKPN.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam, 10*(1), 14–37.
- Mujib, A. (2016). Manajemen strategi promosi produk pembiayaan perbankan syariah. *Perbankan Syariah, 1*(1), 75–99.
- Nugraheni, P., & Widyani, F. N. (2021). A study of intention to save in Islamic banks: the perspective of Muslim students. *Journal of Islamic Marketing, 12*(8), 1446–1460. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0233>
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah), 3*(2), 140–153. <https://doi.org/10.32483/maps.v3i2.36>
- Paul, J. C. O. dan P. J. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi Semb). Salemba Empat.

- Pirous, H., Jalaluddin, J., & Astuti, D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Periklanan dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Nasabah Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 2(2), 320–330. <https://doi.org/10.35313/ijem.v2i2.3694>
- Produk, P., Gaya, D., Terhadap, H., Menabung, M., Pada, S., Syariah, B., Musthofa<sup>1</sup>, M. A., Fursiana, M., & Musfiroh<sup>2</sup>, S. (n.d.). Pengaruh Produk, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(1), 2022.
- Puji, P. S., & Hakim, L. (2021). Peran Gender sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p1-12>
- Purwanto. (2014). *Evaluasi Hasil Belajar*. Pustaka Pelajar.
- Putribasutami, C. A. (2018). PENGARUH PELAYANAN, LOKASI, PENGETAHUAN, DAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI PONOROGO. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6.
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge , Brand Image , Religiusitas , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi. *Jurnal Liquidity*, 5(1), 111–123.
- Raihana, S., & Aulia, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 110. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8643>
- Ramadhani, N. Ik., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung

Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, h. 81.  
www.fe.unisma.ac.idemail:e.jrm.feunisma@gmail.com

- Rini, M. (2006). *Solusi Mengelola Keuangan Pribadi*. Elex Media Komputindo.
- Ristiyanti Prasetyo, J. J. O. . I. (2005). *Perilaku konsumen*. Penerbit Andi.
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategis dan Penelitian Pemasaran* (Edisi kesa). Kencana.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *No Title*. literasi media publishing.
- Sjahdeini, S. R. (2004). *Perbankan Syariah*. Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*. PUSTAKA BARU PRESS.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset.
- Supranto, J. (2002). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Mitra Wacana Media.
- Suryabrata, S. (1998). *Psikologi Pendidikan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Suryani & Hendryadi. (2015). Metode Riset Kualitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53 (9), 16.
- Susanto dan Himawan Wijanarko. (2008). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Mizan Pustaka.
- Sutrisno, H. (1991). *Metodologi research*. Andi Offset.
- Thouless, H. R. (1995). *Pengantar Psikologi Agama*. PT Raja Grafindo Persada.

Ujang, S. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.

Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Wardiana, U. (2004). *Psikologi Umum*. PT. Bina Ilmu.

Widiawati, H. S. (2020). Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariahdi Kota Kediri. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 5(1), 64.  
<https://doi.org/10.29100/jupeko.v5i1.1523>

Yuselda, E. F. R. (2021). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, TINGKAT KEAGAMAAN, GAYA HIDUP, PERSEPSI, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA BLITAR (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kepanjenkidul Kota Blitar). *JEPS: Journal of Economics and Policy*, 02(02), 37–48.

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Metode Penelitian. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.

Zuhirsyan, M., Marpaung, M., Negeri, P., Medan, M., Belakang, L., & Banjarmasin, S. (2020). Pengaruh Brand Awareness , Brand Image , Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Bni. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(1), 15–24.

<https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=OTI2MTY0NDYxO GNkNmI5NWU1YWI1ODQw&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzlwMjEvMTIvMTYvOTI2MTY0NDYxO GNkNmI5NWU1YWI1ODQwL3BlcmVtcHVhbi1kYW4tbGFraS1sYWtpLWRpLWluZG9uZXNpYS0yMDIxLmh0bWw%3D&twoadfnorfeauf=MjAyMy0wMS0xNyAwODoyNjowMQ%3D%3D> diakses tanggal 17/01/2022 pukul 08.40WIB.

<https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam> diakses pada tanggal 13 Januari 2023 Pukul 14.07 WIB.



<https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html>, diakses pada tanggal 14 Juli 2022.

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025/Strategi%20Nasional%20Literasi%20Kuangan%20Indonesia%202021-2025.pdf> diakses pada tanggal 17 Januari 2022 Pukul 09.02 WIB.

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx#:~:text=Hasil%20SNLIK%202022%20menunjukkan%20indeks,2019%20yaitu%2076%2C19%20persen>. diakses pada tanggal 17 Januari 2022 Pukul 09.06 WIB.