



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGETAHUAN TERHADAP  
MINAT MEMILIH BANK SYARIAH STUDI KASUS  
MAHASISWA FEB UHAMKA**

SKRIPSI

Devi Nurjannah

1602055027

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JAKARTA  
2021



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGETAHUAN TERHADAP  
MINAT MEMILIH BANK SYARIAH STUDI KASUS  
MAHASISWA FEB UHAMKA**

SKRIPSI

Devi Nurjannah

1602055027

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelas Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JAKARTA  
2021

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MEMLIH DI BANK SYARIAH STUDI KASUS MAHASISWA FEB UHAMKA” merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian yang pernah diajukan gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Jakarta,  
Yang Menyatakan,



(Devi Nurjannah)  
NIM 1602055027

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**JUDUL** : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGETAHUAN  
TERHADAP MINAT MEMILIH DI BANK  
SYARIAH STUDI KASUS MAHASISWA  
MAHASISWA FEB UHAMKA

**NAMA** : Devi Nurjannah

**NIM** : 1602055027

**PROGRAM STUDI** : EKONOMI ISLAM

**TAHUN AKADEMIK** : 2021

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Budiandru, DR., SE., ME.Sy	
Pembimbing II	Meita Larasati, S.Pd., M.Sc	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA



Ummu Salma Al Azizah, SE.I., M.Sc.

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGETAHUAN TERHADAP  
MINAT MEMLIH DI BANK SYARIAH STUDI KASUS  
MAHASISWA FEB UHAMKA**

Yang disusun oleh:  
Devi Nurjannah  
1602055027

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu (S1)  
Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR.  
HAMKA

Pada tanggal: 14 Agustus 2021

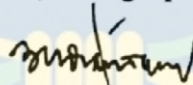
**Tim Penguji:**

Ketua, merangkap anggota:



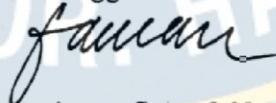
(Yadi Nurhayadi, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota:



(Budiandru, DR., SE., ME.Sy )

Anggota:



(Faozan Amar, S.Ag, M.M.,)

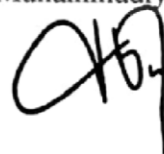
Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Islam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



(Ummu Salma Al Azizah, SE.I., M.Sc.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



(Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devi Nurjannah  
NIM : 1602055027  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MEMILIH DI BANK SYARIAH STUDI KASUS MAHASISWA FEB UHAMKA”**.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal:  
Yang menyatakan



(Devi Nurjannah)

## ABSTRAK

Devi Nurjannah (1602055027)

### **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MEMILIH DI BANK SYARIAH STUDI KASUS MAHASISWA FEB UHAMKA”**

*Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. 2021. Jakarta.*

Kata Kunci: Minat Memilih, Pengetahuan Definisi, Pengetahuan Prinsip, Pengetahuan Produk, Dan Pengetahuan Lokasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Pengetahuan Definisi, Pengetahuan Prinsip, Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Lokasi terhadap Minat Memilih.

Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat memilih. Sedangkan variabel independen yang digunakan yaitu pengetahuan definisi, pengetahuan prinsip, pengetahuan produk dan pengetahuan lokasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden. Responden dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa Aktif semester ganjil yang terdaftar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA. Hasil jawaban responden kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu IBM SPSS Statistic 24. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 96 sampel. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji statistik.

Hasil yang diperoleh dari koefisien persamaan regresi  $\hat{Y} = 5,489 + 0,240 X_1 - 0,383 X_2 + 0,819 X_3 - 0,017 X_4$ . Hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji statistik T menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan definisi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat memilih

dengan nilai t hitung sebesar  $2,039 > t$  tabel  $1,986$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,044 < 0,05$ . Variabel pengetahuan prinsip berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat memilih dengan nilai t hitung sebesar  $-2,252 > t$  tabel  $1,986$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,027 < 0,05$ . Variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih dengan nilai t hitung sebesar  $6,256 > t$  tabel  $1,986$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Variabel pengetahuan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat memilih dengan nilai t hitung  $0,195 < t$  tabel  $1,986$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,846 > 0,05$ . Selain itu, hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji statistik F menunjukkan bahwa variabel pengetahuan definisi, pengetahuan prinsip, pengetahuan produk dan pengetahuan lokasi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif terhadap minat memilih dengan nilai f hitung sebesar  $32,145 > f$  tabel  $(2,47)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai *R Square* sebesar  $0,586$  yang berarti variabel minat memilih yang dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan definisi, pengetahuan prinsip, pengetahuan produk dan pengetahuan lokasi sebesar  $58,6\%$  dan sisanya  $41,4\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen agar dapat melihat faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat memilih. Selain itu, perbanyak jumlah responden dengan cakupan wilayah yang lebih luas guna mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.



## ABSTRACT

**Devi Nurjannah (1602055027)**

### **"ANALYSIS OF KNOWLEDGE FACTORS ON THE INTEREST IN ISLAMIC BANKS CASE STUDY FEB UHAMKA STUDENTS"**

*Thesis. Bachelor Degree Program of Islamic Economics Study. Faculty of Economics And Business, University of Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. 2021. Jakarta.*

*Keywords: Choosing Interest, Definition Knowledge, Principle Knowledge, Product Knowledge, and Location Knowledge.*

This study aims to determine how the relationship between Definition Knowledge, Principle Knowledge, Product Knowledge and Location Knowledge and Choosing Interest.

The dependent variable in this research is interest in choosing. Meanwhile, the independent variables used were definition knowledge, principle knowledge, product knowledge and location knowledge. The data used in this study are primary data in the form of questionnaires distributed to respondents. Respondents in this study were active odd semester students registered at the Faculty of Economics and Business UHAMKA. The results of the respondents' answers were then processed using IBM SPSS Statistics 24. The number of samples in this study were 96 samples. This analysis includes validity test, reliability test, classical assumption test, statistical test.

The results obtained from the regression equation coefficient  $\hat{Y} = 5.489 + 0.240 X_1 - 0.383 X_2 + 0.819 X_3 - 0.017 X_4$ . The results of the hypothesis test using the T statistical test showed that the variable knowledge defini partially affected the interest in choosing with a t value of  $2.039 > t$  table 1.986 and a significance value

of 0.044 <0.05. The principle knowledge variable has a partial effect on interest in choosing with a t value of -2.252 > t table 1.986 and a significance value of 0.027 <0.05. The variable of product knowledge has an effect on the interest in choosing with a t value of 6.256 > t table 1.986 and a significance value of 0.000 <0.05. Location knowledge variable has no partial effect on interest in choosing with t value -0.195 <t table 1.986 and a significance value of 0.846 > 0.05. In addition, the results of hypothesis testing using the F statistical test show that the variables of definition knowledge, principle knowledge, product knowledge and location knowledge simultaneously (together) have a positive effect on interest in choosing with a calculated f value of 32, 145 > f table (2 , 47) and a significance value of 0.000 <0.05. Based on the R Square value of 0.586, which means the variable of interest in choosing which can be explained by the variables of definition knowledge, principle knowledge, product knowledge and location knowledge is 58.6% and the remaining 41.4% is influenced by other variables not examined.

In further research, it is hoped that the independent variable will be added in order to see other factors that can affect the interest in choosing. In addition, increase the number of respondents with a wider coverage area in order to get better research results.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam juga tak lupa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, do'a, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak terutama kedua orang tua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan selesai menempuh gelar Sarjana Ekonomi program studi Ekonomi Islam. Dengan segenap hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan yang Maha Esa dan Nabi Muhammad
2. Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M. Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
3. Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Sumardi, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
5. M. Nurasyidin, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Edi Setiawan, S.E., M.M selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Ummu Salma Al-Azizah, SE.I.,M.Sc selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
8. Budiandru, DR.,SE.,AK., ME.Sy selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta memberikan tenaga dan pemikirannya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Meita Larasati, S.Pd., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta memberikan tenaga dan pemikirannya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan civitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama penulisan kuliah.

Dalam skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kesalahan kekurangan tersebut. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi kita semua. Aamiin. Terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Jakarta,

Penulis



(Devi Nurjannah)

NIM: 1602055027

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI/INTISARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan.....	8
<i>1.2.1 Identifikasi Masalah.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.2 Pembatasan Masalah.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.3 Perumusan Masalah .....</i>	<i>9</i>
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Gambaran Peneliti Terdahulu .....	12
2.2 Telaah Pustaka .....	23
<i>2.2.1 Perilaku Konsumen.....</i>	<i>23</i>
<i>2.2.2 Teori Manajemen Sumber Daya Insani .....</i>	<i>24</i>
<i>2.2.3 Sumber Daya Insani (SDI) Dalam Perspektif Islam.....</i>	<i>25</i>

2.2.4 <i>Minat Menabung</i> .....	28
2.2.5 <i>Pengetahuan</i> .....	30
2.2.6 <i>Produk</i> .....	33
2.2.7 <i>Prinsip</i> .....	34
2.2.8 <i>Lokasi</i> .....	39
2.3 <i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i> .....	43
2.4 <i>Rumusan Hipotesis</i> .....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 <i>Metode Penelitian</i> .....	49
3.2 <i>Operasionalisasi Variabel</i> .....	49
3.3 <i>Populasi dan Sampel</i> .....	51
3.3.1 <i>Populasi Penelitian</i> .....	51
3.3.2 <i>Sampel Penelitian</i> .....	51
3.4 <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	52
3.4.1 <i>Tempat dan waktu penelitian</i> .....	52
3.4.1.1 <i>Tempat Penelitian</i> .....	52
3.4.1.2 <i>Waktu penelitian</i> .....	52
3.4.2 <i>Tempat pengumpulan data</i> .....	53
3.5 <i>Teknik Pengolahan dan Analisis Data</i> .....	54
3.5.1 <i>Uji Kualitas Data</i> .....	54
3.5.1.1 <i>Uji Validitas Data</i> .....	54
3.5.1.2 <i>Uji Relianilitas</i> .....	55
3.5.2 <i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	56
3.5.2.1 <i>Uji Normalitas</i> .....	57
3.5.2.2 <i>Uji Multikolinearitas</i> .....	57
3.5.2.3 <i>Uji Heteroskedastisitas</i> .....	58
3.5.3 <i>Uji Regresi Linier Berganda</i> .....	76
3.5.4 <i>Pengujian Hipotesis</i> .....	77
3.5.4.1 <i>Uji Signifikasi Simultan (Uji f)</i> .....	77
3.5.4.2 <i>Uji Sifnifikasi Parsial (Uji t)</i> .....	78
3.5.5 <i>Analisis Koefisien Korelasi (R)</i> .....	79

3.5.6 Analisis Koefisien Determinasi dan Adjusted R Square ( $R^2$ ).....	80
---	----

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	82
4.1.1 Sejarah Singkat Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka .....	82
4.1.2 Asal Nama UHAMKA .....	83
4.1.3 Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.....	84
4.1.4 Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA .....	85
4.1.5 Deskripsi Data .....	86
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Interpretasi .....	88
4.2.1 Hasil dan Uji Kualitas Data .....	88
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas .....	88
4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	92
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	94
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98
4.2.4.1 Uji Normalitas .....	98
4.2.4.2 Uji Multikolonieritas.....	99
4.2.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	101
4.2.5 Hasil Uji Statistik.....	103
4.2.5.1 Hasil Uji Signifikansi Parsial .....	103
4.2.5.2 Uji Simultan $F$ .....	106
4.2.5.3 Adjusted R Square.....	106
4.3 Pembahasan.....	107

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	109
5.2 Saran.....	122

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **DAFTAR LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	18
2.	Indikator Variabel Penelitian.....	53
3.	Skala Pengukuran Likert .....	58
4.	Distribusi Responden Berdasarkan Prodi .....	73
5.	Distribusi Responden Berdasarkan Semester .....	74
6.	Distribusi Responden Berdasarkan jenis kelamin .....	75
7.	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Definisi .....	76
8.	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Prinsip .....	77
9.	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk .....	77
10.	Hasil Uji Validitas Pengetahuan lokasi.....	78
11.	Hasil Uji Validitas Minat Memilih.....	78
12.	Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Definisi.....	79
13.	Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Prinsip.....	79
14.	Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk.....	80
15.	Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Lokasi.....	80
16.	Hasil Uji Reliabilitas Minat Memilih.....	81
17.	Hasil Analisis Deskriptif.....	81
18.	Hasil Pengolahan Data Regresi Linier Berganda.....	83
19.	Hasil Uji Normalitas.....	86
20.	Hasil Uji Multikolinieritas.....	87
21.	Hasil Uji <i>Spearman's Rho</i> .....	89
22.	Hasil Uji $T_{test}$ .....	90
23.	Hasil Uji $F_{test}$ .....	91
24.	Hasil Uji Adjusted R Square.....	92



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Konseptual.....	50
2.	Grafik <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	85
3.	Grafik <i>Scatterplot</i> .....	88



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Apabila dilihat dari sejarahnya, kegiatan perbankan pada awalnya dimulai dari jasa penukaran uang (Kasmir, 2015). Kegiatan operasional perbankan kemudian berkembang lagi menjadi tempat penitipan uang yang sekarang disebut dengan kegiatan simpanan. Uang yang disimpan oleh masyarakat pada bank dipinjamkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkannya. Jasa-jasa bank lainnya menyusul sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam.

Menurut Aluko & Ajayi dalam (Budiandru & Yuniarti, 2020) perbankan memiliki peran penting dalam kerangka perekonomian suatu negara pekebang. Dalam menabung masyarakat sekarang mulai memilih menabung dan membuat akun pada bank syariah karena terpicat oleh metode Islami yang dianut umat muslim agar terhindar dari riba. Sekarang dapat dilihat bahwa bank–bank konvensional yang telah melakukan *spin off* dan membuka cabang sebagai syariah, seperti bank BNI, BRI, Bank Mandiri, dan lain sebagainya. Tetapi, tidak banyak juga masyarakat yang masih menggunakan bank konvensional karena terdapat tingkat suku bunga yang besar. Karena masyarakat dominan lebih memilih untuk mencari keuntungan dibanding hanya sekedar menabung jadi tingkat jumlah

nasabah pada bank-bank syariah masih belum sebanding dengan tingkat jumlah nasabah pada bank konvensional.

Gagasan untuk mendirikan bank syariah di Indonesia sebenarnya sudah muncul sejak pertengahan tahun 1970-an. Hal ini dibicarakan pada seminar nasional hubungan Indonesia-Timur tengah pada tahun 1974 dan pada tahun 1976 dalam seminar internasional yang diselenggarakan oleh Lembaga Studi Ilmu-ilmu Kemasyarakatan (LSIK) dan Yayasan Bhineka Tunggal Ika (Sudarsono, 2017).

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Penerapan prinsip Islam inilah yang membedakan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional lainnya, yaitu dengan sistem bagi hasil. Bukan hanya berdimensi materi yaitu juga imateril karena akan berdampak pada pertanggungjawaban seseorang di dunia dan di akhirat kelak. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk memperlancar mekanisme perekonomian terutama disektor riil (Putri, Fadah, & Endhiarto, 2015).

Terdapat dalam Al-Qur'an bahwa riba itu dilarang, seperti pada surat Al-Baqarah ayat 278.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman”

Penjelasan Hamka dalam ayat Al-Qur'an surat Al-Baqarah : 278 ialah berawal dari kebiasaan orang arab dahulu yang menternakan uang, khususnya paman Nabi

sendiri yaitu Abbas bin Abdul Muthalib. Di zaman jahiliyah beliau mendirikan suatu usaha bekerjasama dengan orang bani Mughirah yang usahanya adalah menernakan uang (makan riba). Mereka pernah meminjamkan uang kepada Bani Tsaqif di Taif. Setelah datangnya islam, datanglah peraturan ini, yaitu bahwa sisa-sisa Riba Jahiliyah itu ditinggalkan sama sekali. Artinya orang yang berhutang di Taif itu tidak perlu memberikan bunga Riba, tapi cukup mengembalikan seberapa banyak hutangnya dulu.

Perbankan dalam dunia modern saat ini memang sangat diperlukan untuk kelancaran roda perekonomian negara dan masyarakat pada umumnya. Namun, yang jadi permasalahan adalah sistem perbankan yang bagaimana yang paling baik dan sesuai dengan syariah islam. Pada umumnya lembaga keuangan di Indonesia sendiri terbagi menjadi dua, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. bank syariah merupakan suatu lembaga intermediasi antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak lain yang membutuhkan dana. Peran bank syariah menjadi sangat sentral karena disini penghimpunan dana haruslah seimbang dengan dana yang disalurkan. Penerapannya bukan hanya ditunjukan untuk meningkatkan volume penjualan, akan tetapi juga perlu memperhatikan peningkatan minat menabung masyarakat.

Adanya bank konvensional dan bank syariah mempunyai peran yang strategis sebagai suatu lembaga keuangan intermediasi dan memberikan jasa dalam pembayaran. Oleh sebab itu, dari kedua tipe bank tersebut mempunyai karakteristik yang dapat mempengaruhi sikap calon nasabah dalam memilih antara kedua tipe bank tersebut. Selanjutnya, sikap nasabah pada produk perbankan konvensional

maupun syariah dapat dipengaruhi pada pemahaman masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri (Agus, 2015).

Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, dikatakan bahwa bank syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan terhadap bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta sistem dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya dengan berdasarkan pada prinsip syariah. Perbankan syariah memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkan dananya kembali ke masyarakat. Adapun peranan bank syariah tersebut dapat memurnikan operasional pada perbankan syariah sehingga meningkatkan suatu kepercayaan masyarakat serta dapat meningkatkan kesadaran syariah pada umat Islam yang bertujuan untuk memperluas segmen dan pasar perbankan syariah (Hasanah, 2015).

Secara umum pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah adalah perbankan syariah dominan dengan sistem bagi hasilnya dan perbankan syariah adalah bank Islam. Hal tersebut sesuai dengan pendapat (Wahyuni, 2017), bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatannya, baik menghimpun dana, menyalurkan dana dan pelayanan jasa. Kemudian pada faktor pertimbangan agama merupakan suatu motivasi penting agar dapat mengajak masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah dan masyarakat non nasabah yang diberikan penjelasan terhadap produk atau jasa perbankan syariah sehingga memiliki minat untuk menabung di bank syariah (Wahyuni, 2017).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (H. Y. P. Lestari & Magnadi, 2017) (Nisak, 2015) (Gampu, Kawet, & Uhing, 2015) (Utamy & Widhiastuti, 2019) (A.

M. Lestari, 2015) (Fadli, 2018) (Dayyan, Fahriansah, & Juprianto, 2017) menunjukkan bahwa hasil penelitian variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat memilih bank syariah. Namun, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purwanto, 2016) yang menunjukkan hasil variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat memilih.

Strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan demi terwujudnya tujuan tersebut dikarenakan pemasaran merupakan hal yang penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Agar pemasaran sesuai dengan sasaran maka diperlukan perhatian seputar perilaku konsumen dengan baik. Seperti penciptaan produk, penentuan sasaran dan promosi yang tepat. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: faktor budaya, kelas sosial, keluarga, status, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut yang akan menjadi penunjuk bagi pemasar untuk memasarkan produknya secara efektif (Kotler & Keller, 2016)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Istiqomah, 2015) (Anwar & Satrio, 2015) (Rusdianto & Ibrahim, 2017) (A. M. Lestari, 2015) bahwa hasil penelitiannya menunjukkan variabel produk berpengaruh terhadap minat memilih. Akan tetapi, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Romdhoni & Ratnasari, 2018) (Arifin & Khotimah, 2014) bahwa penelitiannya menunjukkan variabel produk tidak berpengaruh terhadap minat memilih.

Seorang nasabah akan menentukan tindakan pengambilan keputusan atau minat membeli setelah mempelajari produk, pengetahuan. Selain faktor pengetahuan, prinsip juga sangat penting dalam menarik minat nasabah. Dalam hal

ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa prinsip, masyarakat tidak akan mengenal bank.

Oleh karena itu, prinsip perbankan yang diketahui konsumen merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan prinsip bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Variabel ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Banowati, 2018) (Masykuroh, 2018) (Sunardi & Aniarsih, 2019) (Abdallah & Lubis, 2015) (Saputri, 2019) menyatakan bahwa variabel prinsip berpengaruh terhadap minat memilih di bank syariah.

Begitu juga dengan lokasi, dalam mendirikan sebuah lembaga, lokasi adalah salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan. Lokasi yang strategis sangat menentukan usaha yang akan dijalankan. Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya, kelancara lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Konsumen tidak mungkin mencari produk yang letaknya diluar jangkauan konsumen. Tentunya Konsumen akan berpikir dapat menghabiskan waktu, tenaga dan uang. Faktor lokasi / tempat juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sinambow & Trang, 2015) (Abdallah & Lubis, 2015) menunjukkan hasil bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap minat memilih. Namun, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fawzeyya, 2017) (Arifin & Khotimah, 2014) yang menunjukkan hasil tidak terdapat pengaruh antar variabel lokasi terhadap minat memilih.

Minat adalah satu keadaan motivasi, atau satu set motivasi yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Di dalam dunia perbankan sendiri minat masyarakat untuk menabung juga sangat penting (Djamarah, 2015). Bagaimana sektor perbankan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaannya dapat berkembang merupakan masalah utama yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan permasalahan yang mendasari penelitian ini karena ditemukan perbedaan pendapat (*gapresearch*) antara hasil penelitian terdahulu mengenai minat untuk menabung pada bank syariah, maka peneliti menggunakan mahasiswa FEB UHAMKA sebagai responden. Mayoritas mahasiswa FEB UHAMKA berumur 18-23 tahun, merupakan masa dimana menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengakses informasi dan pengetahuan, baik berita maupun materi pendidikan ataupun mengakses informasi lainnya.

Pengetahuan tentang perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis diberikan pada mahasiswa dalam bentuk mata kuliah perbankan dan lembaga keuangan. Mata kuliah tersebut terdapat pembahasan yang mengenai tentang definisi perbankan syariah, prinsip-prinsip bank syariah, perbedaan bank konvensional dengan bank syariah, produk bank syariah dan sebagainya. Informasi yang dapat dari mata kuliah tersebut maka dapat dijadikan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah. Selain itu, pengetahuan tentang perbankan syariah dapat juga di peroleh dalam bentuk komunikasi dengan teman, orang tua,



masyarakat, buku-buku tentang perbankan syariah dan media lainnya. Sehingga dapat menimbulkan minat manabung di bank syariah (Mawardi, 2018)

Namun remaja zaman sekarang banyak yang belum mengetahui perbankan syariah disebabkan kurangnya sosialisasi yang dilakukan terhadap prinsip dan sistem ekonomi syariah dan juga karena jarang membaca berita atau informasi tentang bank syariah. Dengan demikian hal tersebut mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah. Kemudian tidak adanya papan iklan atau brosur yang berisikan informasi tentang bank syariah.

Sehingga dapat diasumsikan bahwa pemahaman mahasiswa FEB UHAMKA belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah atau masyarakat belum mengetahui banyak tentang bank syariah. Karena kurangnya mengakses informasi mengenai bank syariah. Sehingga dengan demikian minat masyarakat menabung di bank syariah juga semakin rendah. Melihat kondisi tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor pengetahuan, lokasi, prinsip dan produk memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memiliki ketertarikan dalam menentukan judul penelitian **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MEMILIH DI BANK SYARIAH” STUDI KASUS MAHASISWA FEB UHAMKA**”.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bank Syariah yang masih belum berkembang pesat dibandingkan dengan Bank konvensional.
2. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip Bank Syariah khususnya mahasiswa FEB UHAMKA.
3. Mayoritas masyarakat muslim masih menganggap bahwa Bank Syariah itu sama dengan Bank konvensional.
4. Terdapat banyak faktor pada pengetahuan masyarakat khususnya mahasiswa agar dapat mempengaruhi minat menabung.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Dalam penelitian ini penulis hanya membahas mengenai "Analisis Faktor-Faktor Pengetahuan Terhadap Minat Memilih di Bank Syariah" Studi kasus Mahasiswa FEB UHAMKA. Pada waktu penelitian bulan Januari 2021 dengan tempat penelitian di FEB UHAMKA.

### **1.2.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat memilih di Bank Syariah pada Mahasiswa FEB UHAMKA?
2. Apakah terdapat pengaruh antara prinsip terhadap minat memilih di Bank Syariah pada Mahasiswa FEB UHAMKA?

3. Apakah terdapat pengaruh antara produk terhadap minat memilih di Bank Syariah pada Mahasiswa FEB UHAMKA?
4. Apakah terdapat pengaruh antara lokasi terhadap minat memilih di Bank Syariah pada Mahasiswa FEB UHAMKA?
5. Apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan, lokasi, prinsip, produk terhadap minat memilih di Bank Syariah pada Mahasiswa FEB UHAMKA ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat memilih di Bank Syariah pada Mahasiswa FEB UHAMKA?
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara prinsip terhadap minat memilih di Bank Syariah pada Mahasiswa FEB UHAMKA.?
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara produk terhadap minat memilih di Bank Syariah pada Mahasiswa FEB UHAMKA.?
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara lokasi terhadap minat memilih di Bank Syariah pada Mahasiswa FEB UHAMKA.?
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan, lokasi, prinsip dan produk terhadap minat memilih di Bank Syariah pada mahasiswa FEB UHAMKA?

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pihak yang berkepentingan antara lain:

1. Bagi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mendapatkan gambaran tentang mengenai faktor-faktor yang diidentifikasi mempengaruhi minat menabung mahasiswa beserta hubungan antar variable-variable dalam penelitian ini sehingga dapat mengambil keputusan dan menetapkan kebijakan yang tepat dalam rangka meningkatkan minat memilih mahasiswa.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai tambahan ilmu agar dapat mengetahui akan produk Bank Syariah, sehingga sebelum memilih suatu produk untuk menabung dapat membedakan mana yang prinsip dan produk Bank Syariah atau Bank konvensional.

3. Bagi Akademik

Memberikan referensi dan acuan bagi penelitian selanjutnya tentang pengaruh pengetahuan terhadap minat memilih pada mahasiswa FEB UHAMKA.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, M., & Lubis, I. (2015). Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa Sma Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(6), 14859.
- Adisaputro, G. (2014). *Manajemen Pemasaran, Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Adiwijaya, M. (2010). *Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Alma, B. (2010). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4, 12.
- Arifin, A., & Khotimah, H. (2014). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta. *Nasional*, 163–184.
- Banowati, M. M. (2018). *Pengaruh Pemahaman Prinsip Tabungan Syariah, Tingkat Religiusitas, Faktor Sosial Budaya, dan Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Niat Menabung di Bank Syariah Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2014 Universitas Negeri Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Bougie, & Sekaran. (2013). *Research Methods for Business: A skill. Building Approach*. New York: John Wiley & Sons.
- Budiandru, & Yuniarti, S. (2020). Economic Turmoil in Islamic Banking Investment. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 19(9), 1689–1699. Diambil dari [http://repository.uhamka.ac.id/4309/1/2\\_jurnal\\_eti\\_uinj\\_budiandru\\_feb.pdf](http://repository.uhamka.ac.id/4309/1/2_jurnal_eti_uinj_budiandru_feb.pdf)
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1), 65–75. <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>
- Crow, L. D., & Crow, A. (1984). *Psikologi Pendidikan Buku I*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Dayyan, M., Fahriansah, & Juprianto. (2017). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, Vol. 1(No. 1), h. 1-19.

- Djamarah, S. B. (2015). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- 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 RISET EKONOMI ISLAM*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31958/imara.v1i1.986>
- Fawzeyya, N. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ferdinand. (2002). *Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriani, Z. (2018). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan Siswa/Siswi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. *Journal of Chemical Information and Modeling*. Universitas Islam Negeri Ar- Raniry. Diambil dari <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/7430/1/Zahara Fitriani.pdf>
- Gampu, A. N., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), 1330–1340. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.10416>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit.
- Hafied, H., & Nasir, M. (2013). *Lembaga Keuangan Syariah Teori dan Penelitian Empiris*. Makassar: PT. Umitoha Ukhuwah Grafika.
- Hasanah, L. R. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Periode 2007-2014*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) TULUNGAGUNG. Diambil dari <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/1739/>
- Istiqomah, R. (2015). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Stain Salatiga Untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga. Diambil dari <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/483/>
- Jumingan. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kamir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi Revi). Jakarta: Kencana.
- Karim, A. (2007). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2015). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. Inc.

- Lestari, A. M. (2015). *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah*. Universitas Brawijaya.
- Lestari, H. Y. P., & Magnadi, R. H. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada Bmt Al Halim Temanggung. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6(No. 1), h. 1-11.
- Mappiare, A. (1997). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Masykuroh, E. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Produk, dan Prinsip Syariah Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Lingkungan Warga Dusun Blokangung RT 02/04 Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi).
- Mawardi. (2018). Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang. *Al-Tijary*, 4(1), 43–52. <https://doi.org/10.21093/at.v4i1.1282>
- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nisak, F. (2015). *Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan, Konsep Diri dan Karakter Pribadi Terhadap Kinerja Staff Pada SMK N Se- Kota Pekalongan*. Universitas Negeri Semarang.
- Nofinawati, N. (2014). Akad Dan Produk Perbankan Syariah. *FITRAH:Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman*, 8(2), 219. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v8i2.349>
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan & Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Poerwadaminta. (2006). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi 3). Jakarta: Balai Pusaka.
- Purwanto, A. (2016). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Boyolali*. Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI.
- Putri, Y. F., Fadah, I., & Endhiarto, T. (2015). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Konvensional dan Bank Syariah. *JEAM*, XIV(April), 27–42.
- Rahayu, S., Ayuningtyas, R. D., & Maskudi. (2020). Analysis of factors affecting interests of student for saving on sharia financial institution; case study of Raudlatut Thalibin Leteh Rembang boarding school. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 2(1), 59–69. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol2.iss1.art6>
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari' Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari' Ah Semarang. *Addin*, 8(1), 1–28.

- Romdhoni, A. haris, & Ratnasari, D. (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. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2017). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>
- Samsudin, A. (2017). *Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang*.
- Saputri, G. I. (2019). *Pengaruh Pemahaman Mengenai Bank Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Survei Pada Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cirebon)*. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zona Mega Mall Manando. *Emba Issn 2303-11*, 3(3), 300–311.
- Slameto. (1988). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip Pemasaran*. (Y. Lamarto, Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunardi, & Aniansih, F. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sunyoto. (2014). *Metodologi Penelitian Ekonomi Alat Statistik & Analisis Output Komputer untuk Mahasiswa dan Praktisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Offset.
- Utamy, O. D. B., & Widhiastuti, R. (2019). The effect of Sharia bank knowledge , promotion , and facilities on savings decisions at Sharia banks with savings interest as mediation variables. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business*, 1(1), 1–27. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2019.1.1.3986>
- Zainal, S. V. R. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan (Edisi 7)*. Depok: PT RAJAGRAFINDO.