



**PENGARUH PERSEPSI, RELIGIUSITAS
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
MENABUNG SANTRI
DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Santri Mukim Pondok
Pesantren Bustanul Mansuriyah)**



UMI MA'RIFAH
NIM. 4221026

2025

**PENGARUH PERSEPSI, RELIGIUSITAS DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI
DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Santri Mukim Pondok Pesantren Bustanul
Mansuriyah)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

UMI MA'RIFAH
NIM. 4221026

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**PENGARUH PERSEPSI, RELIGIUSITAS DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI
DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Santri Mukim Pondok Pesantren Bustanul
Mansuriyah)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

UMI MA'RIFAH
NIM. 4221026

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Umi Ma'rifah

NIM : 4221026

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi, Religiusitas dan Promosi Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Mukim Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 23 Mei 2025
Yang menyatakan,



Umi Ma'rifah

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Umi Ma'rifah

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalamualikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Umi Ma'rifah
NIM : 4221026
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi, Religiusitas dan Promosi Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Mukim Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 23 Mei 2025
Pembimbing,


Svifa Rohmah, M.M.
NIP. 199408222022032001



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : Umi Ma'rifah
NIM : 4221026
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Religiusitas dan Promosi Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Mukim Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah)
Dosen Pembimbing : Syifa Rohmah, M.M.

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 13 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I


Agus Arwani, M.Ag.
NIP.197608072014121002

Penguji II


Ardiyan Darutama, M.Phil.
NIP.198501262020121004

Pekalongan, 23 Juni 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. AM. Muh. Khalidz Ma'shum, M.Ag.
NIP.197806162003121003

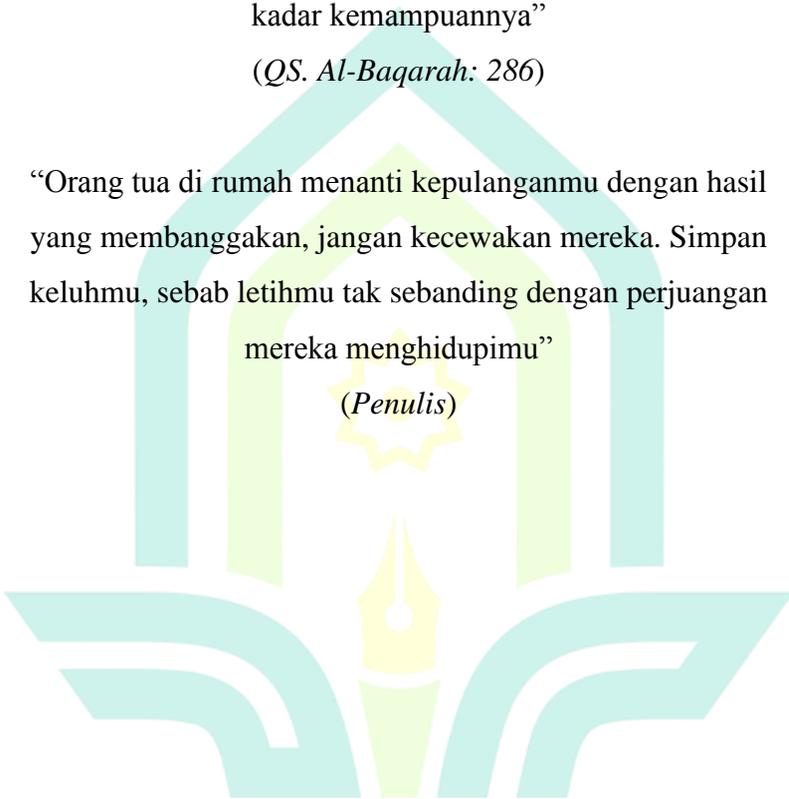
MOTTO

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan, tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kemampuannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu”

(Penulis)

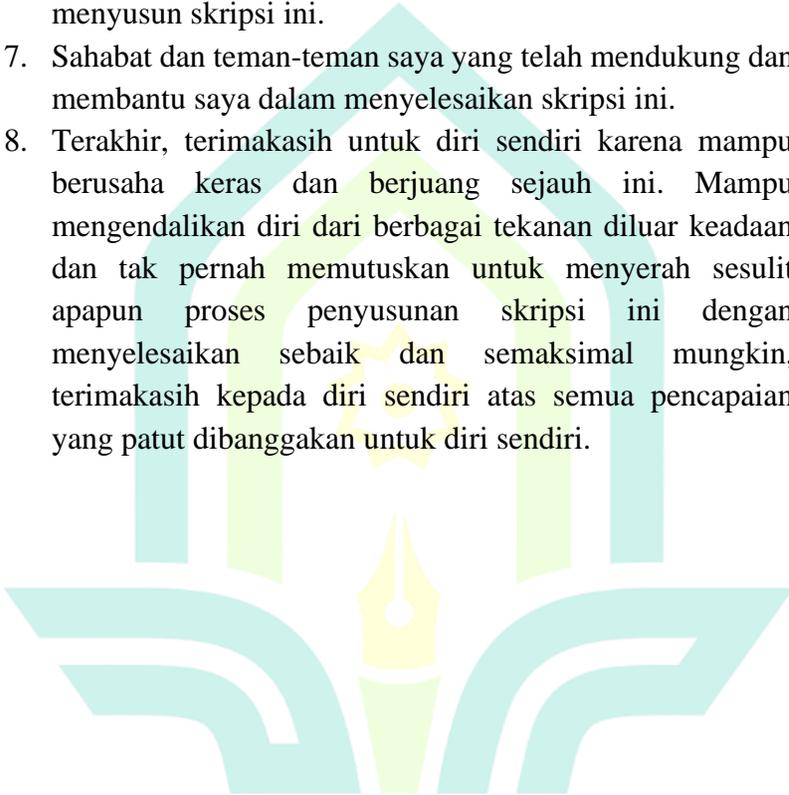


PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materi dan non materi dari berbagai pihak, berikut ini berbagai persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Teruntuk superheroku bapak Ahmad Fauzi dan pintu surgaku ibu Maryamah terimakasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan namun beliau mampu mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dan cinta, selalu memberikan dukungan, motivasi serta do'a yang dipanjatkan selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Kakak saya Ahmad Irfangi, S.Pd. dan Ahmad Muarif yang telah memberikan do'a serta dukungan selama saya menempuh pendidikan.
3. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Dosen pembimbing saya Syifa Rohmah, M.M. yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penulisan skripsi ini.
5. M. Shultoni, MA., M.S.I, Ph.D selaku dosen penasehat akademik (DPA).
6. Semua responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Sahabat dan teman-teman saya yang telah mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, terimakasih kepada diri sendiri atas semua pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.



ABSTRAK

UMI MA'RIFAH. Pengaruh Persepsi, Religiusitas dan Promosi Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Santri Mukim Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah).

Minat menabung dapat diartikan sebagai keinginan yang muncul dari diri sendiri tanpa dipaksa oleh orang lain untuk menyimpan uang, keinginan tersebut berasal dari keinginan atau daya tarik terhadap barang atau jasa yang belum terpenuhi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh persepsi, religiusitas dan promosi terhadap minat menabung santri di Bank Syariah.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Sampel penelitian terdiri dari santri mukim yang dipilih secara *purposive sampling* sebanyak 117. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS *statistics* 25 untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan religiusitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat menabung santri di bank syariah. Selain itu, promosi juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat menabung, meskipun pengaruhnya tidak sebesar dua variabel sebelumnya. Secara simultan, persepsi, religiusitas, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di Bank Syariah.

Kata Kunci: Persepsi, Religiusitas, Promosi, Minat Menabung

ABSTRACT

UMI MA'RIFAH. The Influence of Perception, Religiosity and Promotion on the Interest of Saving of Students in Islamic Banks (Case Study on Resident Students of Bustanul Mansuriyah Islamic Boarding School).

Interest in saving can be interpreted as a desire that arises from oneself without being forced by others to save money, this desire comes from the desire or attraction to goods or services that have not been fulfilled. The purpose of this study is to determine the influence of perception, religiosity and promotion on the interest of saving of students in Islamic Banks.

This study is a quantitative study, with the type of field research. The data collection method used was through a questionnaire measured using a Likert scale. The research sample consisted of 117 resident students selected by *purposive sampling*. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS statistics 25 to determine the influence of each independent variable on the interest in saving in Islamic Banks.

The results of the study showed that perception and religiosity significantly had a positive effect on the interest of saving of students in Islamic banks. In addition, promotion also contributes to increasing interest in saving, although its influence is not as large as the two previous variables. Simultaneously, perception, religiosity, and promotion have a significant effect on the interest in saving of students at Islamic Banks.

Keywords: Perception, Religiosity, Promotion, Interest in Saving

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Progam Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Drajat Stiawan, M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ulfa Kurniasih, M. Hum. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Syifa Rohmah, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
7. M. Shultoni, MA., M.S.I, Ph.D. selaku dosen penasehat akademik (DPA).
8. Seluruh santri mukim Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah, yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.

9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
 10. Sahabat dan teman-teman saya yang telah mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 23 Mei 2025

Penulis,



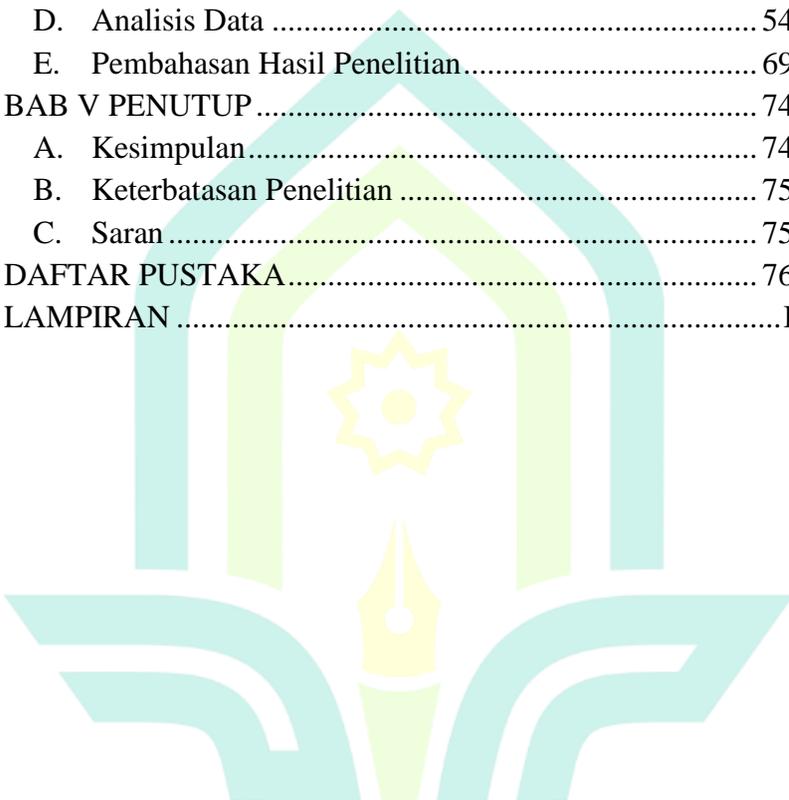
Umi Ma'rifah



DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Landasan Teori	10
B. Telaah Pustaka.....	20
C. Kerangka Berfikir	27
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Pendekatan Penelitian.....	31
C. <i>Setting</i> Penelitian	32
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
E. Variabel Penelitian	33

F. Sumber Data	36
G. Teknik Pengumpulan Data	36
H. Metode Analisis Data	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
B. Karakteristik Responden.....	47
C. Deskripsi Jawaban Responden	49
D. Analisis Data	54
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Keterbatasan Penelitian	75
C. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḏ	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	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
و...َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ِى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru jamī`anv

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pondok Pesantren di Desa Rowolaku.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Kriteria Sampel.....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Penelitian.....	34
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Terkait Variabel Persepsi .	49
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Terkait Variabel Religiusitas	50
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Terkait Variabel Promosi .	51
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Terkait Variabel Minat Menabung	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung..	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Glesjer.....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial).....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan)	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Determinasi (R ²).....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	I
Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	II
Lampiran 3 Instrumen Penelitian	III
Lampiran 4 Jawaban Responden	IX
Lampiran 5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	XVI
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Data	XIX
Lampiran 7 Nilai r Tabel	XXVI
Lampiran 8 Nilai t Tabel	XXVII
Lampiran 9 Dokumentasi	XXVIII
Lampiran 10 Riwayat Hidup Penulis	XXIX



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam, Indonesia adalah tempat yang ideal untuk mengembangkan perbankan syariah. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan ukuran keberhasilan ekonomi syariah. Menurut Undang-undang No.21 Tahun 2008, bank syariah adalah lembaga keuangan yang bertanggung jawab untuk menghimpun dana dari masyarakat. Jika ada dana tambahan, atau *surplus*, maka dana tersebut akan disalurkan ke pihak yang kekurangan dana, melalui mekanisme tertentu (Anisa & Tripuspitorini, 2019). Di Indonesia, bank syariah telah berkembang dengan cepat, akan tetapi jumlah kantor mereka masih sangat kecil dibandingkan dengan bank konvensional (Shandy Utama, 2020).

Akhir-akhir ini, popularitas pondok pesantren didukung oleh banyaknya buku yang membahas tentang pondok pesantren yang bukan hanya ditulis oleh para ahli Indonesia, tetapi juga oleh peneliti dan penulis tunggal. Pondok pesantren dianggap sebagai lembaga pendidikan Islam yang kuat. Selain itu santri termasuk kedalam salah satu komponen yang dapat berkontribusi pada pengembangan keuangan syariah (Meilani, 2019). Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan nonformal yang mengajarkan agama Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (Karimah, 2018).

Sebagian besar santri pondok pesantren berasal dari berbagai daerah, bahkan ada dari mereka yang berasal dari luar Jawa. Di pondok pesantren, mereka belajar tentang ilmu agama, salah satu materi yang mereka pelajari adalah ekonomi Islam, seperti syarat-syarat jual beli, cara

bertransaksi yang benar menurut Islam, dan cara bertransaksi menggunakan prinsip ekonomi Islam. Tidak sedikit dari mereka yang pernah mendengar tentang perbankan syariah atau bahkan bertransaksi dengan bank syariah untuk kepentingan mereka sendiri. Karena faktor jauh dari kedua orang tua, dalam bertransaksi mereka melalui jasa perbankan baik perbankan syariah maupun konvensional (Fauzy et al., 2019).

Masyarakat memandang pesantren sebagai contoh dalam kehidupan sehari-hari mereka, sehingga pesantren dapat berfungsi sebagai praktik teori ekonomi syariah dan juga sebagai lembaga konsumsi dalam aktivitas ekonomi. Dengan demikian, pesantren dapat berfungsi sebagai lembaga konsumsi dengan sumber daya manusia santri yang dapat dimanfaatkan oleh Bank Syariah. Dengan menggunakan sistem pembayaran elektronik untuk pesantren, santri, dan wali santri pondok pesantren dapat mengurangi kebutuhan akan uang tunai. Dengan hal ini sangat membantu pesantren untuk mencegah kehilangan uang, baik di pesantren maupun antar santri. Untuk memudahkan transaksi, kini pondok pesantren melakukan kerja sama dengan berbagai lembaga keuangan, baik bank syariah maupun konvensional (Baharun & Ardillah, 2019).

Pondok pesantren merupakan pendidikan nonformal yang kini persebarannya sudah diatur oleh Kementerian Agama melalui sistem aplikasi EMIS (*Education Management Information System*), yang berfungsi untuk mengambil keputusan, menyusun aturan baru, hingga membuat layanan yang dibutuhkan. Dilihat dari data EMIS persebaran pondok pesantren di provinsi Jawa Tengah tergolong cukup banyak, lebih tepatnya di Kota Pekalongan yang memiliki julukan kota santri. Bukan hanya di kota, di kabupaten persebaran pondok pesantren

juga tergolong banyak lebih tepatnya di Kecamatan Kajen. Perguruan tinggi dapat menjadi daya tarik bagi mahasiswa diluar kota, tidak sedikit dari mereka yang memilih untuk bermukim di pondok pesantren (Karimah, 2018).

Santri dapat menjadi salah satu komponen pangsa pasar yang layak untuk menambah jumlah nasabah pada perbankan syariah, Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah merupakan pendidikan nonformal yang berada di Desa Rowolaku, Kecamatan Kajen, Kabupaten Pekalongan yang letaknya tidak jauh dengan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan sehingga mayoritas santri berstatus sebagai mahasiswa, meskipun mereka berstatus sebagai santri mereka juga belajar tentang ilmu ekonomi Islam dan hukum-hukumnya, dan mereka tidak asing pula dengan perbankan baik konvensional maupun syariah karena mereka mengandalkan perbankan untuk tempat transfer uang dari orang tuanya guna memenuhi kebutuhan (Zain, 2020).

Tabel 1.1

Daftar Pondok Pesantren di Desa Rowolaku

NO	Nama Ponpes	Jumlah Santri	Pengguna Bank Konvensional	Pengguna Bank Syariah
1	Bustanul Mansuriyah	250	133	117
2	Ittihadus Syafi'i	100	77	23
3	Luqman Hakim	77	50	27
4	Al-Khikmah	50	32	18
5	Griya Santri Mahabbah	48	30	18
6	Anwarul Mubarak	30	20	10

Sumber: Sebaran lembaga pontren provinsi jawa tengah (EMIS, 2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa ponpes Bustanul Mansuriyah merupakan pondok pesantren dengan

jumlah santri terbanyak di desa Rowolaku, selain itu santri yang menggunakan lembaga bank konvensional lebih banyak dibandingkan bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung santri terhadap bank syariah masih tergolong rendah, penelitian ini didukung oleh teori Kotler yang mengatakan bahwa keadaan individu sebelum melakukan tindakan dikenal sebagai minat, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan (Syahriyal, 2018).

Persepsi seseorang tentang bank syariah juga dapat mempengaruhi keinginan mereka untuk menabung di Bank Syariah. Persepsi menunjukkan bagaimana seseorang memahami dan menanggapi informasi yang mereka terima, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Aprilia, 2022), menunjukkan hasil bahwa persepsi santri tentang bank syariah dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menabung di Bank Syariah KC. Purwokerto. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawaty, 2019) menunjukkan bahwa persepsi tentang produk syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Selain faktor persepsi yang diduga mempengaruhi minat menabung, religiusitas juga berperan dalam pembentukan perilaku konsumen. Religiusitas merupakan bagian penting dalam kehidupan, agama berfungsi sebagai landasan berperilaku seorang yang beragama. Seseorang yang mengikuti ajaran agama dengan baik atau patuh terhadap perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya akan menjadi manusia yang tidak dapat terpengaruh oleh dunia materialistis (Mahardika, 2019). Menurut (Aulia, 2020) religiusitas adalah sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan pada keyakinan atau kepercayaan agama

seseorang. Oleh karena itu, religiusitas merupakan komponen yang mempengaruhi keputusan masyarakat.

Menurut penelitian (Mardiana, 2021), menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, karena sudah seharusnya ada tingkat religiusitas yang tinggi di lingkungan pesantren dengan banyaknya pengetahuan agama, mungkin ada peningkatan keinginan untuk menabung di bank Syariah. Masyarakat muslim yang memiliki tingkat religius yang tinggi dapat mendorong orang lain untuk berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama. Namun dalam jurnal penelitian (Maghfiroh, 2018), menemukan hasil bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat.

Untuk menarik minat calon nasabah, bank juga harus memperhatikan promosi, tindakan promosi ini dapat menarik dan mempertahankan nasabah untuk menabung di bank. Promosi juga dapat mengurangi minat nasabah jika dilakukan dengan cara yang tidak tepat bahkan berlebihan. Oleh karena itu, bank harus bisa memanfaatkan dengan sebaik mungkin (Ortega, 2021). Salah satu strategi yang sangat penting bagi setiap bisnis adalah strategi promosi. Strategi ini digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan semua produk yang dijualnya untuk menarik pelanggan baru. Berdasarkan penelitian (Ortega, Daniel, 2017), strategi promosi mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, hal ini dipengaruhi oleh media televisi dan internet yang menjadi media paling mempengaruhi minat menabung masyarakat di bank syariah. Namun dalam penelitian (Majhaf, 2020), menunjukkan hasil bahwa promosi tidak berpengaruh

signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, sebaliknya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini terjadi karena kurangnya promosi yang dilakukan bank syariah terhadap masyarakat sekitar.

Minat adalah rasa ingin tahu dan ketertarikan terhadap suatu hal atau aktivitas tanpa adanya yang menyeluruh, minat selalu diikuti dengan perasaan senang yang akhirnya menghasilkan kepuasan (Herawati et al., 2020). Dalam dunia perbankan, pelanggan adalah nasabah. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, pasal 1 menyatakan bahwa “Nasabah merupakan pihak yang menggunakan layanan jasa bank, nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan”.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa minat menabung santri adalah suatu ketertarikan serta rasa suka dalam diri seseorang yang mendorong dan mempengaruhi perilakunya untuk menggunakan produk atau jasa untuk melakukan penyimpanan uang mereka di bank dengan tujuan tertentu (T. Astuti & Mustikawati, 2020). Dalam penelitian (Purnomo et al., 2021) menunjukkan bahwa minat masyarakat Kabupaten Banyumas untuk menabung di bank syariah dipengaruhi oleh tingkat promosi dan lokasi. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Ghojali & Suryaman, 2024) ada kemungkinan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah Indonesia, sedangkan promosi dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan.

Oleh sebab itu, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui fakta mengenai pengaruh dari persepsi, religiusitas, dan promosi bank syariah

terhadap minat menabung di bank syariah. Selain itu, adanya perbedaan penelitian terdahulu sehingga penulis ingin menguji kembali faktor tersebut dengan objek penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis memandang penting dan layak untuk mengetahui lebih lanjut mengenai **PENGARUH PERSEPSI, RELIGIUSITAS DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Santri Mukim Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi terhadap perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung santri di bank syariah?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung santri di bank syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung santri di bank syariah?
4. Apakah persepsi, religiusitas dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung santri di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi terhadap minat menabung santri di bank syariah
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat manabung santri di bank syariah
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menabung santri di bank syariah

4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi, religiusitas dan promosi secara simultan terhadap minat menabung santri di bank syariah

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini mencakup dua aspek:

1. Kegunaan Teoritis

Memperkaya informasi pengetahuan mengenai pengaruh persepsi, religiusitas dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. Serta dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan pengembangan tentang kajian perbankan syariah.

2. Kegunaan Praktis

Menjadi sumber informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan perusahaan dimasa yang akan datang, serta informasi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dalam menyusun strategi kebijakan untuk meningkatkan tingkat pemasaran.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, pembahasan akan diatur secara terstruktur guna mempermudah pemahaman pembaca. Berikut adalah tata cara penyusunan pembahasan yang diterapkan:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian tersebut memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori digunakan untuk memudahkan peneliti dalam memahami seluruh variabel yang menjadi dasar terciptanya karya ilmiah yang akan disusun. Pada bab ini memuat

landasan teori, telaah pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian digunakan agar alur penelitian menjadi konkret dan membuktikan atau menguji kebenaran. Metode penelitian berisi jenis penelitian, pendekatan penelitian, *setting* penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan hasil analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung, data diolah menggunakan SPSS menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji t (parsial), uji F (simultan), uji determinasi R² serta mencakup pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bagian akhir yang memuat kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi, religiusitas dan promosi terhadap minat menabung santri di bank syariah. Responden dalam penelitian ini berjumlah 117 santri mukim Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Menabung (Y). Semakin baik persepsi yang ditimbulkan oleh bank syariah terhadap santri, maka akan mempengaruhi minat santri untuk menabung di bank syariah. Dengan demikian menunjukkan bahwa H1 diterima.
2. Variabel Religiusitas (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Menabung (Y). Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan berhati-hati pula dalam memilih segala sesuatu yang akan digunakan, tingkat religiusitas yang tinggi juga dapat mendorong santri untuk memilih menggunakan tabungan di bank syariah dalam membantu kegiatannya. Dengan demikian menunjukkan bahwa H2 diterima.
3. Variabel Promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Menabung (Y). Dengan melakukan promosi yang tepat seperti halnya penyuluhan langsung ke pondok pesantren serta memiliki program khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan santri maka dapat meningkatkan minat santri untuk membuka rekening dan menabung di

bank syariah. Dengan demikian menunjukkan bahwa H3 diterima.

4. Berdasarkan hasil uji F dinyatakan bahwa Variabel Persepsi (X1), Religiusitas (X2), dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Menabung (Y).

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya fokus pada variabel persepsi, religiusitas dan promosi terhadap minat menabung santri di bank syariah. Oleh karena itu, tidak seluruh aspek yang mempengaruhi minat menabung diteliti.
2. Lokasi penelitian yang hanya fokus di Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait atas hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi lembaga keuangan bank syariah, diharapkan untuk lebih intens dalam melakukan promosi terhadap santri di semua pondok pesantren melalui sosialisasi atau penyuluhan serta memiliki program khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianut oleh santri.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menabung santri di bank syariah, seperti variabel pengetahuan, kepercayaan, lokasi dan lain-lainnya. Dan diharapkan juga dapat memperlebar riset yang serupa dengan objek yang berbeda, supaya dapat menjadi pembanding dengan riset yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Malik, ahmad syahrizal, A. (2021). *The effect of promotion, knowledge and trust on interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Singkut in Pelawan Jaya village community. Jurnal Margin, 1(1), 36122.*
- Anisa, L. S., & Triuspitorini, F. A. (2019). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Non Performing Finance Murabahah, Dan Inflasi Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah), 3(1), 52–64.* <https://doi.org/10.32627/maps.v3i1.141>
- Aprilia, J. (2022). Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kc. *Pengaruh Persepsi Dan Perilaku Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kc Purwokerto (Studi Kasus Pondok Pesantren Modern El-Fira Purwokerto), 97.*
- Asraf. (2015). Mengaplikasikan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume, 3(2), 61–74.*
- Astuti, I. R. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah Surakarta. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal, 2(3), 167–172.* <https://doi.org/10.35899/biej.v2i3.151>
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2020). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 2(1), 182–198.* <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>
- Baharun, H., & Ardillah, R. (2019). Virtual Account Santri : Ikhtiyar Pesantren Dalam Memberikan Layanan Prima Berorientasi Customer Satisfaction Di Pondok Pesantren. *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam, 10(1), 1–20.* <https://doi.org/10.32678/ijej.v10i1.129>

- Bank, P. T., Kcpsy, S., & Perak, H. (2023). *Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada. 1(2), 790–803.*
- Bilondatu, M. (2013). Motivasi, Persepsi, Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Di Minahasa. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(3), 710–720.*
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking, 1(1), 65–75.* <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>
- Development, T., Chi, H., & City, M. (2017). *Islamic Banking In Turkey: Population Perception And Development Challenges. 1, 30–55.*
- Diasti Ramadhani. (2020). *Bank Syariah Dalam Persepsi Santri (Studi Kasus Pondok Pesantren Darush Shalihah Yogyakarta) Islamic.*
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 4(3), 702–714.* <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/571/248>
- EMIS. (2025). *Tabel sebaran lembaga pontren provinsi jawa tengah, pekalongan.*
- Fauzy, T. O., Purwadi, A., & Hakim, R. (2019). Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah, 4(2), 181–206.*

<https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v4i2.230>

- Ghojali, I., & Suryaman, M. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1564–1572. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.773>
- Ghozali. (2013). *Analisis Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Melalui Komitmen Tujuan Anggaran Dan Job Relevant Information (Jri) Sebagai Variabel Intervening (Penelitian Terhadap Perusahaan Manufaktur Di Indonesia)*. September, 3–6.
- Ghozali. (2016). *Analisis Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Melalui Komitmen Tujuan Anggaran Dan Job Relevant Information (Jri) Sebagai Variabel Intervening (Penelitian Terhadap Perusahaan Manufaktur Di Indonesia)*, 15.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Hasanah, N. (2017). Persepsi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Pada Pondok Pesantren Raudhatul Ummah di Kota Batu). *Jurnal El-Aswaq*, 4(1), 9–15.
- Herawati, H., Evinovita, E., & Sukarna, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Religiuitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 89–109. <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/347>
- Inggriani. (2019). Pengaruh “Brand Name”, “Perceived Quality”, Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak jenis Super, Studi Kausalitas pada

- Pengguna Motor Produksi Masal di Shell BSD 1 Jalan Pahlawan Seribu. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 26. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.188>
- Karimah, U. (2018). Pondok Pesantren Dan Pendidikan : Relevansinya Dalam Tujuan Pendidikan. *Misykat: Jurnal Ilmu-Ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah Dan Tarbiyah*, 3(1), 137. <https://doi.org/10.33511/misykat.v3n1.137>
- M Teguh, Tia, S. dan D. (2023). Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif Dan Kualitatif Pada Metode Penelitian. *Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif Dan Kualitatif Pada Metode Penelitian*, 2(6), 784–808.
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3–9. <https://doi.org/10.1177/0146167292181001>
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.
- Mahardika, T. P. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(2), 83–93. <http://www.halalcorner.id/daftar-kosmetik-%0Ahttps://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34766>
- Majhaf, S. A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 2(1), 16–33.

<https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>

- Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512–520. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8309](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309)
- Meilani, A. (2019). Persepsi Santri Terhadap Bank Syariah. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 2(2), 131–143. <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/jebi/article/view/108>
- Mulyana Assidiq, R. (2018). *Sikap dan persepsi konsumen terhadap perbankan syariah di indonesia dan malaysia*.
- Muzaki. (2025). Wawancara 10 Mei 2025
- Ortega, Daniel, A. A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap. *Jurnal Ekonomi Syariah Volume*, 5(1), 87–98.
- Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 343. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.273>
- Rahmawati, H. K. (2016). Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal di Argopuro. *Jurnal Community Development*, 1(2), 35–52. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Kegiatan+Religiusitas+Masyarakat+Marginal+di+Argopuro&btnG=
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'Ah Semarang. *Addin*, 8(1), 1–28. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Addin/article/viewFile/587/600>

- Raihana, S., & Aulia, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 110. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8643>
- Rinny. (2020). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2010 – 2014. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan FE Universitas Budi Luhur*, 5(2), 41–59.
- Rohimah, R. B. (2019). Moderasi Islam dan Wawasan Kebangsaan dalam Persepektif Santri. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3(2), 139–156. <https://doi.org/10.21009/hayula.003.2.02>
- Saputra, A. E. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 8(1), 8–20. <https://doi.org/10.58553/jalhu.v8i1.1116>
- Sari, I., Sirait, N., & Inayah, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Mengikuti Asuransi Dana Pendidikan pada Perusahaan Asuransi Syariah. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 2(1), 81–95. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v2i1.1794>
- Sari, P. T., & Fahlevi, M. R. (2024). *Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung Pada Produk Simpanan Wadiah (Studi Masyarakat Desa Lembang Besar Lampung Utara)*. 10, 415–430. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v10i2.52196>
- Sederhana, K. K. (n.d.). *Tabel r (Koefisien Korelasi*

Sederhana).

- Shandy Utama, A. (2020). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *UNES Law Review*, 2(3), 290–298. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v2i3.121>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Dr. Bambang Ismaya, S.Ag., M.Pd., M.Si. Desain (ed.); Issue January).
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.
- Suprpto, R., Susanti, N. I., & Ferikha, Z. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Ugt Sidogiri Capem Sempu. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 28–39. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1280>
- Sukma. (2025) Wawancara 10 Mei 2025
- Syafrida, I., & Aminah, I. (2015). Faktor Perlambatan Pertumbuhan Bank Syariah Di Indonesia Dan Upaya Penanganannya. *Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 7–20.
- Syahriyal. (2018). Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat... Syahriyal. *Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 139–156.
- Tajudin, Makhdelafa Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok. *Islamicomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46. <https://doi.org/10.32678/ije.v8i1.64>
- Tayubi, Y. R. (2020). Identifikasi Miskonsepsi pada Konsep-

Konsep Fisika Menggunakan Certainty of Response Index (CRI). *Jurnal UPI*, 24(3), 4–9.

Triana, L., Widodo, W., Manajemen, P. S., Serang, K., Subjektif, N., Perilaku, K., & Perbankan, L. (2020). *Maker : Jurnal Manajemen Persepsi Calon Nasabah Perbankan Konvensional Dan*. 6.

Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohadhi, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.

Yadi. (2022). *Lampiran 8 , T Tabel Untuk Alpha α 5 % t*. 972.

Zain, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Santri, Religiusitas Dan Promosi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Pada Produk Simpanan Pelajar (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Mukhlisin)*.
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/52190/1/Sulaiman Zain-Feb.Pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/52190/1/Sulaiman%20Zain-Feb.Pdf)



Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Umi Ma'rifah
2. Tempat Tanggal Lahir : Ciamis, 28 Januari 2003
3. Alamat Rumah : Dsn. Padaemut, Kec. Lakbok, Kab. Ciamis,
4. Alamat Tinggal : Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen, Pekalongan
5. Nomor *Handphone* : 085353364214
6. Email : umimarifah@mhs.uingusdur.ac.id
7. Nama Ayah : Ahmad Fauzi
8. Pekerjaan Ayah : Petani
9. Nama Ibu : Maryamah
10. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MI Padaemut Ciamis Jawa Barat
2. SMP : MTS El-Bayan Cilacap Jawa Tengah
3. SMA : MA El-Bayan Cilacap Jawa Tengah

C. PENGALAMAN ORGANISASI

Ketua Sub Divisi Pencak Silat Pagar Nusa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan (2022-2023)

D. PRESTASI AKADEMIK/SENI/OLAHRAGA

Pencak Silat (Kejurkab Pagar Nusa), Juara 1, Kabupaten, 2024

Pekalongan, 24 Mei 2025



Umi Ma'rifah