



**PENGARUH *DISPOSABLE INCOME*,
PROMOTION, *PRODUCT KNOWLEDGE*,
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGAN EASY WADIAH
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah
Indonesia KC Pekalongan Pemuda)**



SOFIYANTI KARIMAH

NIM 40222014

2026

**PENGARUH *DISPOSABLE INCOME*, *PROMOTION*,
PRODUCT KNOWLEDGE, DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGAN EASY WADIAH
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC
Pekalongan Pemuda)**

SKRIPSI

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



Oleh:

SOFIYANTI KARIMAH

NIM 40222014

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH *DISPOSABLE INCOME*, *PROMOTION*,
PRODUCT KNOWLEDGE, DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGAN EASY WADIAH
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC
Pekalongan Pemuda)**

SKRIPSI

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



Oleh:

SOFIYANTI KARIMAH

NIM 40222014

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang betanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofiyanti Karimah
NIM : 40222014
Judul Skripsi : **Pengaruh *Disposable Income, Promotion, Product Knowledge*, dan *Service Quality* Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Easy Wadiah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda)**

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.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 30 Maret 2026

Yang menyatakan,



Sofiyanti Karimah

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Sofiyanti Karimah

Yth.

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

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Sofiyanti Karimah**

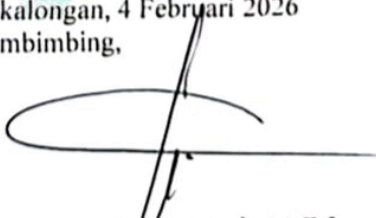
NIM : **40222014**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality* Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Easy Wadiah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda)**

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 4 Februari 2026
Pembimbing,



Muhammad Aris Safi'i, M.E.I
NIP. 198510122015031004



PENGESAHAN

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

Nama : Sofiyanti Karimah
NIM : 40222014
Judul Skripsi : Pengaruh *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality* Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Easy Wadiah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda)
Dosen Pembimbing : Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 9 Maret 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Drajat Stiawan, M.Si
NIP. 198301182015031001

Penguji II

Happy Sista Devy, M.M.
NIP. 199310142018012003

Pekalongan, 16 Maret 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. AM. Mub. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(QS Ar-Ra’d: 11)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar Bin Khattab)

“Start now. Start where you are. Start with fear. Start with pain. Start with doubt. Start with hands shaking. Start with voice trembling but start. Start and don’t stop. Start where you are, with what you have. Just... start.”

(Ijeoma Umebinyuo)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai keterbatasan serta banyak kekurangan yang perlu diperbaiki dan disempurnakan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat serta menjadi kontribusi positif bagi para pembaca, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril 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 penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Nur Aeni dan Bapak Cahyono. Terima kasih atas doa yang selalu mengiringi setiap langkah penulis, atas pengorbanan yang tak terhitung, serta kasih sayang yang menjadi alasan terbesar penulis untuk terus bertahan dan berjuang hingga hari ini.
2. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang saya banggakan.
3. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. Terima kasih atas bimbingan, arahan, kesabaran, motivasi, dan waktu yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai

4. Dosen Wali Bapak M. Shulthoni, Lc., MA., MSI.,Ph.D. Terima kasih telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi sejak awal perkuliahan hingga tahap akhir penyusunan skripsi.
5. Saudari kandungku, Mbak Nurul A.F. dan Atik Susanti, yang banyak memberikan dukungan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman UKM SPEAC (*Spirit English Association*) periode 2023 & 2024 serta Generasi Baru Indonesia Wilayah Tegal periode 2025. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan pengalaman berharga yang diberikan selama perjalanan studi ini.
7. Teman-teman KKN Tematik 63 Ekoteologi dan Pertanahan Kelompok 10 Desa Lambur, Kec. Kandangserang. Terima kasih atas cerita, kebersamaan, canda tawa, dan pengalaman berharga selama 60 hari masa pengabdian.
8. Teman-temanku yang telah menemani dari masa PBAK sampai proses penyusunan skripsi, Yulia Dewi Ariyanti, Sukma Ayu Cahyakinasih, Nur Alisah, dan Dwi Arum Muliya. Terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan setiap momen yang telah kita lalui bersama. Semoga pertemanan kita dapat terus terjaga.
9. Pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebaikan dan ketulusan kalian, semoga kebaikan tersebut diganti dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.
10. Pihak BSI KC Pekalongan Pemuda, terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan kepada saya dalam melakukan penelitian. Dukungan, bimbingan, dan fasilitas yang diberikan selama proses penelitian ini sangat berarti, sehingga penelitian ini dapat

terselesaikan dengan baik.

11. *Last but not least*, terima kasih kepada diri sendiri yang telah kuat bertahan melewati lelah, ragu, dan air mata. Terima kasih karena tidak menyerah, karena tetap melangkah meski sering merasa takut. Semoga proses ini membawa pembelajaran untuk hidup yang lebih baik di masa depan.



ABSTRAK

SOFIYANTI KARIMAH. Pengaruh *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality* Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Easy Wadiah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality* terhadap Minat Nasabah menggunakan Produk tabungan Easy Wadiah di BSI KC Pekalongan Pemuda. Keberadaan lembaga keuangan syariah seperti BSI semakin mempermudah akses masyarakat terhadap produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, salah satunya yaitu BSI KC Pekalongan Pemuda, yang menawarkan beragam produk simpanan dan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu produk simpanan yang ditawarkan oleh BSI KC Pekalongan Pemuda adalah Tabungan Easy Wadiah. Sebelum pada akhirnya memutuskan untuk menggunakan Tabungan Easy Wadiah, nasabah tentu didorong oleh niat atau minat yang terbentuk melalui berbagai pertimbangan yang relevan.

Penelitian ini ialah penelitian lapangan yang dirancang dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para responden. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditetapkan berdasarkan perhitungan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Dalam pengolahan dan analisis data, menerapkan beberapa tahapan, meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan memanfaatkan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service*

Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, adapun variabel *Disposable Income* tidak menunjukkan pengaruh positif maupun signifikan terhadap minat. Namun, ketika dianalisis secara simultan, keempat variabel, yaitu *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality*, secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan Easy Wadiah. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai adjusted R^2 sebesar 0,754 atau 75,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa 75,4% variasi Minat Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality*, sedangkan sisanya sebesar 24,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, *Service Quality*, Minat, Easy Wadiah

ABSTRACT

SOFIYANTI KARIMAH. *The Effect of Disposable Income, Promotion, Product Knowledge, and Service Quality on Interest in Using Easy Wadiah Savings Products (Case Study of Customers of Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda).*

The purpose of this study is to determine the effect of disposable income, promotion, product knowledge, and service quality on customer interest in using Easy Wadiah savings products at BSI KC Pekalongan Pemuda. The existence of Islamic financial institutions such as BSI has made it easier for the public to access financial products that comply with Islamic principles, one of which is BSI KC Pekalongan Pemuda, which offers a variety of savings and financing products tailored to the needs of the community. One of the savings products offered by BSI KC Pekalongan Pemuda is Easy Wadiah Savings Account. Before finally deciding to use the Easy Wadiah Savings Account, customers are certainly motivated by intentions or interests formed through various relevant considerations.

This research is field research designed with a quantitative approach. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents. The research sample consisted of 100 respondents determined based on the Slovin formula. The sampling technique applied was non-probability sampling using the purposive sampling method. In data processing and analysis, several stages were applied, including instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination testing. Data processing and analysis were carried out using SPSS version 25.

The results show that, partially, the variables of Promotion, Product Knowledge, and Service Quality have a positive and significant effect on Customer Interest, while the variable of Disposable Income does not show a positive

or significant effect on Interest. However, when analyzed simultaneously, the four variables, namely Disposable Income, Promotion, Product Knowledge, and Service Quality, together have a positive and significant effect on Customer Interest in using Easy Wadiah savings products. The coefficient of determination test results show an adjusted R^2 value of 0.754 or 75.4%. This indicates that 75.4% of the variation in Customer Interest can be explained by the variables of Disposable Income, Promotion, Product Knowledge, and Service Quality, while the remaining 24.6% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: Disposable Income, Promotion, Product Knowledge, Service Quality, Customer Interest, Easy Wadiah



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh 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. Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Ulfa Kurniasih, M.Hum. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Aris Safi'i, M.E.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak M.Shulthoni, Lc., MA., MSI.,Ph.D selaku Dosen Penasehat Akademik atas segala bimbingan, nasihat, dan dukungan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

8. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. dan Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Dosen Penguji atas semua saran dan masukan dalam perbaikan penulisan skripsi ini.
9. Pihak BSI KC Pekalongan Pemuda yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian, memberi arahan, serta membantu dalam memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan moral maupun material, serta doa yang tiada henti untuk keberhasilan saya. Terima kasih atas segala cinta dan pengorbanan yang telah diberikan sepanjang perjalanan saya menempuh studi.
11. Teman-teman yang saya temui selama masa studi, yang dengan tulus memberi dukungan, bantuan, dan semangat. Terutama kepada teman-teman yang telah menemani proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, doa, dan perjuangan yang telah dilalui bersama.

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

Pekalongan, 4 Februari 2026

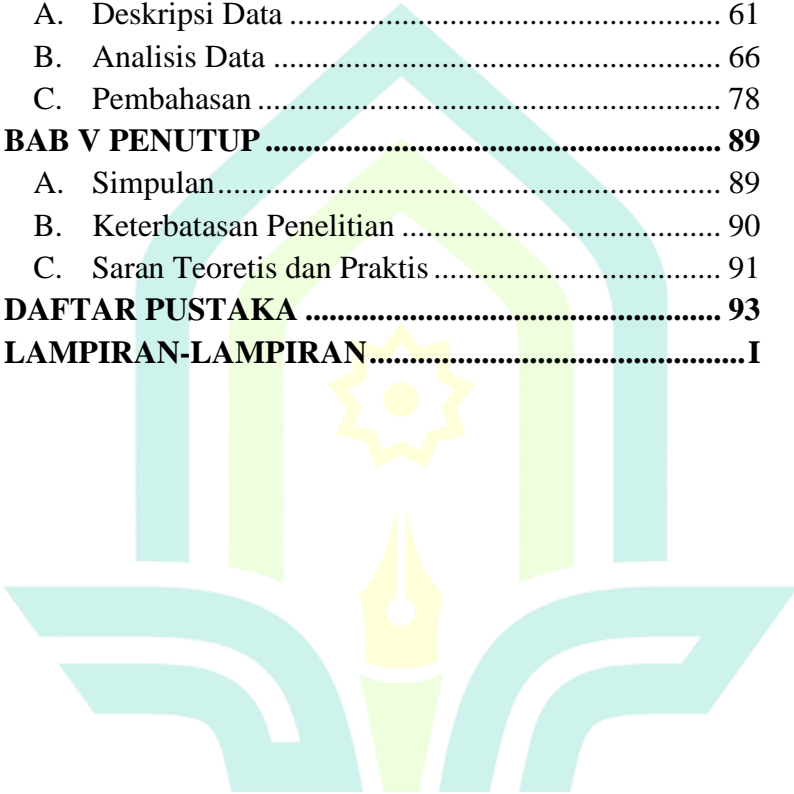


Sofiyanti Karimah

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
P E N G E S A H A N	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xxv
DAFTAR GAMBAR	xxvi
DAFTAR LAMPIRAN	xxvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Sistematika Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori	15
B. Telaah Pustaka.....	35
C. Kerangka Berpikir	40
D. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Pendekatan Penelitian.....	46
C. Setting Penelitian.....	46
D. Populasi dan Sampel.....	47

E. Variabel Penelitian	48
F. Definisi Operasional Variabel	49
G. Sumber Data	53
H. Teknik Pengumpulan Data	53
I. Instrumen Penelitian	54
J. Metode Analisis Data	54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ...	61
A. Deskripsi Data	61
B. Analisis Data	66
C. Pembahasan	78
BAB V PENUTUP	89
A. Simpulan	89
B. Keterbatasan Penelitian	90
C. Saran Teoretis dan Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-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

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. 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	Ša	š	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	Žal	Ž	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	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	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
ه	Ha	H	ha

ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau *monofong* 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

وَ	Fathah dan wau	au	a dan u
----	----------------	----	---------

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ 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
أ...إ...آ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي...إ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ؤ	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:

- الْأَطْفَالُ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

رَوْضَةٌ

- الْمَدِينَةُ al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul munawwarah

- طَلْحَةَ 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

- البرُّ 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 “T” 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'khuzu
- شَيْءٌ 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:

- وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn/
Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
- وَمُرْسَاهَا بِسْمِ اللَّهِ بَجْرَاهَا 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, diantaranya: 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:

- اللهُ رَبُّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-
الْحَمْدُ `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:

- اللهُ عَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعاً Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
jamī`an

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 Simpanan dengan Akad Wadiah	4
Tabel 1. 2 Jumlah Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiah BSI KC Pekalongan Pemuda	5
Tabel 1. 3 <i>Research Gap</i> Penelitian	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	54
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	65
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas.....	72
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji T (Parsial).....	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan)	76
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Susunan Kerangka Berpikir.....	40
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	I
Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	VII
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	VIII
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner	IX
Lampiran 5 Data Responden Penelitian	XIII
Lampiran 6 Karakteristik Responden Penelitian	XVIII
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas.....	XX
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	XXV
Lampiran 9 Hasil Uji Asumsi Klasik	XXV
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	XXIX
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi	XXIX
Lampiran 12 T tabel dan F tabel.....	XXXI
Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian	XXXI
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	XXXIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan syariah di Indonesia belakangan ini menunjukkan tren pertumbuhan yang positif dalam beberapa tahun terakhir, hal tersebut ditandai oleh adanya peningkatan yang signifikan baik dalam penghimpunan dana ataupun dalam hal pembiayaan (Musyaffa & Iqbal, 2022). Perbankan syariah merupakan lembaga finansial yang memiliki tujuan utama untuk menyediakan pembiayaan dan layanan keuangan lainnya, serta mendukung mekanisme pembayaran dan sirkulasi uang dengan seluruh aktivitasnya yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariat Islam (N. A. Wulandari & Rahmawati, 2023).

Mengacu pada siaran pers Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada bulan Oktober 2025, industri perbankan syariah nasional menunjukkan kinerja yang positif, dengan total aset yang berhasil dibukukan mencapai Rp1.028,18 triliun, tumbuh 11,34% secara tahunan (*year-on-year*), dan merupakan nominal tertinggi sepanjang berdirinya industri perbankan syariah di Indonesia (OJK, 2026). Pertumbuhan ini mencerminkan penerimaan dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk finansial yang didasarkan pada fiqh muamalah dalam Islam, yang meliputi nilai keadilan, keterbukaan, serta bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir (Anwar & Sapa, 2025).

Adanya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk finansial berdasar pada prinsip syariah juga merupakan salah satu hal yang mendasari pemerintah untuk mengambil langkah dalam melakukan penggabungan beberapa bank syariah melalui merger

yang menghasilkan pembentukan Bank Syariah Indonesia (BSI) (Setyowati & Hanum, 2023). BSI merupakan salah satu institusi bank syariah yang resmi berdiri pada 1 Februari 2021. BSI lahir dari prosedur aliansi strategis dalam bentuk merger yang melibatkan beberapa bank syariah milik pemerintah diantaranya ialah Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah (Rianda, 2024). Merger ini merupakan langkah strategis yang diinisiasi pemerintah dalam upaya menguatkan penataan kelola dan tingkat persaingan perbankan syariah dalam kancah nasional. Melalui sinergi ketiga entitas tersebut, BSI hadir sebagai institusi perbankan syariah terbesar di Indonesia, baik dalam segi aset, jaringan layanan, maupun jumlah nasabah (Romadhon & Sutantri, 2021).

Selain perannya sebagai institusi keuangan yang kokoh, BSI juga berfungsi sebagai penyedia produk serta akses pelayanan keuangan syariah, seperti halnya tabungan, pembiayaan, serta investasi yang sejalan dengan prinsip syariat Islam (Faridah et al., 2021). Tabungan sendiri didefinisikan sebagai jenis simpanan yang penarikan dananya dibatasi oleh ketentuan dan persyaratan tertentu yang telah ditetapkan dalam akad antara pihak bank dan nasabah. Simpanan ini tidak bisa dicairkan melalui cek, bilyet giro, ataupun instrumen pembayaran lain yang memiliki fungsi serupa (Juliana, 2021). Dalam perbankan syariah termasuk juga di BSI, produk tabungan dirancang berdasarkan dua jenis akad utama, yaitu akad *wadiah* dan akad *mudharabah*. Kedua akad ini memiliki karakteristik serta tujuan yang berbeda, namun tetap sejalan dengan prinsip-prinsip syariah (Al-Husairi, 2022).

BSI menawarkan beragam produk tabungan yang dirancang secara khusus untuk memenuhi kebutuhan

finansial keuangan nasabah dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Setiap jenis tabungan memiliki fitur, manfaat, dan tujuan yang berbeda-beda, dengan demikian, nasabah dapat memiliki kebebasan dalam menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan spesifik dan strategi keuangan finansial pribadi mereka (Heriska, 2022). Beberapa produk tabungan BSI diantaranya adalah Tabungan Easy Wadiah, Tabungan Easy Mudharabah, Tabungan Rencana, Tabungan Valas, Tabungan Bisnis, Tabungan Simpanan Pelajar, Tabungan Efek Syariah, Tabungan Haji Indonesia, dan juga BSI Tabungan Junior (BSI, 2025). Beberapa ragam produk tersebut diketahui dapat mencerminkan salah satu komitmen yang dilakukan BSI dalam menghadirkan layanan keuangan yang bersifat inklusif, fleksibel, dan selaras dengan prinsip syariah.

Satu dari beragam produk unggulan yang BSI tawarkan ialah Tabungan Easy Wadiah, produk tersebut diadopsi menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*, yaitu sistem titipan dimana nasabah, baik secara individu maupun kelompok menitipkan dana mereka kepada bank. Bank berperan sebagai pihak penerima titipan dengan kewajiban menjaga dan mengelola dana sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (N. A. Wulandari & Rahmawati, 2023). Dalam produk tabungan Easy Wadiah, nasabah tidak memperoleh imbal hasil tetap sebagaimana pada produk tabungan berbasis akad *mudharabah*. Namun demikian, nasabah tetap mendapatkan berbagai manfaat yang menjadikan produk ini menarik di kalangan masyarakat (Izza et al., 2025). Meskipun secara umum produk tabungan Easy Wadiah bersifat *non-profit oriented*, namun dalam beberapa tahun terakhir, jumlah

simpanan Tabungan Wadiah yang tercatat dalam laporan keuangan BSI meningkat secara signifikan.

Tabel 1. 1 Simpanan dengan Akad Wadiah

Uraian	2024	2023	2022
Giro Wadiah	19.147.079	20.847.524	21.797.852
Tabungan Wadiah	55.280.067	47.026.374	44.214.405
Total Simpanan Wadiah	74.427.146	67.873.898	66.012.257

Sumber: Laporan Tahunan BSI 2024

Berdasarkan data laporan keuangan tahunan BSI tahun 2024 di tabel 1.1 simpanan dengan akad wadiah telah mencapai angka yang signifikan, yakni sebesar Rp74,43 triliun, dan mencatatkan tren kenaikan yang konsisten dalam periode tahunan. Capaian ini mencerminkan kepercayaan tinggi masyarakat terhadap produk berbasis syariah, serta efektivitas BSI dalam mengelola dana titipan dengan amanah dan profesional (BSI, 2024).

BSI Kantor Cabang Pekalongan Pemuda merupakan bank yang secara konsisten mencatatkan pertumbuhan jumlah nasabah disetiap tahunnya. Pada tahun 2023, jumlah nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda tercatat sebanyak 54.849 nasabah, kemudian meningkat menjadi 57.675 nasabah pada tahun 2024, dan terus bertambah hingga mencapai 59.205 nasabah pada bulan April tahun 2025. Adapun berdasarkan data internal dari BSI KC Pekalongan Pemuda tahun 2025, juga diketahui bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk Tabungan Easy Wadiah mengalami pertumbuhan signifikan dari tahun ke tahun.

Tabel 1. 2 Jumlah Nasabah Pengguna Produk
Tabungan Easy Wadiah BSI
KC Pekalongan Pemuda

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan Easy Wadiah
2023	31.294
2024	32.750
26 Mei 2025	33.356

Sumber: Data Internal BSI KC Pekalongan Pemuda 2025

Merujuk data pada tabel 1.2 diketahui bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk tabungan Easy Wadiah menunjukkan peningkatan selama tiga tahun terakhir, dan dapat diketahui bahwa produk tabungan Easy Wadiah termasuk produk favorit yang dimiliki oleh BSI KC Pekalongan Pemuda. Produk tabungan Easy Wadiah memberikan kesempatan kepada nasabah untuk menabung dengan nominal yang relatif kecil sehingga ramah untuk semua kalangan, selain itu, produk tabungan Easy Wadiah tidak memberikan beban biaya admin kepada nasabah di setiap bulannya, hal ini tentu menjadikan nilai tambah tersendiri dalam benak nasabah yang ingin menghindari adanya potongan biaya rutin seperti pada jenis tabungan yang lainnya (Juliana, 2021). Dengan berbagai kemudahan tersebut, tidak heran jika tabungan Easy Wadiah tercatat sebagai produk simpanan yang memiliki banyak peminat. Popularitas ini mencerminkan bahwa masyarakat semakin sadar akan pentingnya memilih produk keuangan yang tidak hanya fokus kepada menawarkan keamanan dan kemudahan aksesnya saja, namun juga tentunya diselaraskan dengan prinsip Syariah dan memiliki nilai kebermanfaatannya yang tinggi (N. A. Wulandari & Rahmawati, 2023).

Peningkatan ini menarik untuk dikaji lebih dalam, mengingat bahwa tabungan Easy Wadiah bukanlah produk yang menawarkan keuntungan finansial langsung seperti bunga atau nisbah. Fenomena tersebut mengindikasikan adanya berbagai faktor khusus yang mampu memengaruhi minat nasabah, baik aspek internal atau eksternal yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih produk. Secara esensial, minat mencerminkan kecenderungan hati yang tertuju atau fokus pada suatu obyek yang mengarahkan dalam bentuk sikap karena perasaan senang, sehingga keluar sebuah keputusan yang dinilai tepat dan sudah mantap (Saputra, 2022). Minat juga menunjukkan arah ketertarikan seseorang terhadap hal-hal tertentu yang secara sadar dipilih untuk dijalani berdasarkan keinginan dan kebutuhan pribadi (Bella et al., 2023). Salah satu bentuk minat yang umum dijumpai adalah minat menabung, yaitu keinginan untuk menyimpan dana secara rutin demi mencapai tujuan keuangan tertentu (Ghojali & Suryaman, 2024).

Beberapa gejala yang muncul di lapangan menunjukkan bahwa peningkatan minat nasabah dalam menabung kemungkinan berasal dari berbagai aspek, salah satunya yaitu tingkat pendapatan yang dapat dibelanjakan atau *Disposable Income*. *Disposable Income* diartikan pula sebagai pendapatan yang tersedia sesudah dikurang oleh pajak dan kewajiban lainnya, yang dapat digunakan untuk konsumsi atau dialokasikan sebagai tabungan dan investasi (Muliansyah & Gede, 2025). Semakin besar *Disposable Income*, semakin besar pula kemampuan dan peluang mereka untuk menyisihkan dana sebagai tabungan, karena pendapatan yang lebih tinggi memberikan ruang finansial lebih luas untuk memenuhi

kebutuhan sehari-hari sekaligus menyimpan sebagian pendapatan untuk masa depan (Rahayu & Hakim, 2024).

Faktor berikutnya yang diperkirakan dapat memengaruhi minat adalah promosi. Promosi bukan hanya bermanfaat sebagai media penyampaian informasi, namun juga bertindak selaku alat komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mengajak, membujuk, dan meyakinkan calon nasabah agar mereka tertarik serta turut dalam memakai produk atau layanan yang telah ditawarkan (Musyaffa & Iqbal, 2022). Dalam konteks BSI, promosi yang efektif dapat membantu calon nasabah untuk memahami keunggulan dan nilai-nilai yang terkandung dalam suatu produk. Apabila strategi promosi yang dijalankan itu semakin baik dan tepat, maka akan semakin besar pula peluang yang akan didapatkan untuk menumbuhkan kesadaran dan minat masyarakat menabung di BSI (Bella et al., 2023).

Di sisi lain pengetahuan produk juga diperkirakan dapat menjadi faktor yang dapat mendorong minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan *Wadiah*. Pengetahuan produk merupakan rangkaian informasi yang melingkupi bermacam ragam dimensi terkait dengan produk. Informasi tersebut meliputi jenis produk, label, nama, atribut produk, manfaat produk, serta tingkat kepuasan yang dapat diberikan produk tersebut (Sodik et al., 2022). Semakin mendalam pengetahuan seseorang tentang produk, semakin tinggi pula kesempatan mereka untuk menggunakan suatu produk.

Adapun kualitas layanan merupakan seluruh upaya yang berorientasi pada upaya pemenuhan kebutuhan maupun keinginan konsumen yang disertai ketepatan serta kesesuaian dalam proses penyampaiannya. Dengan demikian, layanan yang diberikan tidak hanya saja

berfokus pada hasilnya, tetapi juga berfokus pada bagaimana cara tersebut mampu untuk memenuhi harapan pelanggan secara seimbang (Sulistiyowati, 2018), karena itu, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka akan berakibat pula pada semakin baiknya minat nasabah untuk menabung.

Adapun dalam penelitian ini, *gap* yang menjadi celah berdasarkan pada hasil penelitian terdahulu adalah sebagai berikut.

Tabel 1. 3 *Research Gap* Penelitian

Persamaan Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti & Tahun Penelitian
Pengaruh <i>Disposable Income</i> terhadap minat	<i>Disposable Income</i> secara positif dan signifikan berpengaruh pada minat menabung.	- Safira (2023) - Hariati & Rochmawati (2022)
	<i>Disposable Income</i> tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung.	- Azzahra & Hakim (2024) - Franata (2021)
Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap minat	Hasil penelitian memuat indikasi pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap minat menabung.	- Al-Husairi (2022) - Bella et al., (2023) - Azzahra & Hakim (2024)
	Promosi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat anggota.	- Aisyah & Notoatmojo (2024)
Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap	Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan pengetahuan produk terhadap minat menabung.	- Listriana & Romdhoni (2023) - Novian et al, (2023)

minat	Pengetahuan produk memengaruhi secara negatif serta tidak signifikan pada minat menabung.	- Sari & Husaen (2024)
Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap minat	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.	- Listriana & Romdhoni (2023) - Juliana (2021)
	Kualitas layanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung.	- Musyaffa & Iqbal (2022)

Berdasarkan tabel 1.3 *research gap* penelitian dan riset terdahulu, terlihat bahwa hasil pengujian dari variabel *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality* masih menunjukkan kesimpulan yang beragam dan menjadi *gap* pada penelitian ini, oleh karena itu diperlukan penelitian lanjutan guna memperjelas dan memperkuat pemahaman mengenai hubungan antar variabel yang ada terhadap minat menabung.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya mengidentifikasi faktor yang secara signifikan mempengaruhi minat nasabah terhadap produk berbasis akad *wadiah* yang *non-profit oriented*, yang sering kali dipersepsikan kurang kompetitif agar pihak BSI mampu mengembangkan strategi dalam meningkatkan penggunaan produk tabungan syariah, khususnya Easy Wadiah. Penelitian ini menghadirkan *novelty* melalui penggabungan empat variabel utama yang dipersepsikan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah, yaitu *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality*, dalam satu model penelitian kuantitatif.

Berbeda dari penelitian sebelumnya yang banyak berfokus pada produk berbasis *mudharabah*, penelitian ini menitikberatkan pada produk berbasis akad *wadiah*, yang dari sisi manfaat finansial terlihat minim namun tetap diminati, selain itu belum banyak penelitian yang secara khusus meneliti kombinasi variabel tersebut dalam konteks produk tabungan wadiah di BSI KC Pekalongan Pemuda, sehingga riset diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran BSI.

Alasan pemilihan tema pada penelitian ini tidak hanya didasari karena pentingnya strategi pemasaran berbasis prinsip Syariah, tetapi juga karena keberhasilan produk tabungan Easy Wadiah yang mencerminkan keberhasilan edukasi dan penyelarasan antara nilai-nilai syariah dan kebutuhan praktis masyarakat. Pemilihan lokasi di BSI KC Pekalongan Pemuda didasarkan karena termasuk dari satu dari kantor cabang BSI di Pekalongan yang memiliki nasabah cukup besar dan telah aktif memasarkan produk Easy Wadiah, selain itu didasarkan pada fakta bahwa cabang ini menunjukkan pertumbuhan signifikan nasabah produk tabungan Easy Wadiah, serta berada di wilayah yang strategis dengan mayoritas penduduk Muslim dengan aktivitas ekonomi yang tinggi.

Berhubungan dengan paparan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dengan ini penulis pun tertarik untuk melaksanakan riset lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality* Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Easy Wadiah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda)”**.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Disposable Income* berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah?
2. Apakah *Promotion* berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah?
3. Apakah *Product Knowledge* berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah?
4. Apakah *Service Quality* berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah?
5. Apakah *Disposable Income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality* berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah, maka tujuan dilakukannya riset ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Disposable Income* secara parsial terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Promotion* secara parsial terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Product Knowledge* secara parsial terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah.

4. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* secara parsial terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Disposable income*, *Promotion*, *Product Knowledge*, dan *Service Quality* secara simultan terhadap minat menggunakan produk tabungan Easy Wadiah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Riset ini harapannya mampu memberi manfaat dalam pengembangan ilmu perbankan syariah dengan mengkaji sebab yang memengaruhi minat nasabah dalam adopsi Tabungan Easy Wadiah di BSI KC Pekalongan Pemuda, sekaligus menjadi sarana bagi penulis untuk menerapkan dan mengembangkan teori yang didapat selama perkuliahan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga

Hasil penelitian dapat menjadi suatu masukan bagi BSI KC Pekalongan Pemuda dalam meningkatkan kualitas kinerja lembaga serta memperkuat daya tarik masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan syariah yang ditawarkan.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan berupa karya tulis ilmiah yang bermanfaat sebagai acuan referensi serta memberikan pengetahuan lanjutan, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat meningkatkan wawasan serta memperkaya pemahaman baru guna meningkatkan pemahaman ilmiah dan melatih keterampilan penulis dengan mengimplementasikan teori-teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan realitas kehidupan nyata.

E. Sistematika Penelitian

Dalam pembuatan karya tulis ilmiah ini, penulis memuat sistematika pembahasan antara lain sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ialah bab yang ditempatkan pada bagian awal dan terdiri dari latar belakang fenomena permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta memberikan gambaran terkait dengan sistematika kepenulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka ditempatkan pada bagian awal setelah bab pendahuluan yang didalamnya berisi tentang berbagai macam teori-teori yang telah dikemukakan oleh peneliti terdahulu. Tinjauan pustaka dapat digunakan sebagai acuan dasar dan memberikan gambaran untuk menjawab hipotesis sebelum penelitian tersebut dilakukan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini memuat suatu cara yang penulis adopsi dalam hal pelaksanaan penelitian, serta memuat desain penelitian, subyek, teknik pengumpulan

data dan analisa yang digunakan agar permasalahan yang dirumuskan bisa terpecahkan.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan ditulis untuk menggambarkan hasil dari tahap penelitian kuantitatif, yang dimulai dengan analisis, desain, hasil dan implementasi. Pada bab ini terdapat pula jawaban dari hipotesis yang pada awalnya telah diajukan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Penutup merupakan bab terakhir yang ditempatkan setelah hasil dan pembahasan. Hal ini juga digunakan dalam menarik kesimpulan terhadap penelitian yang selesai dijalankan, juga disertai oleh pemberian saran penulis guna pengembangan dan perbaikan terkait objek yang telah selesai diteliti.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka didapat kesimpulan seperti berikut:

1. *Disposable Income* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Tabungan Easy Wadiah. Meskipun terdapat peningkatan pendapatan, hal ini tidak berdampak pada minat nasabah menggunakan tabungan Easy Wadiah, dikarenakan kemungkinan pendapatan tersebut lebih dialokasikan untuk konsumsi dan kebutuhan lainnya sehingga tidak digunakan untuk menabung.
2. *Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Tabungan Easy Wadiah. Kualitas promosi yang baik dan tepat dapat memberi dampak positif kepada nasabah, semakin tepat strategi promosi, maka semakin besar pula keberhasilan suatu perusahaan dan juga kesempatan untuk menumbuhkan minat nasabah menggunakan produk tabungan Easy Wadiah.
3. *Product Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Tabungan Easy Wadiah. Pengetahuan produk bukan semata-mata berfungsi sebagai informasi, namun juga dapat membangun kepercayaan dan memberikan rasa nyaman kepada nasabah untuk menggunakan tabungan Easy Wadiah.
4. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Tabungan Easy Wadiah. Layanan yang baik dan berkualitas dapat

memberi kepuasan tersendiri serta membentuk persepsi positif nasabah terhadap untuk menggunakan produk tabungan Easy Wadiah.

5. *Disposable income, Promotion, Product Knowledge,* dan *Service quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Tabungan Easy Wadiah. Keempat faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk persepsi, pemahaman, serta pengalaman nasabah terhadap produk, sehingga secara simultan mampu meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan Tabungan Easy Wadiah.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Jumlah penelitian terdahulu yang membahas hubungan antara *Disposable Income* terhadap minat nasabah, khususnya dengan konteks produk tabungan syariah seperti Easy Wadiah, masih terbatas. Hal ini menyulitkan peneliti dalam membangun kerangka teori yang lebih komprehensif..
2. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, sehingga hasil penelitian hanya mewakili sampel tertentu. Untuk memperoleh generalisasi yang lebih luas, penelitian selanjutnya disarankan memperluas jumlah responden untuk memberikan gambaran menyeluruh yang komprehensif mengenai kondisi yang sebenarnya.
3. Penelitian dilakukan dalam periode tertentu dan terbatas pada kondisi aktual saat pengumpulan data. Faktor musiman, perubahan promosi, atau kondisi ekonomi nasabah pada waktu yang berbeda dapat memengaruhi minat nasabah, sehingga hasil penelitian ini hanya berlaku pada konteks waktu dan tempat tertentu.

C. Saran Teoretis dan Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Teoretis

Bagi peneliti berikutnya, riset ini dapat dijadikan untuk referensi. Untuk memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah, disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar ini. Penambahan variabel baru diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih terhadap perkembangan ilmu, serta memberi gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku nasabah. Selain itu, penggunaan metode penelitian seperti pendekatan kualitatif atau metode *mixed method*, dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang minat. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk menangkap data yang bersifat subjektif, yang sulit diukur melalui instrumen kuantitatif semata. Selanjutnya, untuk meningkatkan akurasi hasil penelitian, disarankan agar peneliti memperluas jumlah sampel atau menggunakan tingkat signifikansi 5% atau lebih rendah. Hal ini akan membantu memperoleh data yang lebih representatif dan memperkuat validitas serta reliabilitas temuan penelitian. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih kuat dan relevan untuk pengembangan strategi produk serta meningkatkan minat nasabah.

2. Praktis

Bagi BSI KC Pekalongan Pemuda, disarankan untuk terus memperhatikan beberapa faktor guna memperkuat minat nasabah terhadap produk

Tabungan Easy Wadiah. Upaya ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan melalui sistem pelayanan yang lebih efisien, keterampilan karyawan yang terlatih, dan respons cepat terhadap kebutuhan nasabah. Selain itu, strategi promosi yang tepat, seperti penawaran khusus, program referral, atau sosialisasi produk, dapat mendorong nasabah untuk lebih tertarik membuka dan menggunakan tabungan ini. Terakhir, Pengetahuan produk yang baik bagi nasabah juga perlu ditingkatkan melalui edukasi, konsultasi, atau penyuluhan tentang manfaat dan fitur Tabungan Easy Wadiah, sehingga nasabah dapat membuat keputusan yang lebih matang.

Peningkatan kualitas pelayanan, promosi yang tepat, dan pemahaman produk, secara bersama-sama dapat memperkuat minat nasabah menggunakan Tabungan Easy Wadiah. Pelayanan yang baik dan promosi yang jelas menciptakan rasa aman dan nyaman bagi nasabah, sedangkan pengetahuan produk nasabah membantu mereka memahami manfaat tabungan. Dengan demikian, fokus pada ketiga variabel ini tidak hanya efektif dalam meningkatkan minat nasabah, tetapi juga berdampak signifikan pada kepercayaan nasabah terhadap produk Tabungan Easy Wadiah di BSI KC Pekalongan Pemuda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abroruzzeqi, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Air Minum Cleo di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1). Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Aisyah, A., & Notoatmojo, M. I. (2024). Faktor Minat Anggota Terhadap Pembiayaan Syari'ah Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah Maju Bersama Gondang Pekalongan. *SIL'AH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1, 92–109. <https://doi.org/https://doi.org/10.64994/silah.v1i2.20>
- Al-Husairi, M. H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Easy Wadiah di BSI KCP Ulee Kareng*. UIN Ar-Raniry.
- Alfani, M. H., Nuraini, P., Hamzah, Z., & Arif, M. (2025). Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru. *Islamic Banking and Finance*, 8, 368–375. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8\(1\).21853](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8(1).21853)
- Anwar, K., & Sapa, N. Bin. (2025). Perceptions of Islamic Finance and Interest in Banking Services: Evidence from Students at UIN Alauddin Makassar (Persepsi terhadap Keuangan Syariah dan Minat terhadap Layanan Perbankan: Bukti dari Mahasiswa UIN Alauddin Makassar). *Journal of Islamic Accounting and Finance*, 5(2), 180–195. <https://doi.org/10.30762/al-muhasib.v5i2.2890>
- Apriani, I., Majid, N., & Rohana, R. (2023). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(1), 227–243. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i1.523>
- Azzahra, A. R., & Hakim, L. (2024). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Disposable Income, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)*, 12(1), 1–15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24127/jp.v12i1.10200>
- Bella, S., Faizal, M., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.157>
- BSI. (2024). *Bank Syariah Indonesia*. <https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2024-ID/541/>
- BSI. (2025). *Bank Syariah Indonesia*. <https://www.bankbsi.co.id/>
- Bur, W. (2023). *Analisis Minat Mahasiswa IAIN Palopo Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2019 Dalam Memilih Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Faridah, N. L., Hakim, L., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Pembelajaran Insert Ekonomi Syariah, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sosial dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Istithmar*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/istithmar.v5i2.81>
- Franata, R. (2021). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Persepsi dan Disposable Income terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Muamalat KCP Curup)*. Institut Agama Islam Negeri

Curup.

- Ghojali, I., & Suryaman, M. (2024). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia : Studi pada Masyarakat Kota Bandung*. 5(3), 1297–1304. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.4555>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A. F., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *Pustaka Ilmu* (1st ed., Issue March). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hariati, F. P. A., & Rochmawati, R. (2022). Pengaruh Bagi Hasil, Disposable Income, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syari'ah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(3), 332–337.
- Heriska, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Dan Pelayanan Syariah Terhadap Preferensi Tabungan BSI. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 345–359. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ieff.2022.01.4.06>
- Izza, D. N., Aprilia, V. I., Agustin, N., & Putri, N. A. (2025). Implementasi Akad Wadiah Dengan Sosialisasi Terhadap Nasabah Pada Produk Tabungan Easy Wadiah Di BSI KCP Situbondo. *Penelitian Nusantara*, 1(3), 313–319. <https://doi.org/https://doi.org/10.59435/menulis.v1i3.111>
- Juliana, H. (2021). *Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu*. IAIN Bengkulu.
- Karl, E. C., Ray, C. F., & Sharon, M. O. (2020). *Principles of Macroeconomics* (3rd ed.).
- Kusumastuti, S. Y., Anggraeni, A. F., Rustam, H. A., Desi, D. E., & Waseso, B. (2025). *Metodologi Penelitian*

(*Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*) (Y. Agusdi (ed.); 1st ed., Vol. 32, Issue 3). Sonpedia Publishing Indonesia.

- Listriana, D., & Romdhoni, A. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Mitra Mandiri, Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General*, 2(1), 136–141.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.); 3rd ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga.
- Maulana, F. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kecamatan Samatiga)* (Vol. 2507, Issue February).
- Muliansyah, E., & Gede, I. K. (2025). *Pengantar Ekonomi Makro* (M. Toher (ed.); 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167–177. <https://doi.org/https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4082. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11358>
- Nurfadilah, A. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Wallet Syariah Linkaja Pada Masyarakat Pare Pare*.

- OJK. (2026). *OJK*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Semakin-Akseleratif-Aset-Perbankan-Syariah-Tembus-Seribu-Triliun.aspx>
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyana, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Parlina, E. (2020). *Pengaruh Disposable Income dan Gaya Hidup Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat Kota Pematangsiantar di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Pematangsiantar*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Purwanto, N., Budiyanoto, & Suhermin. (2022). Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace. In *Sustainability (Switzerland)* (1st ed., Vol. 11, Issue 1). CV. Literasi Nusantara Abadi. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBTUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Putri, E. S. (2021). *Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Penabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku UMKM Iringmulyo Metro)*. IAIN Metro.
- Rahayu, N. H., & Hakim, L. (2024). Pengaruh Pengetahuan Produk, Inklusi Keuangan Syariah, Lingkungan Sosial, dan Disposable Income Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8), 5430–5450. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.2836>
- Rianda, C. N. (2024). Analisis Merger Bank BSI Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal*

Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam, 02(1), 11–21.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47498/iqtishad.v2i1.3387>

Romadhon, B., & Sutantri. (2021). Korelasi Merger Tiga Bank Syariah Dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(1), 86–98.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33367/at-tamwil.v3i1.1663>

Safira, P. (2023). Pengaruh Financial Knowledge dan Disposable Income Terhadap Minat Masyarakat Menabung pada Bank Muamalat KCU Palembang. *In Proceedings of International Seminar on Social, Humanities, and Malay Islamic Civilization*, 888–905.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian* (1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.

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.v8i1.116>

Sari, M. A., & Husaen, F. D. U. (2024). Pengaruh Pengetahuan Produk, Tingkat Pemahaman Produk dan Kesadaran Religiusitas Terhadap Minat Menabung di BSI pada Generasi Z. *El-Amwal*, 7(1), 1–18.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29103/el-amwal.v7i1.14267>

Sartika, D. (2020). Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral. *Journal of Islamic Guidance and Counseling*, 4, 51–68.

Setyowati, R. D., & Hanum, N. M. (2023). Susanto, N. M. H., & Setyowati, R. D. Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Soetta Ponorogo. *WADIAH: Jurnal*

Perbankan Syariah, 7(1), 1–20.

Silvia, E. D., & Susanti, R. (2019). Analisis Konsumsi dan Tabungan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 21(02), 154–164.

Sodik, F., Hidayat, A., Farda, R. A., & Syahita, R. N. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.132.123-143>

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Penerbit Alfabeta.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBERTUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya* (S. budi Sartika (ed.); 1st ed.). UMSIDA Press.

Untoro, D. F. (2020). *Pengaruh Faktor Promosi, Kepercayaan, Pendapatan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Wilayah Tangerang Raya)* . UIN Jakarta.

Wildan. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Pensiun Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Palu Wolter Monginsidi)*.
http://repository.uindatokarama.ac.id/id/eprint/3094/1/SKRIPSI_LAYLI_HIJRIANI_18.3.12.0101-1%281%29.pdf

- Wulandari, N. A., & Rahmawati, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Biaya Administrasi Tabungan Easy Wadiah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *WADIAH*, 7(2), 192–214.
- Wulandari, N. P. A., & Suryaningrum, D. H. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *EKONOMIKA: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 278–287.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24903/je.v10i2.1227>
- Yuliatin. (2020). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Anggota di KBMT Al Ikhlah Lumajang. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 107–124.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.705>



Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Sofiyanti Karimah
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 19 Agustus 2004
3. Alamat : Ds. Wringinagung, RT/RW
005/003, Kec. Doro, Kab.
Pekalongan
4. Nomor Handphone : 085701076941
5. Email :
sofiyanti.karimah@mhs.uingusdur.ac.id
6. Nama ayah : Cahyono
7. Pekerjaan ayah : Wiraswasta
8. Nama ibu : Nur Aeni
9. Pekerjaan ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri 02 Wringinagung, (2010-2016)
2. SMP : SMP Negeri 2 Wonopringgo (2017-2020)
3. SMA : SMA Negeri 1 Doro (2020-2022)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. UKM SPEAC, BPH, Bendahara Umum 2023
2. UKM SPEAC, BPH, Bendahara Umum 2024
3. GENBI TEGAL, Anggota Divisi Eksternal, 2025

D. PENGALAMAN MAGANG

1. BSI KCP Pekalongan Ambokembang

Pekalongan, 3 Februari 2026



Sofiyanti Karimah