

**MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA SANTRI**

GENERASI – Z D.I. YOGYAKARTA



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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
OLEH:
ANISA AFIFAH
NIM.21108020087

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2025

**MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA SANTRI**

GENERASI – Z D.I. YOGYAKARTA



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

OLEH:

ANISA AFIFAH

NIM.21108020087

**DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI:
DR. JOKO SETYONO, SE, M.SI.**

NIP. 107307022002121003

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN



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

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1011/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA SANTRI GENERASI Z D.I.
YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANISA AFIFAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21108020087
Telah diujikan pada : Senin, 16 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 685a3e6010b78



Pengaji I

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

Valid ID: 6858e6eb1dd4b



Pengaji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 6858bcb17f83



Yogyakarta, 16 Juni 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 685a4dc02745b

LEMBAR PERSETUJUAN

Hal : Skripsi Saudari Anisa Afifah

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 saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudari:

Nama : Anisa Afifah

NIM : 21108020087

Judul Skripsi : "Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Santri Generasi-Z D.I Yogyakarta"

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

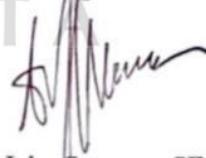
Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 11 Juni 2025

Pembimbing



DR. Joko Setyono, SE, M.SI.

NIP. 107307022002121003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Afifah

NIM : 21108020087

Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Santri Generasi-Z D.I Yogyakarta”** adalah benar-benar merupakan penyusunan hasil karya sendiri, bukan duplikat atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terjadi penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi.

Yogyakarta, 12 Juni 2025

Hormat Penyusun



Anisa Afifah
NIM.21108020087

PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Anisa Afifah

NIM : 21108020087

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

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

“Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Santri Generasi-Z D.I Yogyakarta”

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 sebenarnya.

Yogyakarta, 12 Juni 2025

Hormat Penyusun



Anisa Afifah

NIM. 21108020087

MOTTO

لَا الشَّمْسُ يَنْبَغِي لَهَا أَنْ تُدْرِكَ الْقَمَرُ وَلَا الَّيْلُ سَابِقُ النَّهَارِ وَكُلُّ فِي فَلَكٍ يَسْبُحُونَ

“Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya”

(QS. Yasin 36 : 40)

"Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaan mu sebagai manusia."

(Baskara Putra – Hindia)



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

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‘	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha‘	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha‘	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra‘	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ya

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ص	Şad	Ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta‘	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za‘	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	_=Ain	=	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa‘	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	_=el
م	Mim	M	_=em
ن	Nun	N	_=en
و	Waw	W	w
ه	Ha‘	H	ha
ء	Hamzah	=	apostrof
ي	Ya‘	Y	ya

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عَدَة	Ditulis	'Iddah

C. *Ta'Marbutah*

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

حَكْمَة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جَزِيَّة	Ditulis	<i>'Illah</i>
كَرْمَتَالْأَوْلَادِ	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

ܹ	Fathah	Ditulis	A
ܹ	Kasrah	Ditulis	I
ܻ	Dammah	Ditulis	u
ܻ	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ܻ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
ܻ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

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

F. Vokal Rangkap

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

G. Vokal Pendek yang ber Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعْدَتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَإِنْ شَكَرْتُمْ	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-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

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

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

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang penuh dengan ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu sesuai dengan yang diharapkan.

Setelah melalui proses yang cukup panjang, dengan mengucap syukur tugas akhir ini dapat terselesaikan. Penulisan tugas akhir ini merupakan rangkaian akhir dari proses belajar penulis selama menjadi mahasiswa di program studi perbankan syariah. Tugas akhir ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan strata satu pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung serta memberikan bimbingan baik moral, material, maupun spiritual sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan, khususnya kepada::

1. Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah
4. Bapak Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah
5. Bapak Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing, memotivasi, dan selalu memberikan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Fitri Zaelina, S.E.I., M.E.K. selaku Dosen Pembimbing Akademik.

7. Seluruh dosen program studi Perbankan Syariah yang telah memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan selama menempuh bangku perkuliahan.
8. Seluruh pegawai dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang telah membantu saya dalam urusan administrasi akademik perkuliahan saya
9. Pintu surgaku Almarhumah Ibu Nur Azizah, beliau adalah sosok yang selalu hidup dalam ingatan dan hati penulis, meskipun kehadiranya telah tiada. Cinta, doa, dan segala pengorbanannya akan selalu menjadi pijakan terkuat dalam kehidupan penulis. Setiap langkah pencapaian ini adalah bentuk bakti dan harapan agar beliau bangga di sisi-Nya. Terimakasih telah menjadi cahaya penuntun, meski kini penulis harus melangkah sendiri tanpa kehadiran sosok ibu, Al-Fatihah untukmu, Ibu..
10. Cinta pertama dan panutanku, Bapak Yudi Hartoko, seorang ayah yang penuh ketulusan dan keteguhan, selalu memberikan cinta, doa dan semangat tanpa henti. Kerja keras, pengorbanan, dan dukungannya adalah motivasi terbesar yang membuat penulis mampu bertahan hingga dititik saat ini.
11. Kakak penulis, M. Wafi Ali Mustafa, terimakasih telah memberikan semangat, dukungan, motivasi serta setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar yang baik bagi penulis
12. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Risky Nurhidayah yang menjadi salah satu penyemangat dalam suka maupun duka dan tak henti-hentinya memberikan dukungan serta bantuan baik itu tenaga, pikiran, maupun materi. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dan menjadi rumah tempat berkeluh kesahku diwaktu lelahmu, menjadi pendengar yang baik, menghibur, penasehat yang baik, dan senantiasa memberikan semangat untuk pantang menyerah.
13. Ibu sambung Purnawati, terima kasih untuk selalu mendukung setiap langkah yang penulis tempuh.
14. Teman seerbimbingan penulis, Syalma Khairul Intan, terima kasih selalu bersedia direpotkan untuk berdiskusi saat proses penyusunan skripsi, dan yang

selalu menjadi pengingat sehingga dapat membuktikan bahwa kita bisa menyelesaikan skripsi ini.

15. Sahabat-sahabat tercinta; Mita, Syalma, Rita yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi sumber motivasi dan inspirasi yang tak ternilai. Terima kasih atas segala bantuan, tawa, dan doa yang telah kalian berikan. Semoga persahabatan ini selalu terjaga.
16. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga khususnya teman-teman program studi Perbankan Syariah angkatan 2021 yang selalu mendoakan, mendukung, dan berjuang bersama.
17. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
18. Dan terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalamanya, yaitu penulis sendiri Anisa Afifah. Terima kasih telah menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit menyelesaikan semua ini. Terima kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri.

Di samping itu, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Akhir kata, penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat untuk referensi bagi pihak-pihak yang nantinya melakukan penelitian sejenis di masa mendatang.

Yogyakarta, 12 Juni 2025



Anisa Afifah

NIM. 21108020087

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK ...	vi
MOTTO	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
ABSTRAK	xx
<i>ABSTRACT</i>	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori	15
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Pengembangan Hipotesis	37
D. Kerangka Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Dan Lokasi Penelitian	47
B. Definisi Operasional Variabel	48
C. Populasi dan Sampel Penelitian	51
D. Jenis dan Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
B. Analisis Deskriptif.....	60
C. Hasil Penelitian	64
D. Pembahasan	73
BAB V PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Keterbatasan Penelitian	87
C. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	xxii
Lampiran 1 Hasil Olah Data.....	xxii
Lampiran 2 Kuesioner	xxviii
Lampiran 3 Data Responden	xxxiii

Lampiran 4 Curriculum Vitae..... xlvii



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Market Share Perbankan Syariah	4
Gambar 1. 2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama	4
Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Generasi	5
Gambar 2. 1 Teori Black Box.....	17
Gambar 4. 1 Outer Model	64
Gambar 4. 2 Inner Model	70



DAFTAR TABEL

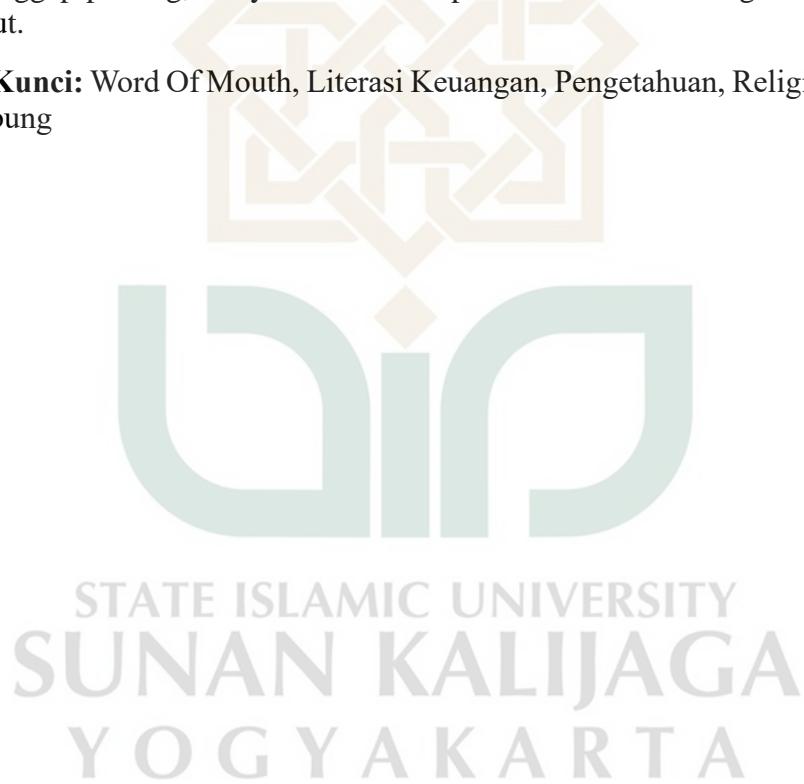
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 3. 2 Skala Likert	54
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pondok Pesantren	62
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Bank.....	63
Tabel 4. 6 Hasil Uji Outer Loading	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Discriminant validity	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Composite reliability	69
Tabel 4. 10 R-square dan Q-square	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis	71
Tabel 4. 12 Hasil Persebaran Jawaban RespondenX1	74
Tabel 4. 13 Hasil Persebaran Jawaban Responden X2	76
Tabel 4. 14 Hasil Persebaran Jawaban Responden X3	78
Tabel 4. 15 Hasil Persebaran Jawaban Responden Z.....	80
Tabel 4. 16 Hasil Persebaran Jawaban Responden Z.....	82
Tabel 4. 17 Hasil Persebaran Jawaban Responden Z.....	84



ABSTRAK

Minimnya penggunaan produk perbankan syariah di kalangan santri Generasi-Z D.I Yogyakarta menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti, khususnya terkait minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung santri Generasi-Z terhadap Bank Syariah Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada santri Generasi-Z di wilayah D.I Yogyakarta. Analisis data menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) yang diolah dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat dua variabel yang secara positif dan signifikan memengaruhi minat menabung santri Generasi-Z di Bank Syariah Indonesia. Menariknya, peran religiusitas yang selama ini dianggap penting, ternyata tidak mampu memoderasi hubungan antar variabel tersebut.

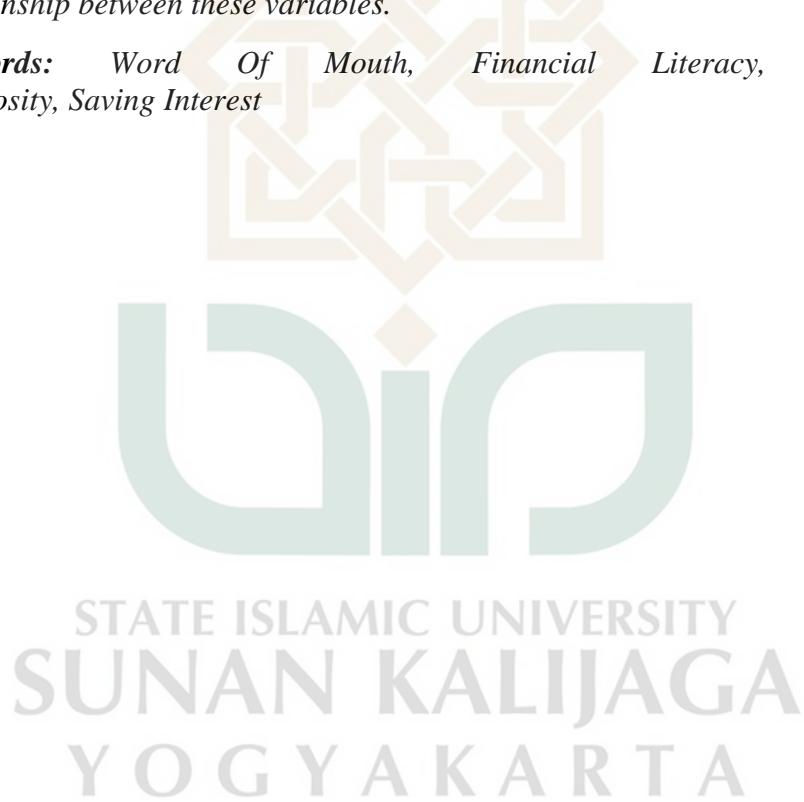
Kata Kunci: Word Of Mouth, Literasi Keuangan, Pengetahuan, Religiusitas, Minat Menabung



ABSTRACT

The lack of use of Islamic banking products among Generation-Z students of D.I Yogyakarta is an interesting phenomenon to be studied, especially related to the interest in saving at Syariah Bank Indonesia. This research aims to identify and analyze the factors that affect the savings interest of Generation-Z students towards Bank Syariah Indonesia. By using a quantitative approach, data is collected through a questionnaire that is distributed to Generation-Z students in the D.I Yogyakarta area. Data analysis using the Structural Equation Modeling (SEM) method processed with SmartPLS software. The research results revealed that there are two variables that positively and significantly affect the interest in saving Generation-Z students at Bank Syariah Indonesia. Interestingly, the role of religiosity, which has been considered important, is not able to moderate the relationship between these variables.

Keywords: Word Of Mouth, Financial Literacy, Knowledge, Religiosity, Saving Interest



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia telah berlangsung sebelum adanya kerangka hukum formal yang menjadi dasar operasional perbankan. Sebelum tahun 1992, beberapa perusahaan pembiayaan non-bank sudah berdiri dan menerapkan prinsip bagi hasil dalam aktivitasnya. Hal ini mencerminkan adanya kebutuhan masyarakat akan institusi keuangan yang menyediakan layanan sesuai pada prinsip syariah. Kebutuhan itu kemudian terpenuhi dengan terbentuknya sistem perbankan syariah. Pemerintah mengakomodasi hal ini melalui peraturan perundang-undangan terbaru. Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, memberikan peluang bagi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil, yang kemudian diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Ketentuan ini menjadi landasan hukum bagi berjalannya bank syariah di Indonesia (Adhim, 2019). Perkembangan bank syariah di Indonesia memiliki peluang yang cukup menjanjikan. Kondisi ini semakin diperkuat oleh keberadaan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Terlebih lagi, dengan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam, potensi pasar bagi perbankan syariah menjadi semakin besar. Oleh karena itu, hal ini membuka kesempatan luas bagi perbankan syariah untuk berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Effendi, 2016). Seiring berlalunya waktu, sektor jasa keuangan semakin berperan penting dalam mendorong kemajuan

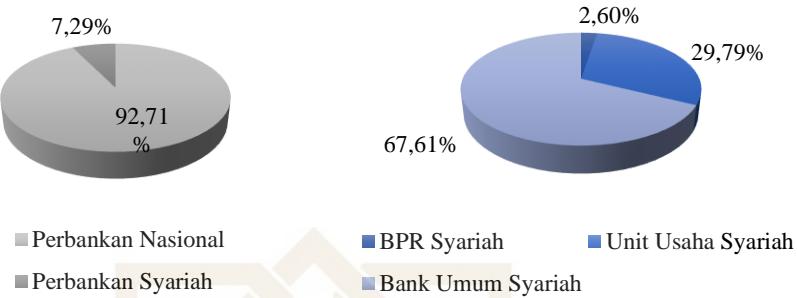
ekonomi masyarakat. Perbankan syariah turut mempercepat laju pertumbuhan ekonomi, sehingga meningkatkan kemampuan daya beli masyarakat. (Yudha, 2021).

Kehadiran bank syariah secara keseluruhan disambut positif oleh berbagai lapisan masyarakat. Masyarakat menilai bank syariah sebagai sesuatu yang baik karena keberadaannya merupakan respons terhadap kebutuhan masyarakat akan lembaga perbankan yang menjalankan operasinya berdasarkan prinsip-prinsip Islam (Kurniasari, 2021). Salah satu bentuk nyata dari perkembangan bank syariah adalah berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI), bank syariah terbesar di Indonesia yang resmi berdiri pada 1 Februari 2021 sebagai hasil penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Merger ini dilakukan untuk menyatukan keunggulan ketiga bank tersebut sehingga BSI menyediakan layanan yang komprehensif, cakupan operasional yang meluas, serta modal yang lebih besar dan kuat untuk mendukung aktivitasnya. Sebagai bank syariah, BSI beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, termasuk larangan riba, dan mengedepankan prinsip bagi hasil serta transparansi dalam setiap transaksi. Bank Syariah Indonesia (BSI) menawarkan berbagai produk tabungan dengan berbagai jenis tabungan yang dirancang sesuai prinsip syariah Islam untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah secara aman dan transparan. Produk ini mencakup tabungan dengan akad *Wadiah* seperti BSI Easy Wadiah yang berfungsi sebagai tempat penitipan dana tanpa bagi hasil, cocok untuk transaksi sehari-hari dengan setoran awal dan saldo minimal yang terjangkau serta bebas biaya administrasi bulanan. Selain itu, ada BSI Easy Mudharabah yang

menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah*, di mana nasabah berhak menerima bagi hasil dari pengelolaan dana oleh bank, dengan besaran bagi hasil yang bervariasi sesuai saldo tabungan. BSI juga menyediakan tabungan khusus seperti BSI Junior untuk anak-anak dengan fasilitas e-banking dan kartu ATM khusus, serta tabungan valas dalam mata uang asing dengan pilihan akad *Wadiyah* atau *Mudharabah*. Produk tabungan BSI ini bisa diakses dengan praktis menggunakan layanan digital seperti mobile banking (BSI, 2024).

Ketertarikan seseorang terhadap produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan bukan hanya sekadar rasa ingin tahu, melainkan juga mencakup keinginan yang mendalam untuk mempelajari, memahami, serta mengeksplorasi berbagai manfaat yang bisa diperoleh dari produk tersebut. Ketertarikan ini kemudian berkembang menjadi motivasi yang kuat untuk menggunakan produk tersebut secara aktif, misalnya dengan cara menabung di Bank Syariah Indonesia, sehingga menunjukkan adanya minat (Dwiantoro et al., 2020). Melihat minat menabung generasi-Z yang masih kurang terhadap bank syariah dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pemahaman terhadap bank syariah. Beberapa generasi-Z masih belum memiliki pemahaman yang mendalam mengenai berbagai karakteristik produk serta layanan jasa keuangan syariah yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah, padahal kemampuan literasi keuangan tersebut sangat krusial sebagai keterampilan utama dalam upaya pemberdayaan masyarakat sekaligus menjadi faktor penting dalam meningkatkan tingkat inklusi keuangan secara menyeluruh (Sadiyah & Puspa, 2024).

Market Share Perbankan Syariah

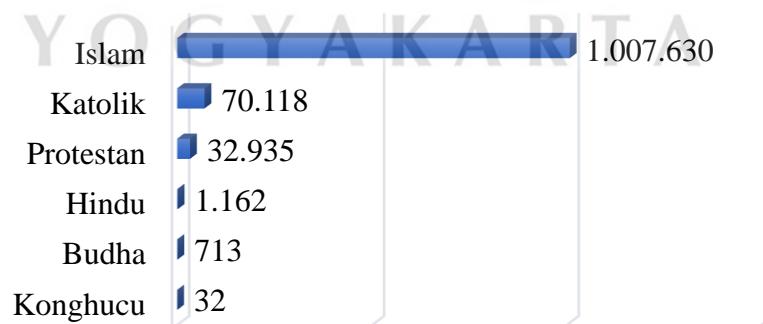


Gambar 1. 1 Market Share Perbankan Syariah

(Sumber: OJK, 2024. Diolah)

Menurut data yang dikeluarkan (OJK, 2024), market share perbankan syariah di Indonesia pada Mei 2024 mencapai 7,29%, yang artinya minat masyarakat Indonesia masih rendah dalam menggunakan bank syariah. maka dari itu Indonesia sangat membutuhkan segala sesuatu yang halal, termasuk hukum syariah dalam ekonomi islam, karena negara itu memiliki populasi muslim terbesar di permukaan bumi. Perbankan memiliki peran strategis sebagai lembaga intermediasi dalam hubungan ekonomi masyarakat dengan lembaga keuangan (Sudarman *et al.*, 2022).

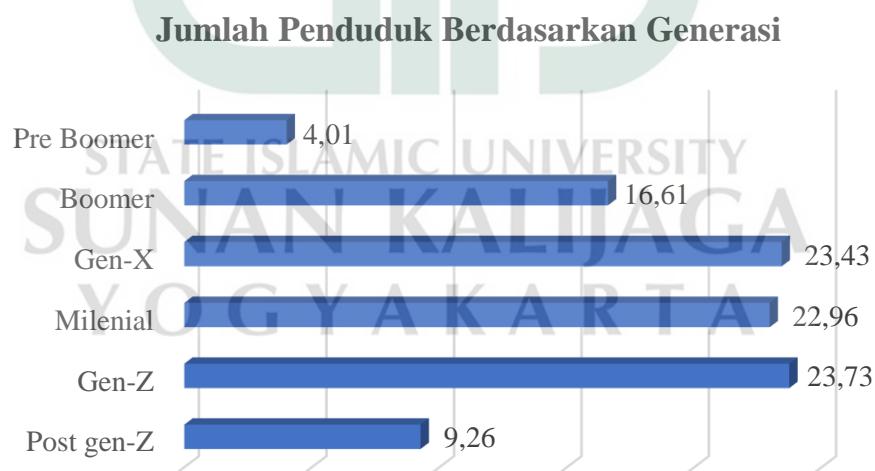
Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama



Gambar 1. 2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama

(Sumber: Databoks, 2024. Diolah)

Menurut data yang dipublikasikan oleh (Databoks, 2024) menunjukkan bahwa jumlah masyarakat D.I Yogyakarta yang beragama islam lebih tinggi yakni 1.007.630 jiwa dibandingkan dengan jumlah masyarakat yang beragama lain yang lebih sedikit. Masyarakat Indonesia juga sangat menghargai keberagaman budaya, ras, dan agama. Meskipun sebagian besar warga D.I Yogyakarta menganut agama Islam, tetapi porsi pasar yang dikuasai oleh bank syariah masih relatif terbatas bila dibandingkan dengan bank konvensional. Meskipun demikian, fakta bahwa Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di dunia menurut data dari World Population Review pada tahun 2024, menyatakan adanya potensi yang sangat besar untuk mengembangkan sektor perbankan syariah di negara ini, yang dapat dilihat dari besarnya dan luasnya segmen pasar yang tersedia serta tingginya ketertarikan masyarakat terhadap produk serta jasa keuangan yang disusun dan dioperasikan berdasarkan ketentuan dan nilai-nilai syariah Islam.



Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Generasi

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020. Diolah)

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh (Badan Pusat Statistik, 2020) menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Yogyakarta berdasarkan generasi menunjukkan bahwa generasi Z mendominasi dengan total 23,73%, yang mencakup laki-laki dan perempuan, mencerminkan bahwa terdapat potensi besar dalam minat mengelola tabungan di Bank Syariah Indonesia di kalangan generasi-Z ini.

Generasi Z telah lahir di era internet yang sudah merambat pada semua kalangan, generasi Z berasal dari tahun 1996 hingga 2010 yang diidentifikasi memiliki sifat yang berorientasi pada tujuan, suka berbagi, menghargai keragaman, dan mendukung perubahan sosial (Ismail & Nugroho, 2022). Sedangkan santri adalah sekelompok orang yang dididik dan menjadi pengikut dan pelanjut perjuangan ulama yang setia atau santri juga bisa diartikan sebagai murid yang mengikuti pelajaran di Pesantren. Kebiasaan menabung santri generasi-Z dapat dibentuk oleh beberapa faktor mendasar yang memotivasi santri generasi-Z untuk menabung di Bank Syariah Indonesia, antara lain *word of mouth*, literasi keuangan, dan tingkat pengetahuannya tentang layanan di tabungan Bank Syariah Indonesia, serta kesadaran religiusitas yang ada pada diri santri generasi-Z sebagai seorang muslim (Susanto & Muzakki, 2017).

Penelitian ini menggunakan Black Box Theory atau Model Kotak Hitam, yaitu adalah sebuah teori yang menjelaskan bahwa hal-hal yang berlangsung di dalam pikiran konsumen dapat disimpulkan dari studi rangsangan dan respons yang diamati. Menurut (Philip & Keller, 2016), perilaku konsumen dapat digambarkan sebagai "Black Box" atau "kotak hitam". Teori kotak hitam adalah model perilaku

konsumen yang paling dasar, namun efektif dalam menjelaskan bagaimana konsumen mengambil keputusan sebagai reaksi terhadap rangsangan yang mereka terima. Berbagai model perilaku konsumen lainnya merupakan pengembangan dari teori kotak hitam ini. Model kotak hitam terdiri dari tiga komponen utama, yaitu rangsangan (stimulus), konsumen itu sendiri, dan respons yang diberikan.

Di bidang perbankan syariah, minat sangat penting karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, hal ini sangat penting bagi seseorang yang belum tertarik atau kurang mengenal produk perbankan syariah untuk menggali lebih dalam informasi terkait perbankan syariah, sehingga orang-orang bisa tertarik untuk menabung di bank syariah. Menurut (Akbar, 2013), minat adalah suatu kondisi di mana seseorang lebih memperhatikan sesuatu dan memiliki keinginan untuk mempelajarinya hingga ia dapat membuktikan apa yang mereka katakan. Faktor yang berpengaruh terhadap timbulnya minat adalah faktor dari individu, sosial, emosional dan daya tarik produk atau objek. Terdapat berbagai faktor yang bisa memengaruhi minat seseorang, yaitu *word of mouth*, literasi keuangan, dan pengetahuan.

Word of mouth merupakan bentuk interaksi pribadi yang terjadi antara konsumen atau di antara anggota suatu kelompok. Informasi yang diperoleh konsumen melalui individu yang mereka percaya, seperti para ahli, teman, atau anggota keluarga, cenderung lebih mudah dan cepat diterima dibandingkan informasi dari sumber lain (Hidayanti & Satriyani, 2022). Salah satu strategi promosi dalam pemasaran yang memanfaatkan komunikasi antar individu untuk meningkatkan kesadaran terhadap produk serta mencapai tingkat penjualan yang

efektif adalah *word of mouth*. Biasanya penyebaran informasi dari mulut ke mulut bisa terjadi melalui relasi bisnis, pertemanan, serta lingkungan masyarakat (F. P. Sari & Yuniati, 2016). Menurut temuan penelitian (Dafiq et al., 2022) menunjukkan bahwa *word of mouth* mempunyai efek signifikan mempengaruhi minat generasi Z di bank syariah. Di sisi lain, riset yang dikerjakan (Elpansyah et al., 2019) membuktikan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Pentingnya literasi keuangan juga menjadi salah satu aspek krusial yang berperan dalam meningkatkan minat menggunakan bank syariah, khususnya di kalangan pemuda yang merupakan generasi penerus bangsa, terutama di kalangan generasi Z. Menurut (Lusardi & Mitchell, 2007) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pemahaman tentang konsep keuangan dasar seperti cara menghitung bunga, perbedaan antara nilai nominal dan nilai riil, dan prinsip diversifikasi risiko. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan (Dafiq et al., 2022) mengungkapkan bahwasanya literasi keuangan secara signifikan menimbulkan efek pada minat generasi Z pada bank syariah, akan tetapi temuan ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rani Mahira et al., 2024) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

Faktor lain yang berperan dalam membentuk minat individu terhadap produk perbankan adalah tingkat pengetahuan yang dimilikinya. Pengetahuan ini mencakup seluruh informasi yang diketahui nasabah mengenai berbagai produk dan layanan yang disediakan oleh bank, serta pemahaman terkait peran dan fungsi

nasabah dalam konteks penggunaan produk tersebut. Dengan demikian, pengetahuan yang memadai dapat meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk perbankan (Hasanah, 2019). Sesuai dengan studi yang dilaksanakan oleh (Nurullah, 2022) membuktikan bahwa pengetahuan memiliki efek pada minat gen-z membuka rekening tabungan online. Sementara itu, studi yang dikerjakan (Suprihati et al., 2021) mengungkapkan pengetahuan tidak berperan penting dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah.

Salah satu faktor yang dapat mendorong munculnya minat untuk memilih bank syariah adalah religiusitas, dimana suatu kondisi pribadi yang mendorong seseorang untuk berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agamanya. Menurut (Ermawati, 2018) religiusitas merupakan seberapa besar tingkat keyakinan dan pemahaman wajib mengenai agama dan Tuhan, sehingga seseorang berusaha untuk mematuhi peraturan. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh (Mubarak, 2022) menyatakan bahwa religiusitas tidak memoderasi *brand image* akan tetapi tetapi religiusitas dapat menjadi pengaruh yang mengatur bagaimana pengetahuan memengaruhi minat seseorang untuk menyisihkan dana di bank syariah

Penelitian ini melibatkan variabel moderasi, yaitu religiusitas, untuk menganalisis pengaruh hubungan antar variabel utama. Variabel moderating merupakan variabel yang berfungsi untuk menjelaskan bagaimana variabel tersebut dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan kata lain, variabel moderating dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

Religiusitas dianggap dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh dari Word of Mouth, literasi keuangan, dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah. Misalnya, santri dengan religiusitas tinggi biasanya cenderung lebih mudah untuk menerima informasi positif. Dengan latar belakang religiusitas yang kuat dan kesadaran akan pentingnya produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, diharapkan santri Generasi-Z memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan produk perbankan syariah. Produk perbankan syariah, seperti rekening tabungan syariah, yang tidak hanya menawarkan keuntungan ekonomi tetapi juga sejalan dengan ajaran agama yang mereka anut (Susanto & Muzakki, 2017).

Berdasarkan latar belakang serta berbagai penelitian yang telah dilakukan, masih ditemukan ketidaksesuaian atau variasi dalam hasil penelitian tersebut. Maka dari itu, penulis melihat bahwa masih ada celah untuk melakukan penelitian ulang dengan adanya perbedaan temuan antara penelitian satu dan penelitian lainnya. Walaupun mayoritas penduduk D.I Yogyakarta beragama Islam, akan tetapi tingkat minat menabung di bank syariah masih tergolong rendah, terutama di kalangan generasi muda seperti santri Generasi-Z di D.I Yogyakarta. Sebelumnya peneliti telah melakukan survei prapenelitian terhadap santri generasi-Z yang ada di D.I Yogyakarta. Berdasarkan pengamatan awal tersebut diketahui bahwa sebagian dari santri generasi-Z masih minim dalam menggunakan produk perbankan syariah. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis bermaksud untuk melaksanakan penelitian lanjutan dengan judul **“Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Santri Generasi-Z D.I Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Dengan demikian, permasalahan yang hendak dikaji dalam studi ini dirumuskan, berupa :

1. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi?
5. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi?
6. Apakah Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan dalam rangka untuk tujuan kajian yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan pengaruh *Word Of Mouth* terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk menjelaskan pengaruh Literasi Keuangan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.

3. Untuk menjelaskan pengaruh Pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk menjelaskan pengaruh *Word Of Mouth* terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi.
5. Untuk menjelaskan pengaruh Literasi Keuangan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi.
6. Untuk menjelaskan pengaruh Pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini bisa menambah wawasan secara umum juga informasi khusus tentang pengaruh *Word of Mouth*, Literasi Keuangan dan Pengetahuan dengan religiusitas sebagai variabel moderasi terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat praktis bagi penyusun yaitu bisa menambah pengetahuan juga wawasan tambahan tentang pengaruh *Word of Mouth*, Literasi Keuangan dan Pengetahuan dengan religiusitas sebagai variabel moderasi terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia
- b. Manfaat praktis untuk perusahaan yaitu bisa menjadi bahan masukan dan saran kepada perusahaan

- c. Manfaat praktis bagi pembaca yaitu menambah ilmu pengetahuan juga penambah wawasan yang luas berkaitan dengan permasalahan yang saya angkat.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman serta memberikan kejelasan dalam pembahasan skripsi ini, penulis akan menguraikan struktur pembahasan yang digunakan. Skripsi ini disusun dalam lima bab utama yang masing-masing membahas topik tertentu secara rinci :

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan gambaran secara singkat mengenai latar belakang masalah yang menjadi fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan. Bagian ini bertujuan untuk memperkenalkan topik penelitian dan memberikan gambaran umum tentang isi penelitian.

BAB II Landasan Teori

Bab ini memuat dasar-dasar teori yang menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian. Bab ini dibagi menjadi beberapa sub-bab, yaitu kajian teori, tinjauan penelitian sebelumnya, perumusan hipotesis, serta penyusunan kerangka penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan metode penelitian yang terdiri dari desain penelitian, variabel dan operasional variabel penelitian, populasi dan

sampel, sumber data dan teknik pengumpulan, dan metode pengujian hipotesis.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini, akan disajikan hasil penelitian beserta pembahasan yang mencakup deskripsi umum mengenai objek penelitian atau sampel yang digunakan. Selanjutnya, dilakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data secara rinci. Pengujian hipotesis dilakukan guna menjawab permasalahan penelitian serta menilai validitas hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Proses pengujian ini menggunakan teknik analisis statistik yang sesuai. Hasil yang diperoleh kemudian dibahas dan diinterpretasikan secara mendalam untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas serta memperkuat bukti kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

BAB V Penutup

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada peneliti selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan di beberapa Pondok Pesantren Yogyakarta, peneliti memperoleh beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara word of mouth dengan minat santri generasi Z dalam menabung di Bank Syariah Indonesia. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini dapat diterima.
2. Tidak ditemukan adanya pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung santri generasi-Z di Bank Syariah Indonesia. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini tidak dapat diterima.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan santri generasi-Z dengan minat mereka dalam menabung di Bank Syariah Indonesia. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini dapat diterima, yang berarti pengetahuan berperan penting dalam mempengaruhi minat menabung pada kelompok tersebut.
4. Religiusitas tidak berperan sebagai variabel moderasi hubungan antara promosi dari mulut ke mulut dan minat menabung santri generasi-Z di Bank Syariah Indonesia. Dengan kata lain, tingkat religiusitas yang dimiliki santri generasi-Z melemahkan pengaruh positif word of mouth terhadap keputusan mereka untuk menabung di bank tersebut. Oleh karena itu, (H5) dalam penelitian ini tidak didukung oleh data dan dinyatakan ditolak.

5. Religiusitas tidak berperan sebagai sebagai variabel moderasi hubungan antara literasi keuangan terhadap minat menabung santri generasi-Z di Bank Syariah Indonesia. Dengan demikian, hipotesis keenam (H6) dalam penelitian ini tidak terbukti dan harus ditolak.
6. Religiusitas tidak berperan sebagai sebagai variabel moderasi hubungan antara pengetahuan terhadap minat santri generasi-Z menabung di Bank Syariah Indonesia. Hasil ini dapat diartikan bahwa H7 dalam penelitian ini ditolak.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah disusun dan dilaksanakan secara cermat dengan mempertimbangkan waktu yang sesuai. Namun demikian, peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan, di antaranya adalah sampel penelitian yang hanya melibatkan tujuh pondok pesantren di wilayah D.I Yogyakarta dan juga memiliki keterbatasan pada kriteria responden yang digunakan, dimana sampel yang dipilih mungkin kurang mewakili seluruh populasi yang relevan sehingga dapat memengaruhi asil penelitian. Selain itu, tidak seluruh pondok pesantren tersebut menjalin kerja sama dengan perbankan syariah, sehingga jumlah santri yang menggunakan layanan perbankan syariah masih tergolong sedikit. Keterbatasan lain yang ditemukan adalah penelitian ini memiliki keterbatasan pada beberapa pertanyaan kuesioner yang kurang tepat dalam mengukur variabel yang diteliti, sehingga berpotensi mempengaruhi validitas data.

C. Saran

Berdasarkan hasil temuan yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan sejumlah rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan masukan yang dapat

dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan maupun pengembangan kebijakan di masa mendatang :

1. Untuk lembaga perbankan syariah diharapkan dapat memperluas jangkauan layanannya tidak hanya terbatas pada institusi formal, tetapi juga menyasar lembaga pendidikan non formal, seperti pondok pesantren. Keberadaan pondok pesantren sangat signifikan dan dikenal luas, terutama di daerah Yogyakarta, sehingga menjadi potensi strategis dalam pengembangan inklusi keuangan syariah.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar penyebaran kuesioner dilakukan tidak hanya mengambil tujuh pondok pesantren tetapi bisa memilih lebih banyak pondok pesantren serta tidak hanya dilakukan secara daring, tetapi juga secara luring. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat memberikan pendampingan langsung kepada responden selama proses pengisian kuesioner. Serta bisa memperluas dan memperjelas kriteria responden dengan mempertimbangkan variasi demografis dan karakteristik yang lebih beragam. Oleh karena itu, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penyusunan dan uji coba instrumen kuesioner yang lebih mendalam, termasuk validasi dan reliabilitas, agar pertanyaan yang digunakan dapat lebih akurat dan relevan dalam menggambarkan fenomena yang diteliti. Dengan demikian, diharapkan responden dapat memahami dengan lebih baik setiap pertanyaan yang diajukan, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih valid dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, F. (2019). Analisis Perbandingan kinerja keuangan perbankan Syariah dengan perbankan Konvensional. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Agustin, H. (2021). Teori bank syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83.
- Aisyah, A. (2022). *Pengaruh Tingkat Ketertarikan Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Magic Com Merek Miyako Pada Masyarakat Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilirprovinsi Riau*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Akbar, S. (2013a). *Instrumen perangkat pembelajaran*.
- Akbar, S. (2013b). Instrumen perangkat pembelajaran (A. Holid (ed.). *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Andini, V. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang. *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(2), 137–148.
- Aristyanto, E., & Edi, A. S. (2022). Pengaruh religiusitas dan kualitas layanan terhadap minat dan keputusan masyarakat membayar zakat melalui platform digital pada yayasan pengelola zakat di Surabaya. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2(2), 186–202.
- Astuti, S. (2013). *Hubungan tingkat pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap upaya pencegahan penyakit Tuberkulosis di rw 04 Kelurahan Lagoa Jakarta Utara Tahun 2013*.
- Babin, B. J., Lee, Y., Kim, E., & Griffin, M. (2005). Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 19(3), 133–139.
- Basuki, W. (2017). Praktik Sosial Sabung Ayam Di Desa Becirongengor Kecamatan Wonoayu. *Paradigma*, 5(1).
- Bukhori, B. (2006). Kesehatan mental mahasiswa ditinjau dari religiusitas dan kebermaknaan hidup. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 11(22), 93–106.
- Dafiq, B. I., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 4971–4982.

- Darsini, D., Fahrurrozi, F., & Cahyono, E. A. (2019). Pengetahuan; artikel review. *Jurnal Keperawatan*, 12(1), 13.
- Dwiantoro, R. Z., Haryono, H., & Imamah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik. *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 55–63.
- Effendi, A. (2016). Industri perbankan syariah di indonesia dalam perspektif undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. *Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 1(2), 151–166.
- Elpansyah, C., Nurdin, S., & Rahayu, Y. S. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Melalui Citra Perusahaan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Umroh PT Indojava Mulia Wisata. *Jurnal Sains Manajemen*, 1(1), 85–95.
- Ermawati, N. (2018). Pengaruh religiusitas, kesadaran wajib pajak dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 10(1), 106–122.
- Faiz, M. W. (2024). *Pengaruh literasi keuangan dan word of mouth terhadap minat menggunakan produk pembiayaan dengan religiusitas sebagai variabel moderasi: Studi pada anggota BMT UGT Nusantara Capem Pujon*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ghozali, I. (n.d.). *PARTIALLEAST SOUARES I KONSEP TEKNIK DAN APLIKASIMenggunakan Program martPLS 4 0*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Hadinata, S. (2019). Islamic Social Reporting Index dan Kinerja Keuangan Pada Perbankan Syariah di Indonesia. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 72–95.
- Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2019). Multivariate Data Analysis, Multivariate Data Analysis. In *Book* (Vol. 87, Issue 4). www.cengage.com/highered
- Handayani, A., Ekonomi, F., Islam, D. B., & Bukittinggi, I. (2019). *Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable Heru Aulia Azman*.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa universitas muhammadiyah Palembang pada bank syariah. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485–495.
- Hayati, R. (2020). *PENGARUH WORD OF MOUTH, BAURAN PEMASARAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPATUHAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH DENGAN*

RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Gubug Grobogan).

- Hendrawan, A. (2019). Gambaran tingkat pengetahuan tenaga kerja PT'X tentang undang-undang dan peraturan kesehatan dan keselamatan kerja. *Jurnal Delima Harapan*, 6(2), 69–81.
- Heryanto, R., & Juliarto, A. (2017). Pengaruh corporate social responsibility terhadap profitabilitas perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2014-2015). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 540–547.
- Hidayanti, S. K., & Satriyani, I. T. (2022). Strategi Promosi Melalui Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM RM Sate Taichan Senayan Palembang). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 149–158.
- Ismail, D. H., & Nugroho, J. (2022). Kompetensi Kerja Gen Z di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1300–1307.
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). *Perbankan dan literasi keuangan*. Deepublish.
- Joesyiana, K. (2018). The effect of word of mouth on consumer purchasing decisions at Shopee (online shop) in Pekanbaru: Survey of 7th semester students of Economics Accounting Education, Faculty of Teacher Training and Education, Islamic University of Riau. *Valuta*, 4(1), 71–85.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi12*, Jakarta: PT. Indeks.
- Kuantitatif, P. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Kurniasari, E. (2021). Prospek masa depan bank syariah di indonesia pasca pemergeran bank-bank syariah bumn. *Rechtenstudent*, 2(1), 35–45.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54(1), 205–224.
- Manap, J. H., Hamzah, A., Noah, S. M., Kasan, H., Krauss, S. E., Mastor, K. A., Suandi, T., & Idris, F. (2013). Prinsip Pengukuran Religiositi dan Personaliti Muslim. *Jurnal Psikologi Dan Pembangunan Manusia*, 1(1), 36–43.
- Mariantika, U., & Nuryakin. (2023). The Influence of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention Through Brand Image as Variable Intervening. *International Conference on Human-Computer Interaction*, 380–385.

- Mubarak, Z. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2875–2881.
- Najjoan, D. (2020). Memahami hubungan religiusitas dan spiritualitas di era milenial. *Educatio Christi*, 1(1), 64–74.
- Nastiti, N., Hartono, A., & Ulfah, I. F. (2020). Pengaruh religiusitas, pengetahuan perbankan, pengetahuan produk perbankan, pengetahuan pelayanan perbankan, dan pengetahuan bagi hasil terhadap preferensi menggunakan jasa perbankan syariah. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1).
- Noer, A., Tambak, S., & Rahman, H. (2017). Upaya Ekstrakurikuler Kerohanian Islam (ROHIS) dalam Meningkatkan Sikap Keberagamaan Siswa di SMK Ibnu Taimiyah Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah*, 2(1), 21–38.
- Nuraini, K. R. (2019). *Analisis Sosialisasi Literasi Keuangan Syariah Oleh Bank Mandiri Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion (Studi Pada Pedagang Di Pasar Plaza Bandar Jaya)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Nurullah, A. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN, SOCIAL MEDIA MARKETING, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT GEN Z MEMBUKA REKENING TABUNGAN ONLINE DI BANK MUAMALAT (Studi Pada Gen Z Kalangan Pelajar Wilayah DKI Jakarta)*. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UIN JAKARTA.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Pakkawaru, I. (2018). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung dan Informasi Sebagai Variabel Moderating. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 12(2), 365–387.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). Manajemen pemasaran. Jakarta: Erlangga, 20012.
- Putri, N. V., Herawaty, N., & Yustien, R. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi)*. Akuntansi.
- Rahmatulloh, F. M., Rohmatiah, A., & Warnaningtyas, H. (2022). Pengaruh Financial literacy, Digital marketing Dan Word of mouth Terhadap Minat Menggunakan Internet banking Pada Nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kc Ponorogo Selama Pandemi Covid-19. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 128–138.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk,

- kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada sepatu nikel running di semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 59–70.
- Rani Mahira, E. a. (2024). *SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH DI UNIVERSITAS KOTA SERANG)*. 9(204), 3541–3554.
- Rasyid, R. (2012). Analisis tingkat literasi keuangan mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Rokhani, S., & Nurkhin, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Business and Accounting Education Journal*, 2(2), 235–243.
- Romdhoni, A. H. (2018). Pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136–147.
- Sadiyah, M., & Puspa, D. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 25–43.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Sari, N. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Locus of Control, Life Style, dan Gender terhadap Financial Management Behavior Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 670–680.
- Sawaty, I., & Tandirerung, K. (2018). Strategi pembinaan akhlak santri di pondok pesantren. *Al-Mau'izhah: Jurnal Bimbingan Dan Penyuluhan Islam*, 1(1).
- Sernovitz, A. (2009). Word of mouth marketing: How smart companies get people talking. (*No Title*).
- Shalihah, K., & Madjakusumah, D. G. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank X Sukabumi. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 91–96.
- Subkhan, M., & Yusli, M. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Brand Image dan Word of Mouth terhadap Minat Generasi Z pada Bank Syariah (Studi Kasus di Bank Syariah Kabupaten Sleman)*.
- Sudarman, L., Jejen, L., & Husriah, H. (2022). Peran Religiusitas dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*,

- 9(1), 1–8.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sugiyono, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.
- Sulistyono, M. A. (2016). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condong Catur Yogyakarta)*. UII.
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443–450.
- Susanti, A., & Ardyan, E. (2018). Tingkat pendidikan, literasi keuangan, dan perencanaan keuangan terhadap perilaku keuangan UMKM di Surakarta. *Telaah Bisnis*, 18(1).
- Susanto, H., & Muzakki, M. (2017). Perubahan perilaku santri (studi kasus alumni pondok pesantren salafiyah di desa langkap kecamatan besuki kabupaten situbondo). *Istawa: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(1), 1–42.
- Wardana, M. A. (2016). Pengaruh pertimbangan, pengetahuan, sikap nasabah terhadap keputusan nasabah memilih produk bank Syariah di kota Denpasar. *Forum Manajemen*, 14(1), 79–88.
- Wibowo, M. B. S., & Iqbal, M. (2021). Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 93–106.
- Yudha, A. T. R. C. (2021). *Fintech syariah dalam sistem industri halal: Teori dan praktik*. Syiah Kuala University Press.