

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIOSITAS, CITRA  
PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
MINAT NASABAH MENABUNG DI KSPPS BMT  
TAZAKKA BOJONG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh

gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**WINA AWALIA**  
**NIM 4219123**

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

**2023**

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIOSITAS, CITRA  
PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
MINAT NASABAH MENABUNG DI KSPPS BMT  
TAZAKKA BOJONG**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**WINA AWALIA**  
**NIM 4219123**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2023**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wina Awalia

NIM : 4219123

Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung di BMT Tazakka Bojong.**

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, 24 Maret 2023

Yang Menyatakan,



Wina Awalia

4219123

## NOTA PEMBIMBING

**Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I**

Perumahan De Afta Residence, Blok A5, Winong, Gejlig Kajen,  
Kab. Pekalongan.

---

Lampiran : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Wina Awalia

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah

PEKALONGAN

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

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

Nama : **Wina Awalia**

NIM : **4219123**

Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong.**

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

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb**

Pekalongan, 24 Maret 2023  
Pembimbing



Dr.Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I  
NIP. 198703112019081001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161  
[www.febi.uingusdur.ac.id](http://www.febi.uingusdur.ac.id) email: [febi@uingusdurpekalongan.ac.id](mailto:febi@uingusdurpekalongan.ac.id)

**PENGESAHAN**

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

Nama : **Wina Awalia**  
NIM : **4219123**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong.**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 30 Maret 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

**Dewan Penguji,**

Penguji I

**M. Shulthoni, M.A., M.S.I., Ph.D.**

**NIP. 197507062008011016**

Penguji II

**Syamsuddin, M.Si.**

**NIP. 199002022019031011**

**Pekalongan, 30 Maret 2023**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**

**NIP.197502201999032001**

## **MOTTO**

Jika kamu merasa ingin menyerah,  
ingatlah mengapa kamu berusaha begitu lama.

*-Antonie Griezman-*

Tugas kita bukanlah untuk berhasil, tugas kita adalah untuk mencoba.  
Karena dalam mencoba, kita menemukan kesempatan untuk berhasil.

*- Buya Hamka -*

## **PERSEMBAHAN**

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 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 pembuatan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulis skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Riharjo dan Ibu Dede Susanti, terimakasih atas segala kasih sayang, cinta dan do'a Ayah dan Ibu yang selalu mengiringi setiap langkahku, selalu memberikan dukungan penuh dalam setiap perjalanan meraih cita-cita.
2. Adik-adikku tersayang Wita Febriyani & Dzakiyah Talitasakhi yang selalu membantu dan menghibur.
3. Keluargaku tersayang yang selalu mendukung dan selalu ada menemani dan memberikan dukungan.

4. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dosen pembimbing Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I serta semua pihak yang telah berkenan mendidikku, semoga amal baik yang diberikan dapat dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.
6. Dosen wali Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M., yang telah memberikan bimbingan dari awal masuk kuliah, semoga senantiasa diberikan kesehatan dan dilindungi oleh Allah SWT.
7. Sahabat-sahabatku tercinta khususnya Riski Amelia, Rahma Yuliannisa, Dilla Elviana yang telah membantu dan mensupport saya.
8. Teman-teman seperjuangan program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019 UIN K.H. Abdurrahman Wahid, semoga kita sukses selalu.



## ABSTRAK

### **WINA AWALIA. Pengaruh Pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong.**

Penelitian ini dilatar belakangi dengan pengetahuan para nasabah di KSPPS BMT Tazakka Bojong yang belum begitu mnegetahui tentang lembaga keuangan syariah, padahal banyak layanan yang ada di KSPPS BMT Tazakka yang dapat dinikmati oleh nasabah salah satunya produk tabungan yang lumayan banyak peminatnya. Minat menabung merupakan ketertarikan individu akan beberapa produk tabungan yang ditawarkan. Minat akan muncul karena indera penglihatan ataupun pikiran-pikiran mengenai produk tersebut sehingga perkiraan dan keinginan anggota dapat menentukan keputusannya dalam melakukan pendanaan atau tidak.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan aplikasi program SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan di KSPPS BMT Tazakka Bojong dengan jumlah sampel 94 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan, religiositas dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel citra perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan variabel pengetahuan, religiositas, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

**Kata Kunci : *Pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Minat.***

## ABSTRACT

**WINA AWALIA. The Influence of Knowledge, Religiosity, Company Image and Trust on Customer Interest in Saving at KSPPS BMT Tazakka Bojong.**

This research is motivated by the knowledge of customers at KSPPS BMT Tazakka Bojong who do not really know about Islamic financial institutions, even though there are many services at KSPPS BMT Tazakka that can be enjoyed by customers, one of which is a savings product that is quite in demand. Interest in saving is an individual's interest in several savings products offered. Interest will arise because of the sense of sight or thoughts about the product so that the estimates and desires of members can determine their decisions in funding or not.

This research uses quantitative methods using the SPSS program application. The population in this study is savings customers at KSPPS BMT Tzakka Bojong with a total of 94 respondents. Sampling techniques use *purposive sampling* techniques and data collection techniques using questionnaire methods.

The results showed that partially the variables of knowledge, religiosity and trust had a positive and significant effect, while the variable of company image did not have a positive and significant effect. Simultaneously the variables of knowledge, religiosity, corporate image and trust have a positive and significant effect on interest.

**Keywords: knowledge, religiosity, company image, trust, interest.**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program 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 sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak H. Tamamudin, S.E., MM. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak M. Shulthoni, M.A., M.S.I., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).

7. Seluruh dosen dan staff atau karyawan Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
10. Sahabat dan teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid angkatan 2019.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi saya ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 3 Maret 2023

Penulis

Wina Awalia  
4219123

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABTRACT .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR .....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan .....	8
BAB II    LANDASAN TEORI .....	10
A. Landasan Teori .....	10
1. Teori Tindakan Beralasan (Theory of Reasoned Action) .....	10
2. Minat Nasabah.....	11
3. Pengetahuan.....	13
4. Religiositas .....	16
5. Citra Perusahaan.....	18
6. Kepercayaan .....	21

B. Telaah Pustaka.....	24
C. Kerangka Berpikir .....	31
D. Hipotesis .....	32
BAB III METODE PENELITIAN .....	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	39
B. Sumber Data Penelitian .....	40
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	40
D. Metode Pengumpulan Data .....	42
E. Definisi Operasional Variabel .....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	46
1. Sejarah BMT Tazakka Bojong .....	46
2. Visi dan Misi KSPPS BMT Tazakka .....	46
B. Deskripsi Data Responden .....	47
C. Metode Analisis Data .....	50
1. Uji Validitas .....	50
2. Uji Reliabilitas.....	51
3. Uji Asumsi Klasik .....	52
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	59
5. Uji Hipotesis.....	60
D. Pembahasan .....	63
BAB V PENUTUP .....	73
A. Simpulan.....	73
B. Saran .....	74

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia NO. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

Transliterasi digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

Fonemena konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṭa	ṭ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	ad		es (dengan titik di bawah)
ض	ad		de (dengan titik di bawah)
ط	a		te (dengan titik di bawah)
ظ	a		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

## 2. Vokal

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

### a. 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



b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

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

Contoh :

كَتَبَ : kataba

ذَكَرَ : zukira

يَذْهَبُ : yazhabu

3. Ta'marbuah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbuta hidup

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

b. Ta'marbutahmati

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

c. Kalau pada kata terakhir denagn 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 - rauṣṭah-al-aḥ fāl

- rauṣṭatulaḥ fāl

طَلْحَة - talhah

#### 4. 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 syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرَّ - al-birr

#### 5. 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 huruf qamariyah.

##### a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

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

##### b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

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

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

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

الشَّمْسُ - as-syamsu

الْجَلَالُ - al-jalālu

## 6. 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:

النَّوْءُ - an-nau'

إِنَّ - inna

سَيَّئٌ - syai'un

## 7. 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 kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ      Wa auf al-kaila wa-almīzān

Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلِ      Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmūl-Khalīl

## 8. 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.

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:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ      Wa mā Muhammadun illā rasl

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ      Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

## **9. 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 : Data Nasabah Simpanan KSPPS BMT Tazakka .....	4
Tabel 1.2 : Telaah Pustaka .....	24
Tabel 3.1 : Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	43
Tabel 3.2 : Definisi Operasional Variabel .....	44
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	49
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	49
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas .....	50
Tabel 4.5 : Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.6 : Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4.7 : Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.8 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4.9 : Hasil Uji Linearitas Variabel Pengetahuan.....	57
Tabel 4.10 : Hasil Uji Linearitas Variabel Religiositas .....	57
Tabel 4.11 : Hasil Uji Linearitas Variabel Citra Perusahaan .....	58
Tabel 4.12 : Hasil Uji Linearitas Variabel Kepercayaan .....	58
Tabel 4.13 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	59
Tabel 4.14 : Hasil Uji T.....	60
Tabel 4.15 : Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.16 : Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Data Nasabah Simpanan KSPPS BMT Tazakka .....	4
Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir .....	31
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Probability Plot .....	53
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 : Data Identitas Responden .....	V
Lampiran 3 : Data Mentah Kuesioner.....	VIII
Lampiran 4 : Output Uji Validitas .....	XVIII
Lampiran 5 : Output Uji Reliabilitas.....	XXI
Lampiran 6 : Output Uji Normalitas .....	XXII
Lampiran 7 : Output Uji Multikolinearitas .....	XXIII
Lampiran 8 : Output Uji Heteroskedastisitas .....	XXIV
Lampiran 9 : Output Uji Linearitas .....	XXV
Lampiran 10 : Output Uji Regresi Linear Berganda.....	XXVII
Lampiran 11 : Output Uji T, Uji F, Uji Koefisien Determinasi .....	XXVIII
Lampiran 12 : Dokumentasi.....	XXIX
Lampiran 13 : Surat Ijin Penelitian .....	XXX
Lampiran 14 : Surat Keterangan Selesai Penelitian .....	XXXI
Lampiran 15 : Daftar Riwayat Hidup.....	XXXII



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini kompetisi dalam bisnis semakin ketat karena banyaknya perusahaan yang menginginkan terpenuhinya target pendapatan mereka. Sehingga tidak sedikit perusahaan yang bersaing dalam memenangkan persaingan itu dengan tuntutan bisa menaikkan kualitas perusahaan sehingga dapat memenangkan persaingan yang ada. Dengan strategi yang tepat perusahaan dapat memasarkan produknya secara cepat. Keberhasilan suatu perusahaan tergantung pada efektifitas dan efisiensi dalam memasarkan produk. Sehingga tujuan perusahaan (BMT) akan tercapai dan lebih terarah (Maslichah dan Mawardi, 2022).

BMT merupakan lembaga keuangan yang menghimpun dana anggotanya yang kemudian di distribusikan kembali kepada anggotanya. Tujuan BMT sendiri yaitu dapat menciptakan kesejahteraan bagi para anggota. Jadi anggota berperan penting dalam kegiatan yang dijalankan untuk mencapai tujuan tersebut (Romdhoni dan Sari, 2018).

Manajemen suatu perusahaan meliputi atas kegiatan operasional, pemasaran, pendanaan, pengelolaan sumber daya alam dan pengawasan. Lembaga keuangan seperti BMT harus mampu meraih keberhasilan dengan menjalankan kegiatannya. Salah satunya yaitu dalam hal pendanaan. Sehingga

BMT dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menabung (Khoirunnisa, 2021).

Minat menabung merupakan ketertarikan individu akan beberapa produk tabungan yang ditawarkan. Minat akan muncul karena indera penglihatan ataupun pikiran-pikiran mengenai produk tersebut sehingga perkiraan dan keinginan anggota dapat menentukan keputusannya dalam melakukan pendanaan atau tidak (Maslichah dan Mawardi, 2022). Minat adalah sikap seseorang atas keinginannya yang tinggi terhadap suatu hal dan ingin mempelajarinya lebih lanjut untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Khoirunnisa, 2021). Jadi, minat menabung merupakan keinginan hati seseorang dalam menabung di suatu lembaga keuangan yang bersangkutan.

Preferensi seorang bisa dipengaruhi oleh sekian banyak aspek, yang awal merupakan pengetahuan. Pengetahuan tersebut bisa berbentuk pengetahuan produk, pengetahuan pembelian ataupun pengetahuan dalam penerapan produk. Seorang yang mempunyai pengetahuan mengenai sesuatu perihal pada kesimpulannya hendak pengaruhi keputusannya dalam memilih produk, tercantum keputusannya guna memakai sesuatu jasa ataupun produk tertentu daripada seorang yang kurang mengerti memilih sesuatu produk (Mujaddid dan Nugroho, 2019).

Selain itu, tingkat Religiositas seseorang juga dapat mempengaruhi preferensinya dalam memilih suatu produk. Tingkat Religiositas seseorang menentukan sejauh mana seseorang tersebut mengikuti prinsip-prinsip agama yang dianutnya. Apabila seseorang telah mengamalkan prinsip agama yang

dianutnya, hal tersebut akan mempengaruhi segala hal dalam hidupnya termasuk dalam memilih suatu jasa atau produk yang akan digunakan (Triuspitorini, 2019).

Citra Perusahaan juga memberikan pengaruh yang sangat penting bagi kelangsungan berjalannya suatu perusahaan. Kebaikan akan *image* akan menambah nilai bagi lembaganya. Persepsi masyarakat terkait dengan kualitas perusahaan akan menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan suatu keputusan. Baik bagi anggota atau calon anggota nasabah (Pratiwi dan Soesanto, 2016).

Disamping pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan, kepercayaan kepercayaan juga termasuk dalam faktor mempengaruhi preferensi seseorang. Apabila seseorang telah percaya pada seorang penjual, maka seseorang tersebut tidak merasa ragu guna memakai produk ataupun jasa yang akan ditawarkan oleh penjual tersebut.

KSPPS BMT Tazakka ialah salah satu Lembaga Keuangan Mikro Islam dari banyaknya lembaga keuangan Islam di Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan semacam BMT Bojong, BMT Wuled dan KSPPS BMT Tazakka adalah lembaga keuangan syariah yang membawahi lapisan masyarakat, sebagai mitra pengelolaan kas dan sebagai mitra usaha, modal kerja dan penggandaan produk (Husein & Roful, 2021). Lembaga keuangan islam yang beroperasi dengan memakai prinsip syariah serta disalurkan dengan simpanan-simpanan syariah salah satunya yakni KSPPS BMT Tazakka yang terletak di Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan. KSPPS

BMT Tazakka mempunyai produk antara lain, simpanan/tabungan, penghimpun dana, serta peminjam modal.

Tabel 1.1

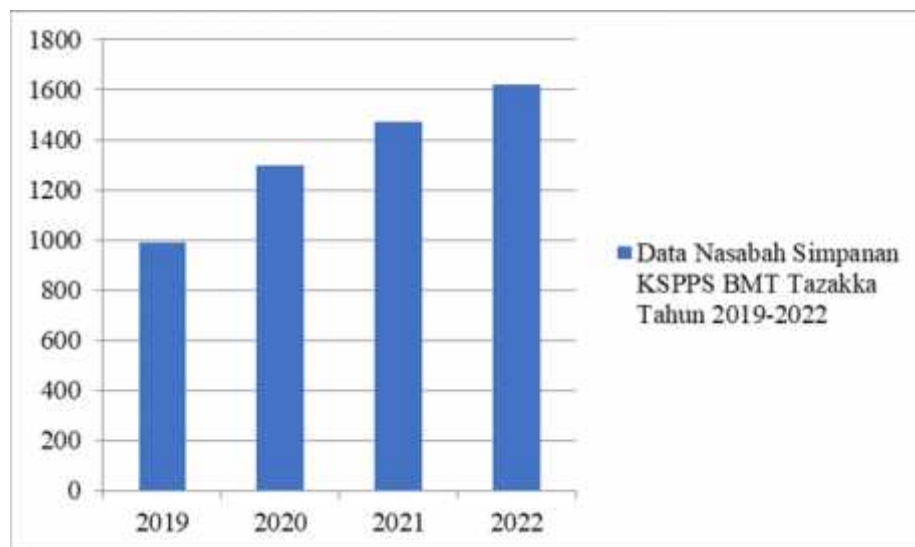
Data Nasabah Simpanan KSPPS BMT Tazakka Bojong

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2019	988
2020	1.300
2021	1.473
2022	1.620

*Sumber : KSPPS BMT Tazakka Bojong, Tahun 2019-2022.*

Gambar 1.1

Data Nasabah Simpanan KSPPS BMT Tazakka Tahun 2019 -2022.



*Sumber: KSPPS BMT Tazakka Bojong, Tahun 2019-2022.*

KSPPS BMT Tazakka Bojong merupakan BMT syariah yang mengelola dana anggota yang kemudian disalurkan kembali pada anggotanya. Dengan kondisi ekonomi yang belum stabil, banyak anggota yang cenderung memilih produk tabungan. Padahal produk di KSPPS BMT Tazakka Bojong

sendiri juga terdapat produk pembiayaan. Untuk itu sebuah BMT harus mampu mengatasi persoalan yang ada dengan menyeimbangkan keduanya agar semua produk-produknya dapat diterima oleh masyarakat. Dilihat dari perkembangannya minat menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong ini mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Tentunya terdapat berbagai faktor yang mempengaruhinya, baik dari segi pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan ataupun kepercayaan nasabah untuk menabung.

Bersumber pada hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan terdapatnya *research gap* dari pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan serta kepercayaan terhadap minat nasabah. Pada penelitian Nurbaiti (2020) menyatakan pengetahuan berpengaruh secara signifikan pada minat nasabah. Namun pada penelitian Iryani dan Kristanto (2022) pengetahuan tidak berpengaruh pada minat nasabah menabung. Pada penelitian Triuspitorini (2019) menyatakan Religiositas berpengaruh secara signifikan pada minat nasabah. Namun pada penelitian Zakaria (2020) Religiositas tidak berpengaruh pada minat nasabah. Pada penelitian Rizkulillah (2022) menyatakan Citra Perusahaan berpengaruh signifikan pada atensi nasabah. Tetapi pada penelitian Iv & Prathita (2022) Citra Perusahaan tidak berpengaruh pada minat nasabah. Pada penelitian Gultom (2020) menyatakan kepercayaan berpengaruh secara signifikan pada minat nasabah. Namun pada penelitian Wibowo (2015) kepercayaan tidak berpengaruh pada minat nasabah.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan di atas, oleh karena itu peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut: **“Pengaruh Pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong”**.

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

Bersumber pada penjelasan atas, maka kasus yang di angkat dalam penelitian ini merupakan:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong?
2. Apakah Religiositas berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong?
3. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap atensi nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong?
5. Apakah Pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong?

### **C. Tujuan Penelitian**

Bersumber pada rumusan permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini merupakan:

1. Untuk mengetahui apakah pengetahuan perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong.
2. Untuk mengetahui apakah Religiositas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong.
3. Untuk mengetahui apakah Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong.
4. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong.
5. Untuk mengetahui apakah pengetahuan, Religiositas, Citra Perusahaan serta kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapula manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian tersebut berharap bisa menjadi informasi untuk dijadikan acuan dalam menambah wawasan mengenai pengetahuan perbankan syariah, Religiositas, Citra Perusahaan dan kepercayaan terhadap minat nasabah menabung di KSPPS BMT Tazakka Bojong.

## 2. Secara Akademis

### a. Bagi akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, meningkatkan pemahaman serta menjadi panduan khususnya mahasiswa jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

### b. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi maupun perbandingan dalam melakukan penelitian berikutnya dalam penelitian yang sejenis.

## E. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan penelitian ini, sistematika pembahasan yang digunakan ialah sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini berisi latar belakang yang didalamnya berisikan *fenomena research* dan *research GAP*, rumusan masalah pada penelitian, tujuan penelitian penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II : KERANGKA TEORI

Bagian ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu yang menyangkut dengan topik penelitian, kerangka berfikir yang menggambarkan kerangka pemikiran pada judul penelitian dan hipotesis yang merupakan dugaan sementara pada penelitian.



### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bagian ini memaparkan jenis dan sumber data penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, serta teknik pengolahan dan analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini berisi tentang deskripsi objek penelitian seperti halnya pada profil BMT Tazakka dan visi misinya, kemudian analisis data data seperti hasil pada uji statistik yang sudah ditentukan dalam kuesioner kemudian interpretasi hasil pada setiap uji-uji tersebut dan pembahasan.

### **BAB V : PENUTUP**

Bagian terakhir ini berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel pengetahuan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung.
2. Secara parsial variabel religiositas ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung.
3. Secara parsial variabel citra perusahaan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung.
4. Secara parsial variabel kepercayaan ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung.
5. Secara simultan variabel pengetahuan, religiositas, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan:

1. Bagi KSPPS BMT Tazakka Bojong

Diharapkan untuk KSPPS BMT Tazakka dapat memberikan sosialisasi dan edukasi kepada para nasabah agar mereka memiliki informasi yang cukup tentang lembaga keuangan syariah sehingga

nantinya akan banyak masyarakat yang memutuskan untuk menggunakan produk-produk dari KSPPS BMT Tazakka.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topic yang sama, diharapkan bisa mengembangkan juga memperluas kembali penelitian ini. Juga perlu ditambahkan lagi faktor-faktor moralitas pada citra perusahaan yang mempengaruhi minat menabung para nasabah. Guna untuk semakin menyempurnakan pemahaman terhadap moralitas citra perusahaan yang mempengaruhi minat menabung. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pemikiran serta referensi bagi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Almusrijah. 2022. "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)." *Journal of Comprehensive Islamic Studies* 1 (1): 83–106.
- Aisya, Sitti, dan Adiputra Riyadi. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah" 02 (2): 16–33.
- Akeroyd, John R. 2002. "A note concerning the index of the shift." *Proceedings of the American Mathematical Society* 130 (11): 3349–54.
- Anwar, Rosian, dan Wijaya Adidarma. 2016. "Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Terhadap Minat Beli Belanja Online Rosian Anwar 1 Wijaya Adidarma 2." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwajaya* 14: 2.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada bank syariah cabang Ulak Karang kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227-234.
- Bawono, Anton, dan Milatunnikmah Finisia Rahajeng Oktaviani. 2016. "Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7 (1): 29.
- Fadli, Fadli. 2018. "Pengaruh Pengetahuan Dan Iklan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidimpuan Angkatan 2014)." *Imara: Jurnal Penelitian Ekonomi Islam* 1 (1): 1.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS-19*. Cet Ke-5. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghufron, Nur, dan Rini Risnawati. 2014. *Teori-Teori Psikologi*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gultom, Dedek Kurniawan, Muhammad Arif, dan Muhammad Fahmi. 2020. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3 (2): 273–82.
- Hasan, A., & Putra, I. (2022). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Bandar Lampung. *Al-*

*Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 3(2), 80-94.

- Hasan, Abil, dan Edy Sujoko. 2021. "Pengaruh Bagi Hasil dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Anggota BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi." *Ekonomi Syariah Darussalam* 02 (Februari): 125.
- Hasibuan, Faisal Umardani, dan Rahma Wahyuni. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6 (1): 22–33.
- Indra, I Made. 2012. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Jakarta: CV. BUDI UTAMA.
- Indriani, Ineu. 2018. "Pengaruh Kompetensi Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pelaksanaan Asuhan Keperawatan Pada Bagian Rawat Inap Rumah Sakit Umum Dr Slamet Garut." *Jurnal Wacana Ekonomi* 17 (2): 93–100.
- Iryani, Riza Mega, dan Rudi Suryo Kristanto. 2022. "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng)." *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10 (2): 191–202.
- Iv, Prathita, D I Pelabuhan, dan Asdp Ketapang. 2022. "Artikel Kajian Pustaka" 28 (55): 10–20.
- K, Bertens. 2001. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- KBMT Al Ikhlah Lumajang Yuliatin, Anggota di. 2020. "Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung" 1: 107–24.
- Khoirunnisa, Imam Abdul Aziz, dan Andri Brawijaya. 2021. "Factors Influencing Conventional Bank Customers Pro Actively Using." *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah* 8 (1): 50–56.
- Khotimah, N. (2018). Engaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik. *JMM17: Jurnal Ilmu ekonomi dan manajemen*, 5(01).
- Maslichah, Hj, dan M Cholid Mawardi. 2022. "Strategi Digital Marketing Dalam Peningkatan Nasabah Di Bank Muamalat Saat Pandemi Covid-19" 3 (2): 88–97.

- Mujaddid, Fajar, dan Pandu Tezar Adi Nugroho. 2019. "Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam* 10 (1): 14–37.
- Mundhori, dan Faizatur Rohmah. 2022. "Pengaruh Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Kspps Bmt Mandiri Artha Syariah Sumberrejo." *Journal of Islamic Accounting and Finance* II (1): 21–44.
- Nataly, L., & Wie, A. Y. P. L. (2022).Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(1), 313-327.
- Nurbaiti, Supaino, dan Diena Fadhilah. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah." *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)* 1 (2): 31–37.
- Pamulang, Universitas. 2017. "Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah" 10 (2): 201–16.
- Pramana, I, dan Ni Rastini. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 5 (1): 706–33.
- Pratiwi, Dani, dan Harry Soesanto. 2016. "Analisis Pengaruh Atirbut Tabungan, Mutu Tabungan dan Promosi Penjualan Terhadap Citra Perusahaan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Nasabah ( Studi kasus pada Bank Jateng Cabang Kordinator Semarang )." *Diponegoro Journal Of Management* 5: 1–15.
- Priyanto, Duwi. 2017. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Putra, Kevin, Ratih Indriyani, Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, dan Jl Siwalankerto. 2018. "Cv Mitra Perkasa Utomo" 7 (2016).
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dn Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rastini, Ni Made. 2016. "Pengaruh Pengetahuan dan Citra Perusahaan Terhadap Nasabah Minat Menabung di Bank Syariah Bali" Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Bisnis perbankan 5 (1): 706–33.

- Rianto, M. R., & Yoganingsih, T. (2020). Pengaruh religiusitas, pengaruh sosial dan dukungan pemerintah terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri-Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2).
- Rizkulillah, Cahya Amalia, Happy Sista Devy, dan Versiandika Yudha Pratama. 2022. "Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi." *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 2 (1): 140.
- Rohman, Arif. 2018. *Epistemologi dan Logika Filsafat Untuk Pengembangan Pendidikan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Romdhoni, Abdul Haris, dan Dita Ratna Sari. 2018. "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4 (02): 136.
- Safira, L. N., Oktavia, M. D., Wicaksono, H. D., & Putra, M. Y. R. (2022). Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 2, No. 7).
- Saleh, Abdul Rahman. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*: Disertai Contoh Proposal Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Ayu Retno. 2017. "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah." *UMY, Fakultas ekonomi*, 1–21.
- Senjari, R., A. Hasan, dan A. Sofyan. 2016. "Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja Dan Nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Memilih Karir Sebagai Akuntan Publik." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* 3 (1): 133–47.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Cet Ke-25. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*: pendekatan Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suwarto, Suwarto, dan Risa Anggraini. 2019. "Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung." *CAM Journal* 3 (2): 311–29.
- Syahriyal, Syahriyal. 2019. "Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh." *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 4 (1): 139–56.
- Th.Susetyarsi, Jefri Heridiansyah, dan Purnomo Ari Wibowo. 2022. "Pengaruh Bagi Hasil, Produk, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah ( Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Ungaran )." *Jurnal Ilmiah* 1 (02): 202–13.
- Tripuspitorini, Fifi Afiyanti. 2019. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah." *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4 (2): 54–69.
- Wahyuni, Ursila Dewi Nur, dan Suci Rohayati. 2022. "Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi di Bank Syariah." *Edukatif*: *Jurnal Ilmu Pendidikan* 4 (3): 3458–69.
- Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud. 2015. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)." *JRMSI - Jurnal Penelitian Manajemen Sains Indonesia* 6 (1): 440–56.
- Winda, dan A Syathir Sofyan. 2021. "Pengaruh Pengetahuan Religiusitas Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Sidrap." *Ekonomi Islam* 1: 17–44.
- Yuselda, Elok Fitriani Rafikasari. 2021. "Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Blitar (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kepanjenkidul Kota Blitar)." *JEPS: Journal of Economics and Policy* 02 (02): 37–48.
- Zahri, Yasir, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, dan Dan Bisnis. 2016. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk/Jasa Bank Syariah Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Nasabah Bank Konvensional Di Kota Banda Aceh)." *Jurnal Ilmiah*



*Mahasiswa Ekonomi Manajemen 1 (1): 75–91.*

- Zakaria, Livia Deni, Afifudin, dan M. Cholid Mawardi. 2020. “Pengaruh Religiusitas, Fasilitas Layanan, Literasi Keuangan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menabung di Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 09 (11): 25–26.
- Zubaedah, Anis. 2019. “Pengaruh pengetahuan perbankan syariah, prinsip-prinsip perbankan syariah, produk-produk perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.”