

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, PROMOSI DAN
LOKASI TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL DI
BANK SYARIAH
(STUDI KASUS REMAJA *MILENIAL* RW 09 DESA KEBANTENAN
PONDOK AREN TANGERANG SELATAN)**



SKRIPSI

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**

Oleh :

NURUL AISYAH

NIM : 1707025024

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
TAHUN 2021 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menabung Generasi *Milenial* Di Bank Syariah (Studi Kasus Remaja *milenial* RW 09 Desa Kebantenan Pondok Aren Tangerang Selatan)”** merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil dari suatu karya orang lain, maka peneliti bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 08 Oktober 2021



(Nurul Aisyah)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini yang berjudul berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Generasi *Milenial* Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Remaja *milenial* RW 09 Desa Kebantenan Pondok Aren Tangerang Selatan)” ditulis oleh Nurul Aisyah, dengan NIM: 1707025024 telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Dosen Pembimbing,



Ahmad Said Matondang, M.E., Sy,


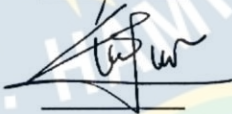
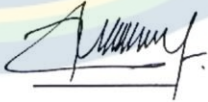
PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Generasi *Milenial* Di Bank Syariah (Studi Kasus Remaja *Milenial* Rw 09 Desa Kebantenan Pondok Aren Tangerang Selatan)” ditulis oleh Nurul Aisyah, NIM : 1707025024, diujikan pada hari Kamis, 21 Oktober 2021, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,


(Fitri Liza, S.Ag., M.A.)

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza, S.Ag., M.A.</u>		<u>23/11/2021</u>
Ketua		
<u>Ai Fatimah Nur Fuad, Lc. M.A Ph.D.</u>		<u>19/11/2021</u>
Sekretaris		
<u>Ahmad Said Matondang, M.E., Sy</u>		<u>19/11/2021</u>
Anggota / Pembimbing		
<u>Dr. Gusniarti, M.A</u>		<u>18/11/2021</u>
Anggota / Penguji I		
<u>Arif Hamzah, M.A</u>		<u>18/11/2021</u>
Anggota / Penguji II		

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Alhamdulillah, puji serta syukur kehadirat Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan segala nikmat iman dan taqwa, sehat, dan rahmat hingga hidayah kepada para hamba-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan dan suri tauladan kita, Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita sebagai umatnya dari zaman jahiliyah hingga zaman perserikatan Muhammadiyah.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini mungkin tidak dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak/Ibu, berbagai pihak yang telah men-support penulis dalam menyelesaikan skripsi ini kepada:

1. Fitri Liza S.Ag., M.A, selaku Dekan Fakultas Agama Islam UHAMKA.
2. Ai Fatimah Nur Fuad, Lc, M.A, Ph.D selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam UHAMKA.
3. Ir. Agung Haryanto, M.E selaku Wakil Dekan II Fakultas Agama Islam UHAMKA.
4. Rahmad Dahlan, S.E.I., M.Si selaku Wakil Dekan III dan IV Fakultas Agama Islam UHAMKA.
5. Nur Melinda Lestari, S.E.I, M.H selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
6. Lismawati, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam.
7. Ari Khairurrijal Fahmi, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Arab.
8. Ahmad Said Matondang M.E., Sy selaku Dosen Pembimbing saya yang sudah sangat sabar dalam membimbing dan memberikan masukan serta arahan kepada saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.

9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Agama Islam UHAMKA yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan nasihatnya selama perkuliahan.
10. Seluruh Bapak/Ibu staff dan karyawan Fakultas Agama Islam UHAMKA yang telah membantu segala urusan administrasi selama perkuliahan.
11. Kedua Orang Tuaku tercinta Ayahanda Sukarman dan Ibunda Mudrikah, yang telah menjaga, mendidik dan membesarkan saya hingga sampai pada titik ini. Serta untuk adik kecilku yang amat aku sayangi Afikah Liyana Zahira.
12. Seluruh teman-teman Angkatan Perbankan Syariah 2017, terimakasih sudah berjuang bersama, semoga kelak kita akan bertemu lagi pada masa kesuksesan nanti.
13. Sahabatku Mega, Siska, Dian dan Niza, terimakasih juga sudah berjuang bersama untuk masa depan kita, terimakasih atas masukan dan saran kalian untuk penelitian ini.
14. My Taman Anggrek *Squad* Frisilia, Salma, Xenna, Septi dan Wulan, terimakasih untuk supportnya selama ini, terimakasih sudah mau mendengar keluh kesahku dalam penyusunan skripsi ini.
15. Seluruh remaja *milenial* RW 009 Desa Kebantenan Pondok Aren Tangerang Selatan yang telah bersedia meluangkan waktu nya untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Dan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, saya hanya bisa mengucapkan beribu-ribu terimakasih dan hanya bisa mendoakan semoga kelak segala kebaikan yang telah diberikan akan dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlipat ganda, *Aamiin*. Masukan dan saran sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan, sehingga skripsi ini bisa bermanfaat bagi akademik dan bagi masyarakat luas.

Jakarta, 20 Oktober 2021



(Nurul Aisyah)



ABSTRAK

Nurul Aisyah, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Generasi Milenial Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Remaja milenial RW 009 Desa Kebantenan Pondok Aren Tangerang Selatan)*. Skripsi, Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah faktor Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Lokasi dapat mempengaruhi minat generasi *milenial* RW 009 Desa Kebantenan menabung di bank syariah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan populasi 1.200 orang dan yang dijadikan sampel 93 orang. Penelitian ini tertuju pada masyarakat usia 17 – 27 tahun. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan olah data SPSS versi 25.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Variabel Religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Variabel Promosi secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Variabel Lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Dan secara simultan variabel Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menjelaskan bahwa pengaruh variabel Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah adalah sebesar 53,7% sedangkan sisanya lagi sebesar 46,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian kali ini.

Kata Kunci: Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, Lokasi, Minat Menabung

Daftar Isi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN PANITIAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	14
G. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Pengetahuan.....	18
1. Pengertian Pengetahuan.....	18
B. Religiusitas.....	21
1. Pengertian Religiusitas.....	21
C. Promosi.....	22
1. Pengertian Promosi.....	22
D. Lokasi.....	26
1. Pengertian Lokasi.....	26
E. Minat Menabung.....	27
1. Pengertian Minat.....	27
2. Pengertian Menabung.....	29
F. Generasi Milenial.....	31
1. Pengertian Generasi <i>Milenial</i>	31
G. Perbankan Syariah.....	33
1. Pengertian Bank Syariah.....	33
2. Sejarah Perbankan Syariah.....	35

3. Tujuan dan Fungsi Bank Syariah.....	38
4. Prinsip Bank Syariah.....	41
H. Kerangka Berpikir.....	47
I. Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	50
1. Jenis Penelitian.....	50
2. Lokasi Penelitian.....	50
3. Variable Penelitian.....	53
B. Metode Pengumpulan Data.....	55
C. Metode Analisis Data.....	59
1. Uji Kelayakan Instrumen	59
2. Uji Asumsi Klasik.....	61
3. Uji Hipotesis	63
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	68
A. Gambaran Umum RW 09 Desa Kebantenan Pondok Aren Tangerang Selatan	68
B. Deskripsi Data Responden	69
C. Analisis Deskriptif	71
D. Uji Kelayakan Instrumen	72
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas	74
E. Uji Asumsi Klasik.....	75
1. Uji Normalitas.....	75
2. Uji Multikolinieritas.....	76
3. Uji Heteroskedastisitas.....	77
F. Uji Hipotesis Penelitian	78
1. Uji T	78
2. Uji F	80
3. Koefisien Determinasi.....	81
G. Regresi Linear Berganda.....	82
H. Interpretasi Penelitian	84
1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	84
2. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.....	85
3. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	85
4. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.....	85

BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95

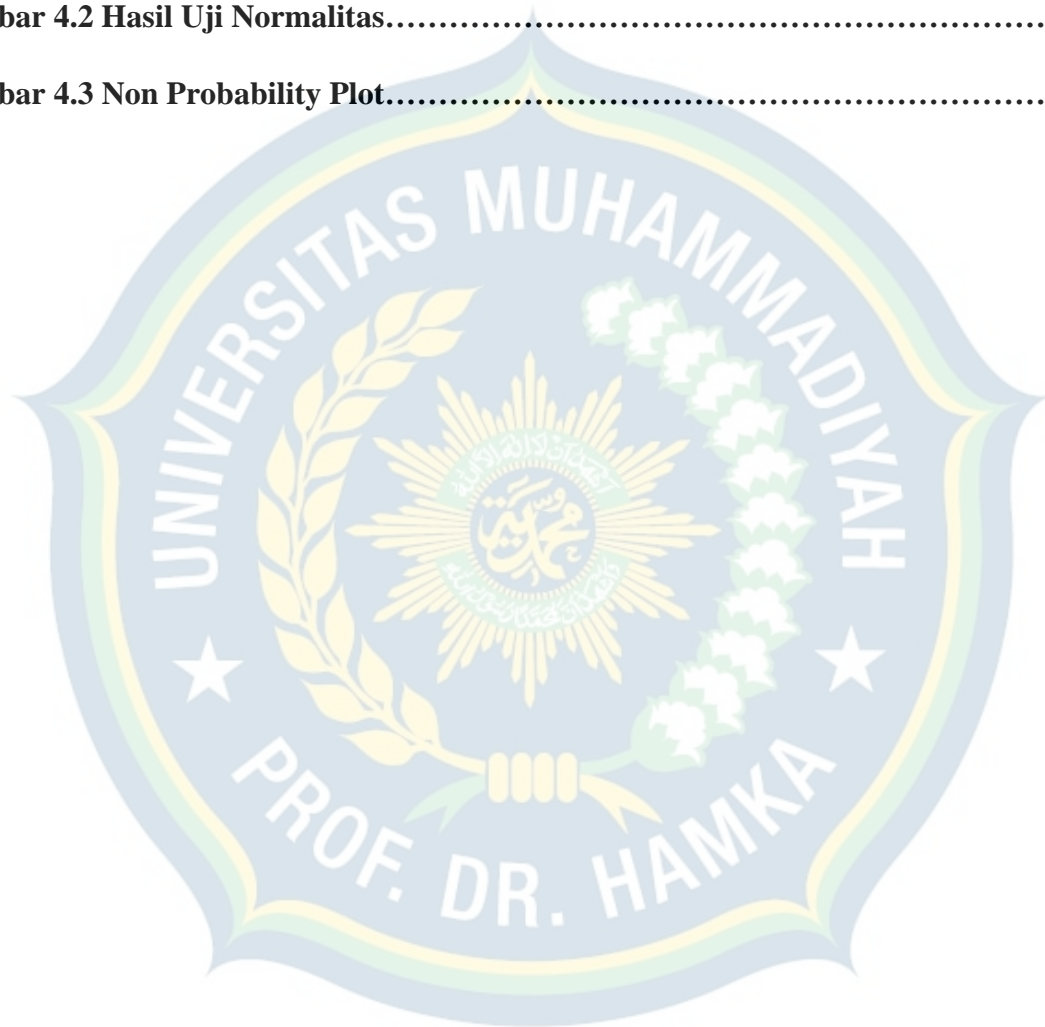


Daftar Tabel

Tabel 1.1 Statistik Perbankan Syariah Tahun 2018.....	3
Tabel 1.2 Bank di Indonesia Tahun 2018.....	4
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.1 Perkembangan Bank Syariah.....	32
Tabel 2.2 Perbedaan Antara Bunga dan Bagi Hasil.....	38
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Skala Likert.....	51
Tabel 3.3 Nilai Koefisien Cronbach's Alpha.....	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	61
Tabel 4.2 Usia Responden.....	62
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif.....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	70
Tabel 5.0 Hasil Uji F.....	72
Tabel 5.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 5.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	73

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rw 09.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	66
Gambar 4.3 Non Probability Plot.....	67







BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia No. 10/1998 mengenai perbankan, bank ialah badan usaha yang bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat berbentuk simpanan kemudian menyalurkannya kepada masyarakat berbentuk kredit guna untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Di Indonesia ada dua jenis bank, yakni bank konvensional dan bank syariah. Kedua bank ini sangat bersimpangan dalam melakukan kegiatan penghimpunan dana, pada bank konvensional sudah seperti kita ketahui pada umumnya bahwa bank tersebut menjalankan kegiatan usahanya hanya untuk kepentingannya saja. Tetapi kalau berbicara mengenai dunia perbankan syariah. Perbankan syariah adalah suatu kelembagaan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak hanya memikirkan kepentingannya sendiri, melainkan juga kepentingan bersama antara pihak bank dengan nasabah, serta bank syariah juga menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan dengan prinsip syariah yang sudah sesuai dengan syariat Islam.

Di Indonesia berbicara mengenai perkembangan Bank Syariah dapat dibilang paling lambat apabila kita bandingkan dengan negara lain seperti Malaysia yang sudah membangun bank syariah pada tahun 1983. Pendirian bank syariah ini bukan tanpa sebab, melainkan hal tersebut dipicu dengan

berdirinya Islamic Development Bank (IDB) sejak awal tahun 1975 yang dibangun oleh persatuan negara-negara konferensi Islam. Terbentuknya IDB telah memberikan semangat beberapa negara Islam untuk membangun lembaga keuangan syariah. Sejak saat itulah kemudian mulai menyebar di daerah Mesir, Sudan, Pakistan, Iran, Malaysia, Bangladesh, serta Turki.

Terbentuknya lembaga keuangan syariah di Indonesia bertujuan untuk membangkitkan pola pikir dan kesadaran masyarakat pada layanan keuangan berbasis syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa bank yang sudah memakai *dual banking system*. Pada sejak tahun 1992, *dual banking system* diberlakukan di amandemennya UU Perbankan No. 7/1992 dengan UU No. 8/1998 yang dimana program ini memperbolehkan bank-bank konvensional melakukan operasional berbasis syariah dengan menata unit usaha syariah (UUS) agar dapat mempercepat laju perkembangan perbankan syariah.

Pendirian bank syariah memiliki tujuan tersendiri, yaitu berusaha agar kaum muslimin mampu memahami tatanan kehidupan ekonomi yang sebenarnya, yang berdasarkan dengan syariat Islam dan Al-Qur'an serta Hadits. Bank syariah tidak beroperasi dengan menggunakan system bunga, melainkan dengan menggunakan system bagi hasil. Menurut Muhith (2012) Walaupun perkembangan bank syariah agak terlambat dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya, tetapi bank syariah tetap berkembang dari tahun ke tahun. Data statistic perbankan syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) April 2018, terdapat 13

Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 168 BPRS dengan total asset BUS dan UUS sebesar Rp. 423.944 Milliar. Tabel 1.1 dibawah ini memberikan informasi mengenai proses berkembangnya kelembagaan bank syariah (OJK, 2018).

Tabel 1.1

Statistik Perbankan Syariah April 2018

BUS/UUS/BPRS	Jumlah Bank	Jumlah Kantor	Total Asset (Miliaran Rupiah)
BUS	13 (6,43%)	1.822 (69,33%)	292.289 (67,51%)
UUS	21 (10,39%)	348 (13,24%)	131.655 (30,40%)
BPRS	168 (83,16%)	458 (17,42%)	-
TOTAL	202	2.628	432.944

Sumber: www.ojk.co.id (2018)

Pertumbuhan yang tinggi membuktikan bahwa daya tarik perbankan syariah sangat pesat. Menurut Halim (2015) akselerasi pertumbuhan perbankan syariah meningkat menjadi 4,0%. Jika industri perbankan syariah dapat bertahan, maka perbankan syariah diperkirakan dapat mencapai 15-20% dalam kurun waktu 10 tahun kedepan. Namun kenyataannya, persepsi terhadap bunga bank dan system bagi hasil sangat

beragam. Sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagian lain menerima system bagi hasil.

Kaum muslimin yang tingkat religiusitasnya tinggi akan mampu membuat seseorang untuk memikirkan hal baik yang sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Maka dari itu, peran masyarakat yang mempunyai tingkat keimanan atau ketakwaan yang tinggi pasti memilih menggunakan jasa dan produk yang memenuhi dan sesuai dengan aspek syariah. Aktivitas agama tidak hanya terjadi pada saat seseorang sedang melakukan ibadah saja tetapi juga aktivitas lainnya.

Kemunculan Bank Syariah ialah terjadi atas motivasi serta dorongan yang kuat dari keyakinan agama baik secara nyata maupun melalui pengalaman. Dimana agama diyakini membahas kehidupan dan persoalan-persoalan pengelolaan keduniaan termasuk mengelola bank dan bagaimana proses bertransaksi yang baik. Oleh karena itu, semestinya religiusitas mempunyai peranan yang sangat besar terhadap santri dalam hal memilih produk perbankan syariah.

Selain dengan memperhatikan aspek religiusitas, pemilihan seseorang terhadap bank syariah bisa dilihat juga dari kemampuan bank syariah dalam mempromosikan produk-produk nya, yang pasti belum semua orang mengetahuinya secara spesifik. Komunikasi pemasaran atau promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran yang bergerak dalam bidang penyebaran informasi mengenai suatu hal, yang tujuannya untuk

meningkatkan sasaran pasar dan produknya supaya berkenan untuk diterima oleh masyarakat luas.

Fenomena dan data empiris menemukan bahwa bank konvensional lebih banyak berkembang dibandingkan dengan bank syariah. Hal tersebut dapat kita pahami dari Data Statistik pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Desember 2018.

Tabel 1.2
Jumlah Bank di Indonesia Desember 2018

No.	Bank Nasional	Jumlah
1.	Bank Konvensional	17.853
2.	Bank Syariah	1.875

Sumber: www.ojk.co.id (2018)

Melihat dari data statistik diatas, dapat disimpulkan bahwa bank konvensional sudah begitu melekat di kalangan masyarakat tidak terkecuali bagi kaum muslimin sekalipun. Hal tersebut dapat terjadi karena belum banyaknya perkembangan bank syariah di penjuru Indonesia, berbeda dengan bank konvensional yang sudah dapat ditemukan di berbagai daerah, yang menjadikan sebagian masyarakat akan cenderung memilih bank konvensional karena terlihat beberapa kemudahan dalam bertransaksi maupun penemuan lokasi bank.

Lokasi juga menjadi salah satu alasan penting bagi seseorang dalam menentukan bank manakah yang akan dikunjungi. Terdapat beberapa letak bank yang masih belum strategis, seperti di pinggir jalan besar, terutama di daerah luar yang masih minim transportasi, bisa jadi masyarakat ingin melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan syariah tersebut, dan sudah mengetahui beberapa produknya. Namun kenyataannya, letak atau lokasi bank tidak dapat dijangkau dengan mudah, dan kesulitan dalam mencari transportasi. Maka hal sekecil inipun harus lebih diperhatikan kembali oleh pihak bank sebagai lembaga penyedia jasanya.

Selain dari hal-hal yang mempengaruhi perkembangan bank syariah diatas, terdapat satu hal yang sangat penting, yaitu peran masyarakat setempat. Terutama generasi muda atau *milenial* zaman sekarang, yang dimana mereka sudah paham betul mengenai bank, sudah cocok menjadi penerus terbaik bangsa, hanya saja pemilihan pada bank nya harus lebih diperbaiki lagi, terutama bagi kaum muslimin agar tidak salah memilih dan tetap terjaga keimanannya walaupun sudah berkaitan dengan urusan duniawi.

Abad ke 21 bisa kita bilang sebagai abad yang maju atau bahkan berkembang, karena era milenial pada saat itu sangat berperan penting dan memiliki pengaruh terhadap perkembangan ekonomi kedepannya. Melihat dari jumlah data Badan Pusat Statistik (BPS) pada sensus penduduk tahun 2020 jumlah data pada generasi Z yaitu mencapai 75,49 juta jiwa atau sama dengan 27,49% dari total populasi yang berjumlah 270 juta jiwa. Namun

pada jumlah generasi milenial terdapat angka 69,90 juta jiwa atau sama dengan 25,87%. Ciri-ciri generasi *milenial* pada masa sekarang ini terlihat lebih tertarik dengan hal serba cepat dan praktis dalam melakukan transaksi. Maka dari itu sudah seharusnya generasi *milenial* tidak hanya mengenal atau mengetahui bank konvensional saja, tetapi juga harus paham dan memahami bank syariah yang juga merupakan lembaga keuangan yang memberikan jasa dan keuntungan yang tidak kalah dari bank lain, dan juga lebih mengedepankan amanah atau melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan atau sesuai dengan syariat Islam.

Generasi *milenial* dapat dikatakan sebagai generasi yang muncul pada era teknologi canggih, dimana sudah banyak anak-anak menjumpai beberapa teknologi berupa gadget. Generasi ini pun dapat dengan mudah menemui berbagai informasi luar atau mancanegara dengan jauh lebih cepat dari yang dibayangkan. Selain itu juga, generasi *milenial* ini memiliki sikap toleran yang sangat tinggi dan sangat menghargai perbedaan dalam berbagai macam hal. Hal tersebutlah yang dapat mempengaruhi lingkungan sosialnya, baik dari pertemanannya maupun lingkungan kerja.

Pengetahuan generasi *milenial* pada bank syariah ialah salah satu hal yang penting. Perlu kita ketahui bahwa bank syariah saat ini sudah memiliki fasilitas *electronic banking* atau yang biasa disebut dengan *e-banking*. Fasilitas ini memberikan akses lebih mudah dalam bertransaksi melalui system elektronik yang sudah banyak disukai di kalangan muda, karena mampu bertransaksi kapan saja dan dimana saja. Pada umumnya kegiatan

perkenalan terhadap bank syariah sudah beberapa kali dilakukan, misalnya apabila terdapat suatu kegiatan umum disekolah yang bisa memberikan peluang sponsor, reward bagi prestasi siswa sampai mungkin memberikan beasiswa pada mahasiswa perguruan tinggi.

Agar dapat tercapai tujuan target pasar terhadap generasi *milenial* maka bank harus lebih mengerti apa yang dibutuhkan dari mereka. Misalnya dari hal kecil seperti pemberian informasi tentang bank syariah, baik dari segi pengetahuan dasar, tingkat keimanannya, promosi produk, maupun hal terkecil sekalipun seperti lokasi bank. Berikan informasi bank syariah yang mampu membuka wawasan bagi para generasi *milenial* untuk melihat keberadaan perbankan syariah yang sudah sesuai dengan syariat Islam dan tidak merugikan siapapun. Generasi *milenial* harus memahami keuntungan dan manfaat yang didapatkan jika menggunakan bank syariah. Sehingga dapat membuka peluang terhadap bank syariah untuk mendapatkan nasabah dari kalangan muda.

Dalam penelitian (Ortega & Alhifni, 2017) menyatakan bahwa promosi berpengaruh pada minat menabung masyarakat di bank syariah. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Afiyanti Tripuspitorini, 2019) mengenai pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa politeknik menabung di bank syariah menjelaskan bahwa terdapat pengaruh.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurmalasari, 2019) menunjukkan bahwa hasil variable pengetahuan dan kualitas motivasi mampu

berpengaruh positif terhadap keputusan menabung mahasiswa perbankan syariah di bank syariah. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Darmawan et al., 2019) menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah.

Variabel pengetahuan, penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Mujaddid & Nugroho, 2019) merumuskan kalau tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan dengan minat menabung di bank syariah. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Emmang, 2016) yang menyatakan bahwa promosi, berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu (*research gap*) diatas, ditemukan perbedaan permasalahan yang mendasari minat seseorang dalam menabung di bank syariah, maka dari itu peneliti ingin merumuskan beberapa faktor penyebab dalam suatu permasalahan yaitu, faktor Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Lokasi terhadap minat generasi *milenial* menabung di Bank Syariah yang dilakukan pada remaja *milenial* Rw 09 Desa Kebantenan, Pondok Aren Tangerang Selatan.

Jika dilihat dari informasi sementara yang didapat dari beberapa remaja *milenial*, masih sangat minim pengetahuan mereka tentang Bank Syariah. Maka dari itulah peneliti bermaksud untuk merubah sikap dan pola pikir generasi *milenial* terhadap bank syariah, yang diharapkan mampu mempengaruhi minat menabungnya pada bank syariah.

Sedikit informasi yang didapat oleh peneliti, bahwa mayoritas generasi *milenial* di Rw 09 ini sudah berpendidikan menengah atas dan perguruan tinggi, namun masih bisa terbilang beberapa dari remaja tersebut tidak memahami pentingnya menabung di Bank Syariah. Padahal sebagai generasi muda kita harus lebih memperhatikan perkembangan dunia perbankan di Indonesia, terutama bagi bank Syariah yang membutuhkan peran generasi baru untuk meningkatkan peran bank Syariah di Indonesia.

Melihat beberapa pembahasan dan fenomena yang terjadi pada dunia perbankan, serta generasi *milenial* Rw 09 dan juga hasil dari beberapa penelitian ataupun jurnal terdahulu seputar pengetahuan, religiusitas, promosi dan lokasi terhadap minat menabung di Bank Syariah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Milenial Rw 09 Desa Kebantenan Pondok Aren Tangerang Selatan)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Minimnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

2. Dampak pandemi covid-19 juga mengakibatkan milenial muslim mengalami perubahan yang besar dalam perilakunya.
3. Terdapat kesenjangan antara kenyataan dengan fenomena yang terjadi di masyarakat seperti beberapa masyarakat muda disana memeluk agama Islam dan masih hangat dalam berpendidikan tetapi belum membuktikan perannya sebagai generasi muda yang baik, yang seharusnya menggunakan waktunya tidak hanya untuk urusan dunia tetapi juga urusan akhirat, seperti dengan mempercayai adanya Bank Syariah, menyimpan dananya pada Bank Syariah.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan dengan pemaparan diatas supaya penelitian yang akan dilakukan tidak terlalu luas dan searah pada latar belakang permasalahan, maka penulis hanya membatasi dan berfokus pada pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi, dan lokasi terhadap minat menabung generasi *milenial* Rw 09 Desa Kebantenan Pondok Aren Tangerang Selatan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti mengambil beberapa pokok rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa jauh pengaruh Pengetahuan terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di Bank Syariah?

2. Seberapa jauh pengaruh Religiusitas terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di Bank Syariah?
3. Seberapa jauh pengaruh Promosi terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di Bank Syariah?
4. Seberapa jauh pengaruh Lokasi terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di Bank Syariah?
5. Seberapa jauh pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Lokasi dapat berpengaruh terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di Bank Syariah?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka selanjutnya terdapat beberapa tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui seberapa jauh pengetahuan berpengaruh terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di bank Syariah.
 - b. Untuk mengetahui seberapa jauh religiusitas berpengaruh terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di bank Syariah.
 - c. Untuk mengetahui seberapa jauh promosi berpengaruh terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di bank Syariah.

- d. Untuk mengetahui seberapa jauh lokasi berpengaruh terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di bank Syariah.
- e. Untuk mengetahui seberapa jauh pengetahuan, religiusitas, promosi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat generasi *milenial* Rw 09 menabung di bank Syariah.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah wawasan sekaligus menjadi proses pembelajaran, serta menjadi pembuktian atas ilmu-ilmu yang telah diperoleh pada masa perkuliahan.

b. Bagi Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi baru bagi bank dan menjadi bahan evaluasi agar bank dapat lebih meningkatkan perannya untuk dapat menarik minat menabung generasi muda atau *milenial*.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tinjauan baru bagi mahasiswa/mahasiswi supaya lebih memperdalam pengetahuannya terhadap pentingnya perkembangan bank Syariah di Indonesia.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru, dan pengetahuan baru terhadap masyarakat setempat tentang bank Syariah serta menjadikan bahan pertimbangan dalam pemilihan bank yang sudah seharusnya sesuai dengan syariat Islam.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 1.3
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti / Judul / Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Novia Melati Harahap “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Jabodetabek Memilih Bank Syariah” Tahun 2020	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan atau terbesar berpengaruh yaitu kualitas pelayanan, dan faktor yang paling rendah nilainya adalah faktor biaya dan lokasi.	Berfokus pada Generasi Milenial	Lingkup yang digunakan tidak terlalu umum, melainkan hanya lingkup masyarakat saja.
2.	Roni Andespa “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah” Tahun 2018	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa variable yang mempengaruhi minat nasabah dalam mengambil keputusannya	Minat Menabung	Faktor yang mempengaruhi

		untuk menabung di bank syariah, terutama keyakinan, kepribadian, pembelajaran, sosial dan promosi.		
3.	Sri Indah Cahyani ”Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang)” Tahun 2018	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable pengetahuan dan persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.	Beberapa variable yang mempengaruhi minat menabung	Sasaran dan faktor lain yang digunakan
4.	Meyka Cahyaningrum Winarni “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kabupaten Grobogan)” Tahun 2018	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable layanan, pengetahuan, dan religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan lembaga	Sama sama menunjukkan pengaruh pengetahuan dan religiusitas	Variable Y (Minat pada Lembaga Keuangan Syariah) cakupannya lebih luas.

		keuangan syariah		
5.	Muhammad Abdul Azis – “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)” Tahun 2018	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, promosi, produk dreputasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung remaja masjid di Kecamatan Getasan.	Berfokus pada responden Remaja	Objek dan juga lokasi penelitian menjadikan suatu perbedaan

G. Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan penelitian yang terdiri dari BAB I, BAB II, BAB III terdapat beberapa pembahasan lain atau urutan-urutan yang sesuai dengan sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan serta sistematik penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan tentang teori-teori yang sesuai dengan judul dari penelitian seperti pengetahuan,

religiusitas, promo, lokasi serta bank Syariah itu sendiri, dan juga terdapat Kerang Berpikir serta Hipotesis Penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan membahas mengenai metode yang digunakan yang terdiri dari ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan hasil dari penelitian yang telah didapatkan. Data-data tersebut juga sudah diolah dan diuji keabsahannya dari berbagai program seperti yang digunakan peneliti yaitu SPSS versi 25.0

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan menguraikan jawaban atas pembahasan pada penelitian yang sudah dianalisis. Penulis juga menyampaikan beberapa masukan atau saran bagi penelitian ini yang dimaksudkan untuk meningkatkan peranan bank syariah dalam menjaga para konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

Afrianty, N., Isnaini, D., & Oktarina, A. (2020). Nonie Afrianty Desi Isnaini. In *Penerbit CV Zigie Utama*.

Aminuddin, K. N. (2021). *buku Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Issue January).

Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek). *CV. Penerbit Qiara Media*, 536.

Ascarya, & Yumanita, D. (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia* (Issue 14).

Hadion Wijoyo, Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0 Penulis* (Issue July).
https://www.researchgate.net/publication/343416519_GENERASI_Z_REVOLUSI_INDUSTRI_40

Handayani, S., & Antono, M. W. (2019). Hubungan Lokasi Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada Pt. Graha Estetika Property Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 50–66. <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.50-66>

Ismail, Z. (2012). *Teori ekonomi*. about:blank

Setyanto, A., & Irawan, B. (2016). Pembangunan Berbasis Wilayah : Dasar Teori , Konsep Operasional Dan Implementasinya Di Sektor Pertanian.

Ekoregion, Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 62–82.

Shinta, A. (2011). Manajemen Pemasaran. In *Universitas Brawijaya Press (UB Press)*.

Sudarsana, U. (2014). *Konsep Dasar Pembinaan Minat Baca*. 1–49.
<http://repository.ut.ac.id/4222/1/PUST4421-M1.pdf>

Surbakti, A. (2017). Generasi milenial indonesia, media, dan warisan budaya. *Prosiding - Seminar Nasional*, 361–370.
<https://economy.okezone.com/read/2017/11/05/320/1808677/wih-mengeruk-laba-dari-generasi-milenial>

Syafi'i, M. A. (2009). *Bank Syariah, Dari Teori ke Praktek* (p. 95).

Taufik. (2020). *Sikologi Agama*.

Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 87–98.

Afiyanti Tripuspitorini, F. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69

Darmawan, A., Indahsari, N. D., Rejeki, S., Aris, M. R., & Yasin, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 43–52. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v18i1.296>

Emmang, G. (2016). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat di

Kecamatan Rappocini Kota Makassar). *Skripsi*, 125(FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH), 41–42.

Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.

Nurmalasari, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 Iain Ponorogo Di Bank Bri Syariah Kcp Ponorogo. *Skripsi*.

Bilondatu, M. (2013). Motivasi, Persepsi, Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Di Minahasa. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 710–720.

Dr. Hj. Neliwati, S.Ag, M. P. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori Dan Praktek)* (Issue 57).

Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes & M Ali Sodik, M. . (2015).

FITRIANI, W. (2020). *Artikel Pengenalan Sistem Informasi*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/tr4m7>

Gulo, W. (2002). *No* 113.

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Ustiawaty, R. A. F. J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Ria Rahmatul Istiqomah. (2015). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *Pustaka Ilmu* (Issue March).

Janie, D. N. A. (2012). *Statistik deskriptif & regres linier berganda dengan spss*.

Jonathan Sarwono. (2018). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.

Moleong, L. J. (2016). Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Remaja Rosdakarya*, 1(1), 1–405.

Priyono. (2008).

Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*. CV. Wade Group

Abdullah, P. M. (2015). Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships. In *Aswaja Pressindo*.

Sinuhaji, E. (2019). Pengaruh Kepribadian, Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja SDM. *Jurnal Ilman*, 1(1), 11–22.

