

**PENGARUH PENGETAHUAN, MOTIVASI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
MASYARAKAT DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Masyarakat Desa Kebonsari
Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh:

LAILA KAMALA TIRRISALA

NIM 4121134

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

2025

**PENGARUH PENGETAHUAN, MOTIVASI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
MASYARAKAT DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Masyarakat Desa Kebonsari
Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

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



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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : LAILA KAMALA TIRRISALA

NIM : 4121134

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN, MOTIVASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Kebonsari Kabupaten Pekalongan)**

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, 02 Juli 2025
Yang Menyatakan,





LAILA KAMALA TIRRISALA
NIM. 4121134

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Laila Kamala Tirrisala

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

Assalamualaikum Wr. Wb

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

Nama : **Laila Kamala Tirrisala**

NIM : **4121134**

Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Di Bank syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kebonsari Kabupaten Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera di munaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 9 Oktober 2025

Pembimbing



Dr. H. Bambang Sri Hartono, S.E., M.Si.
NIP. 196802252023211001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan, Kab Pekalongan Kode Pos 51161
Website : www.fekb.uiningsuh.ac.id | email : fekb.uiningsuh@ic.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : **Laila Kamala Tirrisala**
NIM : **4121134**
Judul : **Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kebonsari Kabupaten Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Dr.H. Bambang Sri Hartono, S.E., M.Si.**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 23 Oktober 2025 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,


Penguji I


Agus Arwani, M.Ag
NIP. 197608072014121002

Penguji II


Muh. Izza, S.H.I., M.S.I.
NIP. 197907262023211008

Pekalongan, 04 November 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


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

MOTTO

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya, dan aku membuat ayahku bekerja setiap hari hingga lelah, jadi aku pastikan lelahnya tidak sia-sia.”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Berikut ini beberapa persembahan ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Allah SWT, atas rahmat dan kasih sayang serta kekuatan yang engkau limpahkan, akhirnya saya telah sampai pada titik ini.
2. Kedua orang tua paling berjasa dalam hidup saya yakni Bapak Ali Sodikin dan Ibu Siti Masruroh yang telah memberikan kasih sayang dan do'a yang tiada hentinya. Bapak Ibu akhirnya mimpi saya untuk meraih gelar sarjana terwujud, gelar indah ini bukan hanya untuk saya tapi untuk Bapak dan Ibu, saya tahu telah banyak perjuangan dan pengorbanan yang Bapak dan Ibu lakukan demi mewujudkan mimpi anak terakhirnya ini. Sehingga kelak giliran saya yang akan mewujudkan semua mimpi-mimpi Bapak dan Ibu, semoga Bapak dan Ibu bisa terus menemani segala langkah kecil saya dalam meraih kesuksesan dan ketika saya sudah berhasil mencapai titik kesuksesan Bapak dan Ibu bisa menikmatinya dan hidup lebih bahagia. Bapak dan Ibu sehat-sehat terus ya.

3. Dosen Pembimbing Skripsi Bapak H. Bambang Sri Hartono, M.Si. terima kasih sudah membimbing saya, saya sangat bersyukur mempunyai dosen pembimbing seperti bapak yang senantiasa membantu dengan sabar dan memberikan arahnya selama penulis menjadi mahasiswa bimbingan skripsi.
4. Dosen Wali Bapak Syamsuddin, M.Si. terima kasih atas bimbingan dan dukungan selama masa perkuliahan,
5. Kakak saya yang bernama mas ulah, terima kasih telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan, dan untuk arsy keponakan saya tercinta terima kasih atas segala tingkah lucunya yang dapat menjadi hiburan ketika saya sedang sedih.
6. Teman dan Sahabat saya bernama Agnes Widiana, Nur Fatikha, Zahrotun Nafisa, Shoraya Jauhariya, dan Devina Mulia Sari dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih telah mewarnai kehidupan di dunia perkuliahan yang penuh dengan tantangan, terima kasih atas semua memori baiknya dan terima kasih sudah menjadi tempat berbagi cerita dalam suka dan duka.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
8. Terakhir, untuk diri saya sendiri, terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terimakasih sudah berusaha dan tidak lelah dalam kondisi

apapun, Terimakasih sudah kuat melewati segala lika-liku yang terjadi. Saya bangga pada diri saya sendiri, mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari, adapun kurang lebihmu mari kita rayakan diri sendiri.



ABSTRAK

LAILA KAMALA TIRRISALA. Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kebonsari Kabupaten Pekalongan)

Fenomena rendahnya minat masyarakat untuk menabung di bank syariah menunjukkan masih perlunya peningkatan pemahaman dan kepercayaan terhadap sistem perbankan syariah. Hal ini mendorong perlunya penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, motivasi, dan promosi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Kebonsari Kabupaten Pekalongan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 62 masyarakat desa kebonsari yang berumur 27-30 tahun yang menabung di bank syariah. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda. Data pada penelitian ini diolah menggunakan spss 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t), variabel pengetahuan, motivasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung pengetahuan sebesar 5,813, motivasi sebesar 4,391 dan promosi sebesar 5,659 dengan nilai signifikansi dari ketiga variabel tersebut 0,000, yang seluruhnya lebih besar dari t-tabel 2,002 serta berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Selanjutnya, hasil uji simultan (uji F) juga menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah, yang ditunjukkan melalui nilai F-hitung sebesar 40,281 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,76 dengan nilai signifikansi 0,000.

Kata Kunci: Pengetahuan, Motivasi, Promosi, Keputusan Menabung.

ABSTRACT

LAILA KAMALA TIRRISALA. The Influence of Knowledge, Motivation, and Promotion on People's Saving Decisions in Islamic Banks (Case Study of the Kebonsari Village Community, Pekalongan Regency)

The phenomenon of low public interest in saving in sharia banks indicates the need to improve understanding and trust in the sharia banking system. This necessitates research into the factors influencing people's decisions to save in sharia banks. This study aims to determine the influence of knowledge, motivation, and promotion on people's decisions to save in sharia banks in the Kebonsari Village community, Pekalongan Regency.

This study employed a quantitative approach with field research. The sample consisted of 62 residents of Kebonsari Village aged 27-30 who saved at a Sharia bank. Data collection was conducted using a questionnaire. The analytical method used was multiple linear regression. Data were processed using SPSS 24.

The results of the study indicate that partially (t-test), the variables of knowledge, motivation, and promotion have a positive and significant effect on people's savings decisions in Islamic banks. This is indicated by the calculated t-value of knowledge of 5.813, motivation of 4.391 and promotion of 5.659 with a significance value of 0.000 for the three variables, all of which are greater than the t-table of 2.002 and below the significance level of 0.05. Furthermore, the results of the simultaneous test (F-test) also show that the three variables together have a positive and significant effect on people's savings decisions in Islamic banks, which is indicated by the calculated F-value of 40.281 which is greater than the F-table of 2.76 with a significance value of 0.000.

Keywords: Knowledge, Motivation, Promotion, Savings Decisions.

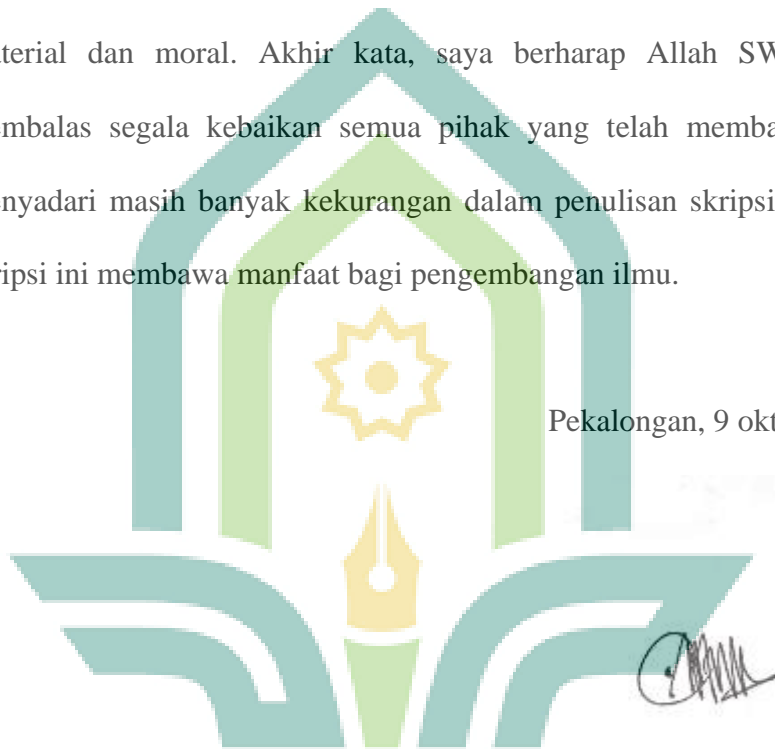
KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kebonsari Kabupaten Pekalongan). Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi 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 sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Khafidz Ma'Shum, M.Ag selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

5. Bapak H. Bambang Sri Hartono, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Syamsuddin, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
7. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral. Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 9 oktober 2025



Laila Kamala Tirrisala

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xvi
DAFTAR TABEL	xxvi
DAFTAR GAMBAR.....	xxvii
DAFTAR LAMPIRAN	xxviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Sistematika Pembahasan	11

BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Pengertian, Tujuan & Manfaat Keputusan Menabung	13
2. Teori Manajemen Pemasaran.....	18
3. Hubungan Pengetahuan dan Motivasi dengan Keputusan Menabung	22
4. Hubungan Promosi dengan Keputusan Menabung	28
5. Strategi Promosi Online dalam Meningkatkan Keputusan Menabung di Bank Syariah	32
B. Telaah Pustaka	36
C. Kerangka Berpikir.....	42
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Pendekatan Penelitian.....	46
C. Setting Penelitian.....	46
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
E. Variabel Penelitian	48
F. Data dan Sumber Data.....	50
G. Teknik Pengumpulan Data	51
H. Metode Analisis Data	51

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Hasil Analisis Data.....	58
1. Analisis Data Responden.....	58
2. Hasil Uji Instrumen.....	61
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	66
5. Uji Hipotesis.....	68
6. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	70
B. Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Keterbatasan.....	78
C. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pengertian Transliterasi

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

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut :

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi :

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah

5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

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	kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (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

2. Vokal

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

1) Vokal Tunggal

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

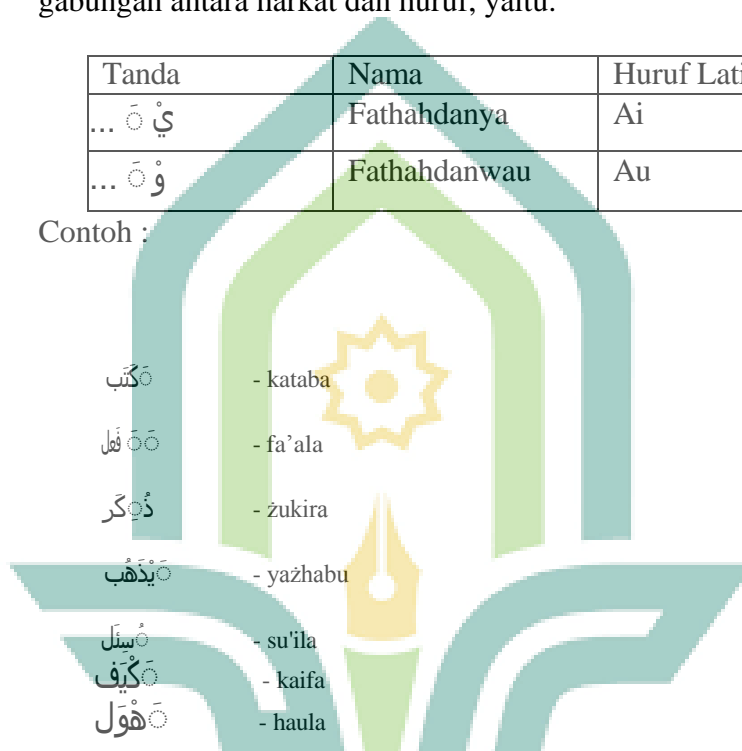
Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2) Vocal Rangkap

Vocal rangkap dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... َيَ	Fathahdanya	Ai	a dani
... َوُ	Fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh :



3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
◌ِ...ا	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas

... ىِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... ُو	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

- a) Ta' marbutah hidup

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

- b) Ta' marbutah mati

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

- c) 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 ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- raudah al-atfāl
	-- raudatulatfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	-al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةَ	- talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddahitu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-hajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

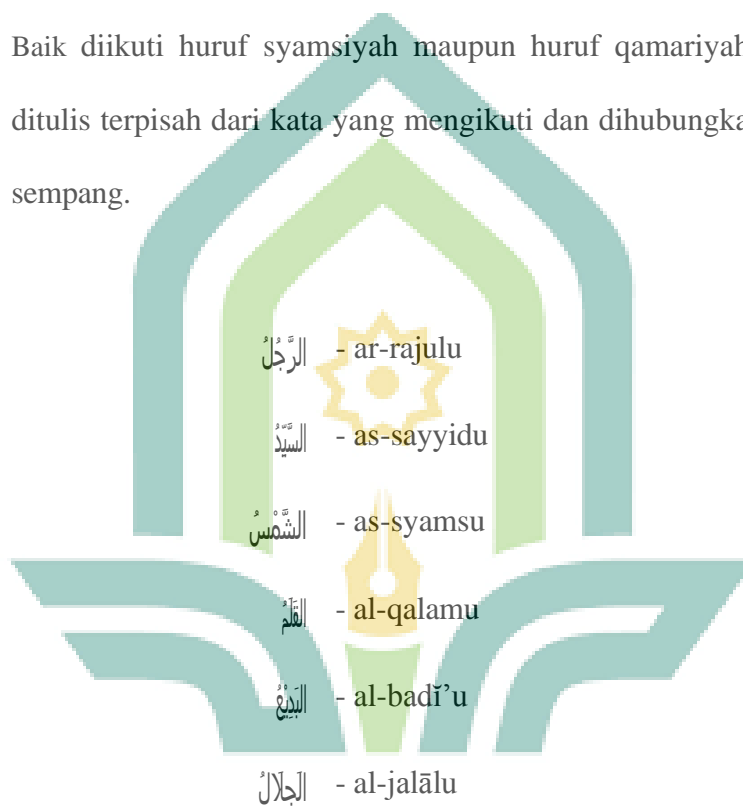
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti huruf qomariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3) Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:



7. **Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila

hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:



8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

وَإِنَّ أَلَوْهَ ۖ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

خَيْرَ الرَّازِقِيْنَ ۖ Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ ۖ Wa auf al-kaila wa-almīzān

وَالْمِيزَانَ ۖ Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ ۖ Ibrāhīm al-Khalīl

الَّذِي ۖ Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ۖ Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَاجُّ الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ ۖ Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā’a ilaihi sabīla

سَبِيلًا ۖ

Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā’a ilaihi sabīlā

Contoh:

9. 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:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ ۖ Wa mā Muhammadun illā rasl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي
 بَيْنَهُ مَبَارَكًا

Inna
 awwalabaitinwuḍi'alinnāsillalazībibakkatamubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
 وَلَقَدْ رَأَاهُ بَلُّغًا أَفْقَ الْمُبِينِ

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-Qur'ānu
 Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīhil Qur'ānu

وَالْقَدْ رَأَاهُ بَلُّغًا أَفْقَ الْمُبِينِ

Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn
 Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdulillahirabbil al-'ālamīn
 Alhamdulillahirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan

Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:



10. 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 di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Tabungan di Bank Syariah dan Bank Konvensional	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	36
Tabel 3.1 Data Populasi	47
Tabel 3.2 Definisi Operasional	49
Tabel 3.3 Gambar Skala Likert.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Yang Digunakan	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Data.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear berganda.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71

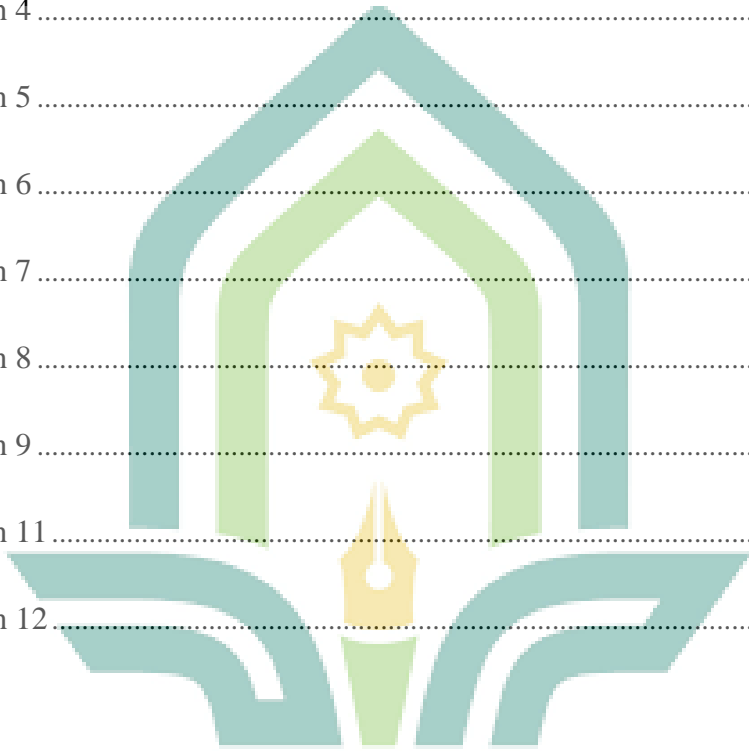
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Aset.....	1
Gambar 1.2 Pangsa Pasar Perbankan	2
Gambar 1.3 Pertumbuhan Perekonomian Kabupaten Pekalongan.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	I
Lampiran 2	V
Lampiran 3	IX
Lampiran 4	XI
Lampiran 4	XII
Lampiran 5	XVI
Lampiran 6	XIX
Lampiran 7	XX
Lampiran 8	XXI
Lampiran 9	XXII
Lampiran 11	XXIV
Lampiran 12	XXV



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan kestabilan keuangan suatu negara. Di Indonesia, sistem perbankan terdiri atas dua jenis utama, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah hadir sebagai alternatif bagi masyarakat yang menginginkan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), aset perbankan syariah nasional mencapai Rp892,17 triliun, atau 11,21%. Selain itu, pertumbuhan rata-rata aset bank syariah tetap kuat selama lima tahun terakhir. Tentu saja, hal ini menunjukkan adanya peluang bank syariah untuk berkembang (OJK & Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia, 2023).

Gambar 1.1
Perkembangan Aset



(Sumber : Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia, 2023)

Meskipun bank syariah mengalami pertumbuhan positif, pangsa pasar (market share) bank syariah baru sekitar 7,44% dari total industri perbankan nasional, sedangkan jumlah bank konvensional sebesar 92,56%. Tentu saja, masih banyak masyarakat yang memilih bank konvensional sebagai pilihan utama, sementara bank syariah perlu memperluas jangkauan pasarnya.



Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah masih jauh lebih rendah dibandingkan bank konvensional, meskipun mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam (Sari & Afandy, 2024).

Pada tingkat daerah, perkembangan bank syariah juga mulai meningkat, termasuk di wilayah Kabupaten Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah (Hasan Syarif, 2025). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) di Kabupaten Pekalongan tahun 2025, pertumbuhan ekonomi daerah

mencapai 5,02%, Pertumbuhan tersebut menunjukkan kondisi ekonomi yang cukup stabil dan membuka peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan kegiatan menabung. Pertumbuhan ini sebagian besar disumbang oleh sektor industri pengolahan, perdagangan besar dan eceran, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sektor UMKM menjadi tulang punggung perekonomian daerah karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan menjadi sumber utama pendapatan masyarakat. Aktivitas ekonomi yang melibatkan UMKM di Kabupaten Pekalongan didukung oleh tingginya produktivitas masyarakat dalam bidang konveksi, batik, rumah makan, perdagangan hasil pertanian, serta sektor jasa lainnya.



(Sumber: Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Pekalongan 2024)

Salah satu wilayah di kabupaten Pekalongan yang mencerminkan dinamika ekonomi positif adalah Kecamatan Karangdadap, yang dikenal memiliki masyarakat dengan tingkat aktivitas ekonomi yang cukup baik dan beragam, khususnya dalam bidang UMKM dan pertanian. Di wilayah ini, masyarakat tidak hanya mengandalkan sektor pertanian, tetapi juga mulai

mengembangkan berbagai usaha rumahan dan perdagangan lokal yang menjadi sumber penghidupan utama. Desa Kebonsari, sebagai salah satu desa di Kecamatan Karangdadap yang dipilih sebagai tempat penelitian yang memiliki jumlah 4.031 penduduk dan masyarakatnya semua beragama islam (*sumber: hasil wawancara dengan sekretaris desa Kebonsari*). Desa Kebonsari turut menunjukkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui aktivitas masyarakat yang produktif seperti banyaknya masyarakat yang memproduksi kain batik dan produk konveksi yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Namun, di tengah meningkatnya aktivitas ekonomi tersebut, kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan layanan perbankan, khususnya perbankan syariah, masih tergolong rendah. Hal ini dibuktikan dengan data pra survey yang telah dilakukan peneliti yang menunjukkan 63% masyarakat desa kebonsari menggunakan bank konvensional dan 37% menggunakan bank syariah. Fenomena tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara jumlah masyarakat muslim dengan minat mereka dalam menabung di bank syariah, kondisi ini juga mengindikasikan bahwa potensi ekonomi masyarakat belum sejalan dengan pemanfaatan layanan perbankan syariah di Desa Kebonsari. Apabila kondisi ini tidak dianalisis secara mendalam, maka upaya peningkatan literasi keuangan syariah, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis syariah dapat terhambat. sehingga pentingnya dilakukan penelitian untuk memahami lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah.

Keputusan menabung merupakan bagian dari keputusan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan konsumen adalah hasil dari serangkaian proses yang melibatkan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, serta pengambilan keputusan akhir terhadap suatu produk atau jasa. Proses tersebut juga berlaku dalam konteks keputusan menabung, di mana nasabah akan mempertimbangkan faktor keamanan, keuntungan, dan kemudahan sebelum memutuskan untuk menyimpan dana pada bank tertentu. Menurut Rahayu dan Nurdin (2024), keputusan menabung di bank syariah dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengetahuan dan motivasi, serta faktor eksternal seperti promosi dan citra lembaga. Proses pengambilan keputusan ini mencerminkan bagaimana nasabah mengevaluasi manfaat spiritual dan sosial di samping manfaat finansial.

Faktor awal yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah adalah pengetahuan. Pengetahuan sendiri dapat dipahami sebagai kumpulan informasi yang tersimpan dan diingat oleh seseorang (Schiffman et al., 2004). Pengetahuan merupakan Informasi yang diperoleh dari berbagai media seperti majalah, koran, iklan, radio, televisi, atau dari peristiwa pribadi. Pengetahuan tentang bank syariah berperan penting dalam membentuk keputusan masyarakat. Semakin rendah pengetahuan seseorang tentang bank syariah, semakin kecil kemungkinan mereka tertarik menjadi nasabah. Sebaliknya, jika pengetahuannya tinggi, ketertarikan untuk menabung di bank syariah juga pastinya meningkat

(Rahmah dan Wahyuni, 2016). Dengan definisi seperti ini, edukasi yang tepat sangat dibutuhkan oleh masyarakat agar dapat mengambil keputusan menabung yang lebih baik serta bermanfaat. Sehingga pada akhirnya, minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah juga akan meningkat (Hidayati et al., 2024). Sesuai hasil studi oleh (Fadhila, 2021), menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki dampak positif mengenai keputusan menabung

Faktor berikutnya yang berpengaruh besar terhadap keputusan menabung di bank syariah yaitu motivasi, Motivasi berperan sebagai dorongan dalam proses pengambilan keputusan. Berdasarkan Schiffman dan Kanuk dalam (Nitisusastro, 2012) motivasi merupakan pendorong bagi diri individu yang membuatnya melakukan suatu tindakan. Pendorong ini muncul akibat adanya kebutuhan atau keinginan yang dirasakan oleh individu maupun masyarakat. Sebelum mengambil keputusan, masyarakat cenderung mempertimbangkan apakah suatu produk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya. apabila produk tersebut mampu memenuhi, maka hal itu dapat menggerakkan keputusan masyarakat untuk membeli produk, termasuk produk perbankan syariah. Namun, saat ini motivasi untuk menggunakan layanan perbankan syariah belum merata di semua kalangan (Asy'ari, 2021). Oleh karena itu, dibutuhkan peran aktif dari berbagai pihak untuk mendorong minat masyarakat terhadap bank syariah, sebagai bagian dari upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi syariah. Menurut penelitian Fitria et al., (2021) menunjukkan motivasi berpengaruh signifikan terhadap

keputusan menjadi nasabah di BJBS KCP Ciamis. Hal tersebut menunjukkan semakin meningkatnya motivasi dalam diri masyarakat, maka semakin optimis dalam memilih menabung di bank syariah.

Selain motivasi dan pengetahuan, promosi merupakan metode bagi perbankan dalam menarik perhatian masyarakat. Promosi adalah pendekatan yang diterapkan oleh bank untuk mengenalkan produk-produknya kepada publik demi mendorong masyarakat untuk memanfaatkan produk yang tersedia melalui berbagai saluran, baik media cetak maupun media online (Rahmayanti, 2018). Promosi adalah salah satu macam komunikasi antara penjual dan konsumen yang berisi informasi terkait sebuah produk atau layanan. Tujuan utama dari promosi penjualan yaitu untuk mempengaruhi cara pandang serta tindakan konsumen yang sebelumnya belum mengenal barang atau jasa tersebut, sehingga mereka bisa meningkatkan pemahaman dan ketertarikan yang lebih besar (Laksana, 2019). Komunikasi yang efektif dalam promosi sangat penting bagi bank untuk menyampaikan informasi yang akurat kepada masyarakat, dengan strategi promosi yang tepat, masyarakat tidak hanya mengenal produk bank, tetapi juga terdorong untuk mulai menabung. Dengan promosi yang efektif, bank selanjutnya perlu berusaha menciptakan kesan positif di mata publik. Sejalan dengan hasil riset Pramudani & Fithria, (2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa menabung di bank syariah. Namun, temuan berbeda disampaikan oleh (Aisya, S., & Riyadi, 2020) yang menyatakan bahwa

faktor promosi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Berdasarkan perbedaan temuan tersebut, penelitian ini berupaya menutup kesenjangan dengan melakukan analisis lebih mendalam mengenai peran promosi terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah sebagai tempat menabung.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis beberapa variabel yang diperkirakan memberikan pengaruh pada keputusan menabung masyarakat dalam memakai bank syariah sebagai tempat menabung. Variabel yang digunakan disesuaikan dengan fenomena saat ini berdasarkan survei penelitian pendahuluan. Keunikan dari penelitian ini ada di penggunaan variabel independen yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini penting dilakukan karena potensi perbankan syariah yang besar dapat dimanfaatkan oleh instansi atau pemerintah untuk memberdayakan kesejahteraan masyarakat, khususnya di bidang ekonomi. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh lembaga keuangan perbankan dalam memperbaiki layanan dan jasanya. Oleh karena itu, peneliti merasa bahwa permasalahan ini penting dan menjadi dasar dalam memilih judul penelitian **“Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kebonsari Kabupaten Pekalongan)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menabung masyarakat di Bank Syariah?

2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan menabung masyarakat di Bank Syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan menabung masyarakat di Bank Syariah?
4. Apakah pengetahuan, motivasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan menabung masyarakat di Bank Syariah secara simultan?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a. Menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah.
- b. Menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah.
- c. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah.
- d. Menganalisis pengaruh pengetahuan, motivasi, dan promosi terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini memberikan manfaat secara teoritis dan praktis dalam hal ini sebagai berikut:

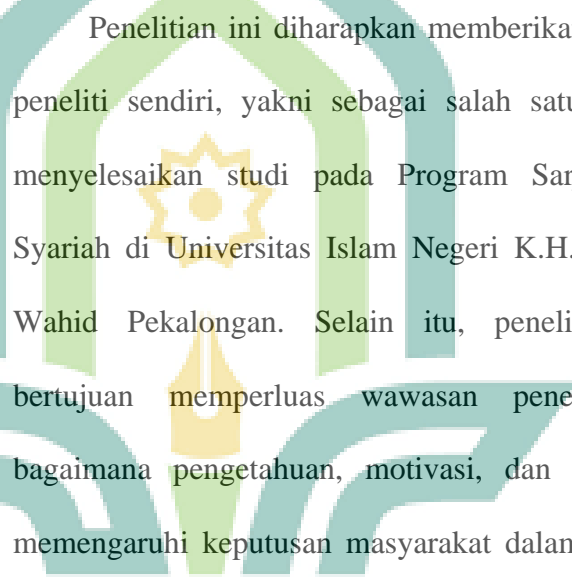
a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan sebagai referensi dan bahan bacaan bagi seluruh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi

Islam (FEBI) khususnya Program Studi S1 Ekonomi Syariah. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan wawasan tambahan terkait pengaruh pengetahuan, motivasi dan promosi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kebonsari Kabupaten Pekalongan).

b. Manfaat Praktis

i. Bagi Peneliti



Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti sendiri, yakni sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memperluas wawasan peneliti mengenai bagaimana pengetahuan, motivasi, dan promosi dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah.

ii. Bagi Universitas

Memberikan tambahan referensi kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan keputusan menabung.

iii. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi pustaka dalam memahami sejauh mana pengaruh pengetahuan, motivasi, dan promosi terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah.

D. Sistematika Pembahasan

BAB 1 Pendahuluan

Menguraikan fenomena penelitian, rumusan masalah berisi pertanyaan yang hendak dijawab melalui penelitian tersebut, tujuan penelitian menjelaskan hasil atau temuan yang diharapkan dapat tercapai, kemudian manfaat penelitian.

BAB II Landasan Teori

Berisi teori, riset telaah dahulu uraian review dari penelitian lain yang terkait sebagai pembanding atau referensi, kerangka berpikir hubungan antara konsep dan variabel yang diteliti, hipotesis berisi pernyataan sementara.

BAB III Metode Penelitian

Berisi jenis riset, pendekatan riset, teknik pengumpulan data juga analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Persembahan

Menguraikan penyajian data dikumpulkan dalam bentuk tabel dan gambar, menguraikan analisis data, penjelasan hasil analisis sesuai metode

yang digunakan. Pembahasan, menguraikan interpretasi temuan penelitian yang dihubungkan dengan teori serta penelitian sebelumnya.

BAB V Penutup

Mengandung ringkasan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan, motivasi dan promosi terhadap Keputusan menabung masyarakat di bank syariah dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Dari hasil pengujian secara parsial terdapat pengaruh faktor pengetahuan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis untuk variabel pengetahuan yang menyatakan hipotesis variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah
2. Dari hasil pengujian secara parsial terdapat pengaruh faktor motivasi terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis untuk variabel motivasi yang menyatakan hipotesis variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah
3. Dari hasil pengujian secara parsial terdapat pengaruh faktor promosi terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis untuk variabel promosi yang

menyatakan hipotesis variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah

4. Secara simultan ketiga variabel dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah.

B. Keterbatasan

1. Jangka waktu penelitian yang terbatas yaitu mulai bulan agustus sampai dengan september 2025, sehingga menyebabkan ruang lingkup kajian menjadi kurang mendalam.
2. Sampel pada penelitian ini tergolong masih terbatas, yaitu hanya pada masyarakat desa kebonsari kabupaten Pekalongan, dengan jumlah sampel 62 responden. Hal ini membatasi generalisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih luas.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel pengetahuan, motivasi, dan promosi terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah. Variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan menabung di bank syariah tidak menjadi objek kajian dalam penelitian ini.

C. Saran

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi berperan sebagai variabel moderasi maupun mediasi, seperti tingkat kepercayaan terhadap bank syariah atau pengalaman individu dalam menabung.

Penambahan variabel tersebut diharapkan dapat memberikan hasil analisis yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung.

2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif, misalnya melalui wawancara atau studi kasus, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku menabung masyarakat.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan responden dari berbagai daerah, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi terhadap perilaku keputusan menabung di bank syariah.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan rentang usia yang lebih luas agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai minat masyarakat terhadap Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, S., & Riyadi, A. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*. 02, 16–33.
- Artiva Cahaya, E. I. A. (2024). Pengaruh Persepsi, Motivasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Memilih Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Asy'ari, A. H. (2021). Pengaruh Persepsi, Motivasi, Dan Pengetahuan Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah 2 Ekonomi Bisnis, Vol. 5(No. 2), 159–168, 5*.
- Basrowi, B., Ali, J., Suryanto, T., & Utami, P. (2023). Islamic Banking Loyalty in Indonesia: The Role Brand Image, Promotion, and Trust. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 12(1), 75–102. <https://doi.org/10.22373/share.v12i1.15338>
- Bernik, M., & Ramadhan, M. B. (2018). Pelaksanaan Bauran Promosi pada Produk Beras untuk Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Pada PT. Nazar Bahana Persada). *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 11(3), 217. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i3.9962>
- Fadhila, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan, iklan/informasi, dan pengalaman terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. *Jurnal Ekonomi Islam, Vol.10 No.2 (2021), 211-226., 10*.
- Fasa, M. I. (2024). Pemahaman Nasabah Tentang Digital Banking Dan. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(11).
- Fatimah, S., & Zariah, S. (2022). Pengaruh Motivasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *AL-Muqayyad*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.46963/jam.v5i1.551>
- Fitria, E., Sumadi, S., & Ramadani, E. A. (2021). Pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah jabar banten syariah kcp ciamis. *Islamic Economic Studies*, 3(2).
- Idris, M., & Sukma, E. (2023). Customer Loyalty Through Satisfaction, Engagement, and Trust: A Study in Islamic Banking in South Sulawesi, Indonesia. *Li Falah-Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 89–102. <http://ejournal.iainkendari.ac.id/lifalah>
- James F. Engel, Roger D. Blackwell, & P. W. M. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). The Dryden Press (Fort Worth, USA).

- khairunnisa et al. (2025). Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Jambi. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 480–493.
- Kotler, K. &. (2016). *Marketing Management, Analyzing Consumer Markets*.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV. Al Fath Zumar.
- Lestari, D., & Sucipto, A. (2023). eran Promosi dan Persepsi Kemudahan dalam Meningkatkan Keputusan Menabung di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Dan Bisnis*.
- Lingga Kumala, Nazori Nazori, & Efni Anita. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah di Kelurahan Pandan Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 173–188. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i2.464>
- Machali. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Ed.; 3rd ed.)*. akultas Ilmu tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Malik, A., Syahrizal, A., & Anisah. (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.
- Mowafg Abraham, Ridho Wahyudi, M. I. U. (2024). ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI BSI KCP MOJOSARI. *Al-Mashrof (Journal Islamic Banking and Finance)*, 1(1), 1–10.
- Musthofa, M. A., Fursiana, M., & Musfiroh, S. (2020). Pengaruh Produk, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(1), 64–74.
- Nadia Intan, C. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Malang*.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Nur Hidayati, Hafid Aditya Pradesa2, I. A. (2024). *Journal of Enterprise and Development (JED) is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License*. 6(1).
- Parulian, H. M. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian

- motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Pramudani, M. P., & Fithria, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Syiar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 5(2), 207. <https://doi.org/10.35448/jiec.v5i2.11614>
- Priansa, J. D. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung, CV Alfabeta.
- Putri, R. &. (2024). Strategi promosi digital dalam meningkatkan keputusan menabung di bank syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 45–46.
- Rafii, M., Junaedi, A., & Suratmoko, B. (2025). Islamic Banking Digital Marketing Strategy : Using Social Media and Content Marketing to Increase Interest in Service Usage. *International Journal of Entrepreneurship, Business and Creative Economy*, 5(1).
- Rahmah dan Wahyuni. (2016). “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10.
- Rahmayanti, A. (2018). Relevansi Promosi terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Bank Syariah Mandiri KC Kepanjen. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 72–86. <https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v3i1.214>
- Sari, I. P., & Y. (2022). Pengaruh Pengetahuan, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran-Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Sinambela. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teori dan Praktik*. Rajawali Pers.
- Siregar, M. (2024). *Pengaruh Reputasi Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Syariah* (Vol. 17).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supiani, S., Rahmat, F., & Budiman, F. (2021). Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 49.

<https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2618>

Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun2024/SP%20OJK%20dan%20BPS%20Umumkan%20Hasil%20Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%20Tahun%202024.pdf#:~:text=39%2C11%20persen%20Adapun%2C%20indeks%20inklusi%20keuangan%20syariah,dan%20hasil%20SNLIK%20tahun%202024%20disampaikan%20Plt.>

