

**DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN
PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANTUL**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALI JAGA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR MAGISTER
STRATA DUA DALAM ILMU EKONOMI SYARIAH
OLEH**

LIA LESTARI

NIM: 20208012042

PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALI JAGA

YOGYAKARTA

2022

**DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN
PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANTUL**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALI JAGA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR MAGISTER
STRATA DUA DALAM ILMU EKONOMI SYARIAH
OLEH**

LIA LESTARI

NIM: 20208012042

DOSEN PEMBIMBING:

**Dr. H. SYAFIQ MAHMADAH HANAFI, M.Ag
NIP. 196705181997031003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALI JAGA
YOGYAKARTA**

2022



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-238/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANTUL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LIA LESTARI, S.E
Nomor Induk Mahasiswa : 20208012042
Telah diujikan pada : Jumat, 20 Januari 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

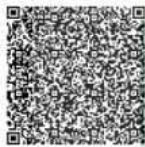
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 63d774992d595



Penguji I

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

Valid ID: 63d7727af0847



Penguji II

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

Valid ID: 63d76e4fa04ba



Yogyakarta, 20 Januari 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 63d7813b917c9

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudari Lia Lestari

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 tesis saudara:

Nama : Lia Lestari

NIM : 20208012042

Judul Tesis : Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 10 Januari 2023

Pembimbing



Dr.H.Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag
NIP. 196705181997031003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lia Lestari
NIM : 20208012042
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Menyatakan bahwa naskah tesis yang berjudul **“Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 20 Januari 2023

Penulis



Lia Lestari
NIM 20208012042

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lia Lestari
NIM : 20208012042
Prodi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalty Non eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul"

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebernarnya.

Yogyakarta, 20 Januari 2023

Penulis



Lia Lestari

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lia Lestari
NIM : 20208012042
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

**"Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan pada Bank Syariah
Indonesia Cabang Bantul"**

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan Tesis ke dalam jurnal yang tersitasi Standard DOAJ (*Directory of Open Access Journals*), guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir/Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 20 Januari 2023

Penulis



Lia Lestari

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي^٧

Terjemah Kemenag 2019

26. mudahkanlah untukku urusanku,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk:

Ayah dan Ibu serta keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa dan limpahan kasih sayang yang tak ternilai harganya.

Guru-guru Yang senantiasa telah sabar membimbing dan mendidik yang tak pernah lelah

Sahabat-sahabat dan teman-teman tercinta, yang telah membantu menyelesaikan tesis ini baik secara langsung maupun tidak langsung

Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya

Keluarga Besar Magister Ekonomi Syariah angkatan 2020

Beserta Almamater tercinta
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERAS ARAB LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan bahasa Arab ke bahasa Latin. Penulisan transliterasi Arab-Latin ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988 Nomor: 157/1987 dan 0593b/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša'	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	Ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	Es dan Ye

ص	sād	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qāf	Q	Qi
ك	kāf	K	Ka
ل	lam	L	‘Ei
م	Mim	M	‘Em
ن	nun	N	‘En
و	Wawu	W	W
ه	ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

يُضِلُّ	Ditulis	Yudillu
يُحَرِّفُونَهُ	Ditulis	Yuharrifūnahu

C. *Ta' Marbūṭah* di akhir kata

- a. Jika dimatikan ditulis h.

قَرِيَّة	Ditulis	<i>Qaryah</i>
فِدْيَة	Ditulis	<i>Fidyah</i>

Ketentuan seperti ini tidak berlaku bagi kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti: zakat, salat, dan sebagainya, kecuali jika dikehendaki lafal aslinya.

- b. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

بداية الهداية	Ditulis	<i>Bidāyah al-Hidāyah</i>
---------------	---------	---------------------------

- c. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan *ḥarakat*, *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah* ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-Fiṭri</i>
------------	---------	-----------------------

D. Vokal pendek

◌َ ----	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ ----	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ ----	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1	<i>Faṭḥah + alif</i>	Ditulis	A
	مالك	Ditulis	<i>Mālikun</i>
2	<i>Faṭḥah + ya' mati</i>	Ditulis	A
	ذكرى	Ditulis	<i>Ẓikrā</i>
3	<i>Kasrah + ya' mati</i>	Ditulis	I
	بصير	Ditulis	<i>Baṣīrun</i>
4	<i>Ḍammah + wawu mati</i>	Ditulis	U
	جلوس	Ditulis	<i>Julūsun</i>

F. Vokal Rangkap

1	<i>Faṭḥah + ya' mati</i>	Ditulis	Ai
	قريش	Ditulis	<i>Quraisyun</i>
2	<i>Faṭḥah + wawu mati</i>	Ditulis	Au
3	قوم	Ditulis	<i>Qaumun</i>

G. Penulisan Huruf Alif Lam

1. Jika bertemu dengan huruf *qomariyah*, maupun *syamsiyah* ditulis dengan *al*, seperti: الكريم الكبير (*al-karīm al-kabir*)
2. Berada di awal kalimat ditulis dengan huruf kapital, seperti: العزيز الحكيم (*Al- Azīz al-hakīm*)

3. Berada ditengah kalimat ditulis dengan huruf kecil, seperti: يحبّ

المحسنين (*Yuhibbu al-muhsinīn*)

H. Hamzah

Huruf hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata hamzah tidak dilambangkan, karena dalam penulisan arab berupa alif. Contoh: شيء (syai`un)

I. Penulisan Kata dan Kalimat

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang di hilangkan. Dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut ditulis dengan kata sekata, seperti:

وإنّ الله لهو خير الرّازقين (*Wa innallaha lahuwa khairu al-Raziqīn*)

J. Huruf Kapital

Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku pada EYD, seperti huruf kapital yang digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap harus awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: وما محمد الا رسول (*Wamā Muhammadun Illa Rasūl*)

KATA PENGANTAR

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين وعلى امور الدنيا والدين والصلاة
والسلام على اشرف الانبياء والمرسلين سيدنا ومولانا محمد وعلى اله
وصحبه اجمعين. اما بعد

Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang maha pencipta. Kepada-Nya kita mohon ampunan, perlindungan dan petunjuk. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Pembawa berita kebenaran dan penerang pada keimanan umatnya.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa skripsi yang peneliti tulis masih jauh dari kata sempurna. Akan tetapi ucapan syukur Alhamdulillah, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan dengan harapan semoga tesis ini memberi manfaat bagi yang membacanya. Amin. Selanjutnya, penyusunan tesis ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, pengarahan, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih patut untuk peneliti ucapkan kepada berbagai pihak yang secara langsung dan tidak langsung telah berperan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, M.A selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Dr. M Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Joko setyono, S.E., M.Si., selaku sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah dan Ibu Herin Ratnaningsih, S.Pd., M.Pd selaku Staf Tata Usaha Magister Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr.H.Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag sebagai pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing, mengoreksi, memberi kritik dan saran yang membangun dalam upaya penulisan tesis, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan baik.
6. Segenap dosen dan Civitas Akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama peneliti belajar dikampus ini.
7. *Syaikhī wa murabbī rūhī*, Almarhum K.H. Nawawi Abdul Aziz beserta istrinya, selaku pendiri dan pengasuh pertama Pondok Pesantren An-Nur Ngrukem, Sewon, Bantul, Yogyakarta, yang selalu menjadi sosok motivator dan penyemangat serta tauladan dan bagi peneliti untuk selalu belajar tanpa kenal lelah.
8. Bapak K.H. ‘Ashim Nawawi, Bapak K.H. Yasin Nawawi, Bapak K.H. Mu’thi Nawawi, Bapak K. H. Muslim Nawawi selaku dewan dzuriyyah Pondok Pesantren An-Nur Ngrukem, Pendowoharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta yang telah dengan ikhlas membimbing dalam proses mengaji.

9. Keluargaku tercinta, Ayah dan Ibu yang telah memberikan semuanya tanpa perlu diminta serta do'a yang tak pernah putus untuk anak-anaknya, Saipul Adik, serta seluruh Keluarga Besar tanpa terkecuali kalian adalah alasan penulis untuk tetap semangat berjuang, semoga selalu dalam ridho dan lindungan Allah SWT.
10. Sahabat-sabahabat baikku Nafi', Khoir, Vea, Ferina, Rio, Sugeng, Aisyah Rahayu, Pak Bani teman-teman pengurus harian ponpes annur ngrukem, pengurus komplek khodijah 1, serta pengurus poskestren yang telah memberikan dukungan.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan partisipanya memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung, tanpa kalian karya sederhana ini tidak dapat terselesaikan, semoga amal baiknya mendapat balsan dari Allah SWT.

Dengan kerendahan hati, peneliti haturkan terimakasih, tanpa kalian karya sederhana ini belum tentu bisa terselesaikan. Semoga Allah SWT. membalas segala kebaikan kalian, *jazakumullah ahsana jazaa*.

Yogyakarta, 15 Januari 2023

Penyusun



Lia Lestar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
ABSTRAK	xxii
ABSTRACT	xxiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6

C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	7

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	10
1. Bank syariah	10
2. Prinsip-Prinsip Dasar Perbankan Syariah.....	12
3. Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia	13
4. <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	17
5. Kualitas Pelayanan	23
6. Literasi Keuangan Syariah.....	24
7. <i>Islamic Branding</i>	28
8. Generasi Millennial	34
9. Minat Menabung	34
B. Kajian Pustaka.....	38
C. Pengembangan Hipotesis	42
D. Kerangka pemikiran	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian.....	48
1. Jenis Penelitian.....	48
2. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	48
3. Populasi dan Sampel Penelitian	53

4. Sumber Data.....	54
5. Teknik Pengumpulan Data.....	54
6. Skala Pengukuran Penelitian.....	54
B. Teknik Analisis Data.....	55
1. Uji Instrumen.....	55
2. Uji Asumsi Klasik	56
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	59
4. Pengujian Hipotesis	60
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	63
B. Analisis Deskriptif	64
C. Hasil Penelitian	66
1. Uji Instrumen Penelitian.....	66
a. Uji Validitas.....	66
b. Uji Reliabilitas.....	74
2. Analisis Data	75
a. Uji Asumsi Klasik	75
1. Uji Normalitas	75
2. Uji Multikolinearitas.....	76
3. Uji Heterokedastisitas	78
4. Uji Autokorelasi.....	79
b. Analisis Regresi Linear Berganda	81
c. Uji Hipotesis.....	86

a. Uji Parsial (Uji T).....	86
b. Uji Simultan (Uji F).....	88
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	90
D. Pembahasan.....	92
1. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia.....	92
2. Pengaruh <i>Norma Subjektif</i> terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia	93
3. Pengaruh <i>Kontrol Perilaku</i> terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia	94
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia	96
5. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia.....	97
6. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia	98
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

Table 1 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 2 Karakteristik Responden	62
Tabel 3 analisis deskriptif	63
Tabel 4 Uji Validitas Sikap	66
Tabel 5 Uji Validitas <i>Norma Subjektif</i>	67
Tabel 6 Uji Validitas <i>Control Perilaku</i>	68
Table 7 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	69
Tabel 8 Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah	71
Tabel 9 Uji Validitas <i>Islamic Branding</i>	72
Tabel 10 Uji Validitas Minat Menabung	73
Tabel 11 Hasil Uji <i>Realibilitas</i>	74
Tabel 12 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 13 Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 15 Hasil Uji Autokorelasi	80
Tabel 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
Tabel 17 Hasil Uji T (Uji Parsial)	86
Tabel 18 Hasil Uji F	89
Tabel 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91

ABSTRAK

Bank Syariah Indonesia merupakan bank baru dari *merger* tiga bank. Sampai saat ini masyarakat masih menganggap bank syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional lainnya hanya saja ditambah kata syariah. Maka saya sebagai peneliti mencoba untuk mengetahui jumlah masyarakat yang bergabung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, apalagi Bank Syariah Indonesia masih sangat baru dan animo masyarakat masih sangat kental dengan bank konvensional. Penelitian ini berupaya untuk menguji dan menganalisis sikap, *norma subjektif*, kontrol perilaku, kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah, dan *Islamic Branding*, berpengaruh terhadap minat generasi millennial menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul. Penelitian ini mengambil sampel dari 240 responden dengan teknik pengumpulan data melalui pembagian kuesioner melalui google form. Penelitian ini dianalisis menggunakan aplikasi eviews 10. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa Variabel sikap, kontrol perilaku, kualitas pelayanan dan *islamic branding* tidak berpengaruh terhadap minat menabung di BSI cabang Bantul. Sedangkan variabel *norma subjektif* dan literasi norma syariah menunjukkan pengaruh terhadap minat menabung di BSI cabang Bantul.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan Syariah, islamis Branding, Minat menabung.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Bank Syariah Indonesia is a new bank from the merger of three banks. Until now, people still think that Islamic banks are no different from other conventional banks, only that the word sharia is added. So I, as a researcher, am trying to find out the number of people who have joined as customers of Bank Syariah Indonesia, especially since Bank Syariah Indonesia is still very new and public interest is still very strong with conventional banks. This study seeks to test and analyze attitudes, subjective norms, behavioral control, service quality, Islamic financial literacy, and Islamic branding, which affect the interest of the millennial generation in using savings products at Bank Syariah Indonesia, Bantul Branch. This study took a sample of 240 respondents with data collection techniques by distributing questionnaires through the Google form. This study was analyzed using the eviews 10 application. The results of statistical tests showed that the variables of attitude, behavior control, service quality and Islamic branding had no effect on the intention to save at the BSI Bantul branch. Meanwhile, the variables of subjective norms and literacy of sharia norms show an influence on the interest in saving at the BSI Bantul branch.

Keywords: *Attitude, Subjective Norm, Behavior Control, Service Quality, Islamic Financial Literacy, Islamic Branding, Interest in saving*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah Indonesia merupakan bank baru dari *merger* tiga bank. Sampai saat ini masyarakat masih menganggap bank syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional lainnya hanya saja ditambah kata syariah. Maka saya sebagai peneliti mencoba untuk mengetahui jumlah masyarakat yang bergabung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, apalagi Bank Syariah Indonesia masih sangat baru dan animo masyarakat masih sangat kental dengan bank konvensional. Bank Syariah Indonesia mengadakan edukasi keuangan syariah, Bank Syariah Indonesia melakukan strategi untuk meningkatkan promosi agar bisa menjangkau semua masyarakat di Indonesia. Agar masyarakat di Indonesia mengetahui perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah. Dari sisi permasalahan mengapa pengguna bank syariah lebih sedikit dibandingkan dengan bank konvensional? Dengan itu terdapat permasalahan pemasaran dan kepercayaan masyarakat sebagai masyarakat ekonomi syariah (Valerina, 2022).

Meskipun Bank Syariah Indonesia telah menyediakan layanan yang memadai, akan tetapi masih ada tantangan eksternal yang perlu dihadapi. Berakibat keterlibatana masyarakat Indonesia dalam menggunakan produk keuangan syariah yang sangat minim. Dapat dilihat dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mencatat bahwa market share perbankan syariah berada di angka 7,03% (Valerina, 2022).

Permasalahan rendahnya pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia terjadi karena sejumlah faktor, salah satunya angka literasi keuangan perbankan syariah yang belum optimal dibandingkan dengan angka literasi keuangan perbankan konvensional. Literasi keuangan menjadi isu penting di dunia. Oleh karena itu, memiliki pemahaman literasi keuangan yang kuat cukup menguntungkan terutama bagi mereka yang ingin berinvestasi untuk membeli saham perusahaan (Kishan & Alfian, 2018). Amerika Serikat, Inggris Raya, Australia, Kanada, Jepang, Singapura, dan Malaysia hanya beberapa negara yang menjadikan literasi keuangan sebagai prioritas utama dan memasukkannya ke dalam rencana strategis mereka. Murugiah dalam Agus (2018) menjelaskan literasi keuangan merupakan gabungan antara pengetahuan keuangan, kemampuan, sikap, serta perilaku yang diperlukan agar dapat membuat keputusan keuangan dalam rangka mendorong kesehatan keuangan (Yulianto, n.d.). Namun, beberapa negara, termasuk China, masih kekurangan penelitian tentang literasi keuangan (Alfian, 2018).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperkirakan 8,93% masyarakat Indonesia masih belum paham tentang pembiayaan syariah. Terlepas dari kenyataan bahwa penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, negara ini memiliki potensi yang sangat besar. Rata-rata literasi keuangan nasional, yang mencapai 38%, secara substansial lebih tinggi dari tingkat literasi ini. Khususnya di kalangan penduduk milenial, literasi keuangan dalam Islam masih kurang. Item keuangan dan ekonomi syariah dipandang sebagai milik orang tua oleh masyarakat dan usia milenial. Dan masih banyak masyarakat Indonesia khususnya

generasi milenial yang meyakini bahwa produk keuangan konvensional yang diganti dengan istilah-istilah nama Arab seperti deposito dengan bagi hasil dinamakan mudharabah (Santia, 2021).

Perlu disesuaikan karena dalam persepsi ini kurang tepat. Oleh karena itu, kaum milenial perlu memiliki perhatian khusus untuk belajar tentang keuangan Islam. Semua usia dan kelompok demografis dapat menggunakan solusi keuangan syariah. Keuangan Islam berbeda dari keuangan konvensional karena mengikuti hukum Islam di seluruh prosesnya. Generasi milenial, yang secara keseluruhan memiliki latar belakang pendidikan yang lebih tinggi, harus lebih melek finansial dalam keuangan Islam untuk membantu kemajuan industri (Santia, 2021).

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang memiliki tugas serupa dengan bank konvensional dengan tetap berpegang pada prinsip syariah seperti keadilan, keseimbangan, dan manfaat. Tujuan utama perbankan Islam adalah untuk membantu umat Islam dalam memahami agama mereka. Semua aspek kehidupan sehari-hari, termasuk ekonomi, diatur oleh Al-Qur'an dan Sunnah (Muhammad, 2002). Bank syariah bekerja untuk mengatasi masalah sejalan dengan perkembangan ekonomi Islam dan membangun landasan ekonomi berbasis syariah untuk Indonesia. Walaupun saat ini terdapat bank syariah di setiap pelosok Indonesia, namun jumlahnya masih sedikit. Meski bank konvensional tetap menguasai sektor jasa keuangan, mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Salah satunya adalah Kabupaten Bantul yang memiliki 918,23 ribu penduduk dan mayoritas penduduknya beragama Islam.

Sejak pemerintah Indonesia mengumumkan penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu Bank Negara Indonesia Syariah, Bank Rakyat Indonesia Syariah dan Bank Syariah Mandiri. Sebelumnya pada Juli 2020, Menteri BUMN Erick Tohir mengajukan proposal *merger* ini. Saat itu beliau menyatakan bahwa “untuk Bank Syariah sedang dilakukan kajian, dan Bank Syariah ini akan digabungkan, dengan tujuan agar dapat membuka berbagai opsi-opsi pendanaan secara lebih luas di dalam negeri, dan akan dilakukan *merger* pada kuartal pertama tahun 2021.” (Walfajri, 2020)

Awal Februari 2021 Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah bergabung membentuk Bank Syariah Indonesia (BSI). Produk BSI sebenarnya sangat bervariasi, mulai dari produk pembiayaan dan tabungan hingga layanan yang membantu dan memudahkan transaksi nasabah. Tabungan wadiah di BSI diharapkan tumbuh sebesar 33,03% selama periode 2019–2020, sedangkan tabungan *mudharabah* diharapkan tumbuh sebesar 203,50%. Tentu, fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah sangat penting untuk meningkatkan minat menjadi nasabah bank syariah (BSI.co.id)..

Untuk mengetahui seberapa besar minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behaviour* yang merupakan model keamanan yang mendorong konsumen untuk menggunakan uang atau kreditnya untuk melakukan transaksi atau aktivitas transaksi apapun. Model TPB menjelaskan bahwa yang mempengaruhi perilaku seseorang yaitu niat atau kecenderungannya untuk melakukan tindakan tersebut.

Saat ini, kebutuhan akan produk dan jasa keuangan menjadi kebutuhan karena terlibat dalam hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pengguna harus memiliki pengetahuan menyeluruh tentang sistem, produk, dan layanan keuangan. Otoritas Jasa Keuangan terus memberikan perhatian yang besar terhadap masalah ini. OJK merupakan pihak yang mengemban tugas pengawasan terhadap penyedia jasa keuangan, peningkatan kepuasan nasabah, dan peningkatan literasi keuangan masyarakat guna mewujudkan masyarakat yang berpengetahuan dan terampil dalam pengelolaan keuangan.

Menurut Teuku (2019), seseorang yang tidak memiliki masalah keuangan dapat dicegah dengan memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi. Masalah keuangan dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk lalai dalam mengelola keuangan. Selain itu, pengambilan keputusan keuangan yang buruk dapat diakibatkan oleh kurangnya pemahaman seseorang tentang masalah keuangan.

Studi sebelumnya dilakukan oleh (Noor, *et al.*, 2020). Penelitian dilakukan dengan menggunakan TPB yang dijelaskan dalam pengembangan TRA dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen saat membeli produk secara online. Dalam penelitian ini diasumsikan Dimensi TPB meliputi sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku, yang semuanya memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumen saat membeli barang secara online.

Sebagaimana penjelasan di atas penelitian ini akan fokus pada *generasi millennial* dalam menjadi nasabah bank syariah. Dimana pada penelitian ini menggunakan seluruh dari teori TPB yaitu sikap, norma subjektif, kontrol

perilaku, dan variable tambahan kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah, dan *Islamic Branding* sebagai variable independen. Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas menjadi dasar peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah, dan *Islamic Branding*, berpengaruh terhadap minat *generasi millennial* menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah, dan *Islamic Branding*, memiliki pengaruh terhadap minat *generasi millennial* menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul.

Kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Temuan penelitian ini dapat memberikan data yang berguna bagi pemerintah dalam mengembangkan strategi pemasaran, khususnya untuk bank syariah.

2. Manfaat Praktis

Studi ini memperjelas bahwa sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, kualitas layanan, literasi keuangan syariah, dan *Islamic Branding* semuanya berdampak pada minat Milenial dalam menggunakan produk tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi gambaran singkat terkait isi dari tiap-tiap bab dalam tesis, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah merupakan penjabaran mengenai permasalahan yang menjadi latar belakang dalam penelitian. Rumusan masalah yaitu penulisan permasalahan dalam penelitian yang akan dicari penjelasannya. Tujuan penelitian yaitu penulisan dari tujuan yang akan dicapai dalam penelitian sesuai dengan rumusan masalah. Manfaat penelitian yaitu penulisan manfaat yang akan diterima dari hasil penelitian kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Sistematika pembahasan yaitu gambaran secara singkat mengenai isi dari tiap-tiap bab dalam penulisan tesis ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi telaah pustaka yaitu penelitian terdahulu yang sejalan dengan permasalahan penelitian ini dan digunakan sebagai acuan dalam penelitian. Kerangka teori yaitu kajian teori yang mendasari pengertian dari tiap-tiap variabel

dalam penelitian. Pengembangan hipotesis merupakan jawaban sementara atau kesimpulan yang diambil dari pengertian dan penelitian terdahulu untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian. Kerangka penelitian yaitu cara berpikir peneliti yang digambarkan untuk mempermudah peneliti dalam menguraikan permasalahan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan jenis, sumber dan teknik pengumpulan data pada penelitian. Penjelasan populasi dan sampel selaku responden dalam penelitian, definisi operasional yaitu penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian, teknik analisis data yaitu mencakup pengujian instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis yang digunakan untuk menjelaskan data hasil penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian dan hasil olah data serta pembahasan dari hasil penelitian meliputi deskripsi karakteristik profil responden. Pembahasan hasil uji instrumen data, hasil uji asumsi klasik, dan hasil uji analisis hipotesis, digunakan untuk menjelaskan hasil olah data dari permasalahan dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan, dan jawaban dari pokok masalah yang diangkat dalam penelitian serta terdiri dari saran-saran yang ditujukan kepada para peneliti yang berkepentingan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis enam variabel independen dan satu variable dependen, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul tidak dipengaruhi oleh sikap.
2. Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul dipengaruhi oleh norma subyektif.
3. Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul tidak dipengaruhi oleh control perilaku.
4. Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
5. Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah.
6. Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Bantul tidak dipengaruhi oleh *Islamic Branding*.

B. Saran

1. Implikasi Temuan

Penulis menyarankan sejumlah implikasi temuan terhadap manajemen Bank Syariah Indonesia berdasarkan temuan analisis tersebut. Disarankan agar pengelola Bank Syariah lebih fokus dan membidik nasabah yang memiliki tingkat pengetahuan produk dan kualitas layanan yang tinggi karena telah dibuktikan secara eksperimental bahwa hal tersebut dapat mengubah sikap nasabah milenial. Pengelola Bank Syariah Indonesia perlu menyadari bahwa Islamic branding yang positif akan mempengaruhi calon klien, terutama generasi milenial, untuk melihat Bank Syariah Indonesia secara positif. Keinginan nasabah untuk memanfaatkan, mereferensikan, dan memberikan umpan balik positif dari Bank Syariah Indonesia menunjukkan pola pikir yang baik. Bagi Bank Syariah Indonesia, hal ini tentu sangat menguntungkan.

2. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan, khususnya penggunaan ukuran sampel yang terbatas dan metodologi yang terbatas. sampel penelitian ini masih terbatas karena hanya menyasar kalangan Milenial dan pelanggan yang berdomisili di Bantul. Pendekatan analisis menggunakan Eviews 10, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat analisis yang lain.

3. Riset Ke Depan

Disarankan untuk memperluas ruang lingkup studi masa depan dan menggabungkan atau membandingkan lebih banyak variabel untuk meningkatkan kepuasan dan minat nasabah dalam menggunakan bank syariah Indonesia. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menghasilkan pengukuran variabel yang lebih luas dan canggih. Studi selanjutnya harus dapat menggabungkan metode analisis juga, khususnya dengan menggunakan metodologi campuran yang menambahkan data kualitatif dan kuantitatif. Diperlukan penelitian yang lebih mendalam tentang pengetahuan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Faturrohman. (2019). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Aisyah, Nurul. Haris Hermawan & Ahmad Izzuddin. (2020). *Pengaruh Islamic Branding dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim*. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo Volume IX Nomor 1, 2022. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.259>.
- Al Harir. (2020). Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Menggunakan Kerangka Decomposed Theory Of Planned Behavior Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Anna S. Mattila dan Jochen Wirtz. 2007. *The Role Of Store Environmental Stimulation And Social Factors On Impulse Purchasing*. *Journal of Services Marketing*.
- Ajzen, I. (2005). Attides, Personallity and Behavior. In *International Journal of Strategic Innovative Marketing* (Vol. 3, pp. 117–191).
- Aprilianti, Sri. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah*

Dalam Memilih Tabungan Wadiah di BPRS HIK Parahyangan Cabang Ciamis Priode 2020-2021. Jurnal Kewarganegaraan Vol. 6 No. 2 July 2022. P-ISSN:1978-0184 E-ISSN: 2723-2328.
<https://doi.org/10.31316/jk.v6i2.3939>.

Azis Muslim. 2020. *Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah.* IAIN Padangsidompuan.

Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia.* 1–153.

Darmawan, Akhmad. Dkk. 2019. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Jateng Syariah.* Jurnal Fokus Bisnis, Vol.18, No.01. Page 43-52. <https://journal.stieputrabangsa.ac.id>.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1998. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Faizza, Emil. *Brand Strategi Jawa Timur di Mata Internal Stakholder dalam Upaya Membangun Province Branding Jawa Timur*, Tesis (Surabaya: Program Studi Magister Media dan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, 2017).

Fajriah Salim, dkk. 2022. *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding,*

dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. Vol 5 No 2.

Ferdinand, Augusty, 2002, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang:

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hambali, M. Y. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keuangan Masyarakat Sekitar Pondok Pesantren Di Kecamatan Cibitung Bekasi.*

<https://keuangan.kontan.co.id/news/merger-bank-bumn-syariah-diberi-nama-banksyariah> indonesia-bris

Irawan, D., Widhi N, P., Sagiman, R., & Nugroho, S. (2020). Pengaruh Theory Planned Behavior terhadap Keputusan Menabung di Rekening Syariah. *Indonesian Business Review*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.21632/ibr.3.1.1-1>.

Ismulyaty, Sri. Nurmaini. May Roni. (2020). *The Effect Of Service Quality and Internet Banking User Satisfaction On Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)*. Jurnal Nisbah Vol.8 . [.DOI: 10.30997/jn.v8i1.6000](https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6000).

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. ANDI.

John E Kennedy dan R. Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication Taktik dan Strategi* (Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.

Kishan, K., & Alfian, E. (2018). *Financial Statement Literacy of Individual*

- Investors in China, International Journal of China Studies*, Vol. 9, No. 1.
- Kotler, Philip. dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Jilid 1*, terj. Bob Sabran MM. Jakarta, Erlangga.
- Literasi Keuangan, www.ojk.co.id, di akses pada 20 September 2022 pukul 13.26 WIB.
- Mahesazzumar, Radja Rabbani & Mira Rahmi. *The Analysis Of Factors Influencing Decisions On The Use Of Sharia Banking In Generation Z In Jakarta*. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE). Vol. 5. No. 2 July 2022. 833-851.
- Mantara, Valerina Ernanda Deanisa. 2022. *Jurus BSI Perluas Kemanfaatan Syariah di Indonesia*. detikNews.
- Muhammad. 2002. *Kebijakan Moneter dan Fiskal dalam Islam*. Jakarta: Salemba Empat
- Muhammad Taufiq El Ikhwan. 2019. *Determinan Literasi Keuangan Syariah*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman Volume 7 Nomor 1 Ed. Januari-Juni 2019.
- Murugiah, L. 2016. *The Level of Understanding and Strategies to Enhance Financial Literacy among Malaysian*. *International Journal of Economics and Financial Issues*. 6, 3S (Jun. 2016), 130–139.
- Nisak, Zuhrotun. 2013. *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*. Jurnal Ekbis Vol 9 No 2.
- Noor, N. M., Noranee, S., Zakaria, M. F., Unin, N., & Suaee, M. A. H. M. (2020).

Online Shopping: The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control on Purchase Intention. ACM International Conference Proceeding Series, February, 33–36.
<https://doi.org/10.1145/3387263.338726>.

Nurhayati, Pengaruh Sikap Dan Kebiasaan Terhadap Hasil Belajar Matematika, Jurnal Formatif, ISSN: 2088-351X (Jakarta Selatan), 249.

OECD. PISA 2012 Assessment and Analytical Framework: *Mathematics, Reading Science, Problem Solving and Financial Literacy*, (OECD Publishing, 2013).

Orton, L. 2007. *Financial Literacy: Lessons From International Experience*. CPRN Research Report. Ottawa: CPRN.

Ranto, Dwi Wahyu Pril., 2013, “Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen”, JBMA AMA YKPN , Vol. 1, No. 2, Febuari 2013, Yogyakarta: AMA YPK Yogyakarta.

Remund, David L. (2010). *Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy*. *The Journal of Consumer Affairs*, 44 (2), 276-295.

Resty, Nadia Nila Henda. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah Millenial di Bank Syariah Indonesia*. Tesis. Universitas Islam Indonesia.

Rista Suryadi, Ayif Faturrahman. 2019. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat*

Petani dalam Menggunakan Pembiayaan As-Salam Pada Perbankan Syariah.

Rachmatulloh, Dhepril Puradi (2020) *Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah: Studi pada generasi milenial di Indonesia*. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Santoso, I., & Adawiyah, S. El. (2019). *Branding Islam dan Religiusitas Individu pada Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Bank Syariah*. *Journal of Business & Entrepreneurship*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.1.1-12>.

Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. (2013). *metode penelitian kombinasi*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran* (2nd ed.). Ghalia Indonesia.

Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen: implikasi pada strategi pemasaran*. Graha Ilmu.

Temporal, Paul. 2011. *Islamic Branding and marketing: Creating a Global Islamic Business* (Singapura: John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd.

Teuku. 2019. *Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota*

Banda Aceh. Global Journal of Islamic Banking and Finance Volume 1, No
- (2).

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Ed. II. Yogyakarta. PT Rineka Cipta.

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk, Pasal 1 ayat 1.

Wheeler, Aleena. 2009. *Designing Brand Identity USA*: John Wiley dan sons.XV.

Yumanita, Ascarya Diana. 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum*, (Jakarta: Pusat
Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA