

Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Fajar Sodik¹, Akrom Hidayat², Rikhadatun Abir Al Farda³, Raida Nadia Syahita⁴

¹²³⁴Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

[111fajarsodik@gmail.com](mailto:fajarsodik@gmail.com)¹ akromhidayat28@gmail.com² abiralfarda@gmail.com³ raidanadias@gmail.com⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk dan tingkat religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga *non*-Prodi Perbankan Syariah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga *non*-Prodi Perbankan Syariah dengan total 52 responden. Kemudian data dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah, sedangkan variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Secara simultan variabel pengetahuan produk dan tingkat religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah padatingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau 5%.

INFORMASI ARTIKEL

Kata kunci:
Pengetahuan Produk
Religiusitas
Minat Menabung

1. PENDAHULUAN

Dalam kegiatan perekonomian suatu negara, lembaga keuangan bank memiliki peran yang sangat penting. Salah satu fungsi utama dari perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, yang selanjutnya disalurkan kepada para pengusaha maupun peminjam yang membutuhkan guna bertransaksi bisnis maupun untuk konsumsi¹. OJK membagi bank menjadi dua, bank konvensional yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri atas Bank Umum Konvensional (BUK) dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Kedua yaitu Bank Syariah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)².

Bank Syariah dapat diartikan sebagai bank dengan sistem *mudhorobah* atau disebut juga sebagai bagi hasil yang mendasari atau sebagai landasan utama dalam transaksinya, baik dalam produk pembiayaan, tabungan maupun produk lainnya³. Dari mulai Bank Muamalat Indonesia, bank syariah di Indonesia mulai

tumbuh dan berkembang dengan signifikan. UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, merupakan bukti adanya pengakuan dari pemerintah bahwa perundangan ini dirumuskan secara khusus bagi perbankan syariah. Perkembangan perbankan syariah pun didukung oleh otoritas keagamaan, yaitu MUI yang secara aktif memberikan fatwa-fatwa hukum dalam bidang ini. Fatwa yang ada bersumber dari Dewan Syariah Nasional yang bertugas secara khusus mendampingi industri perbankan syariah, agar sesuai dengan prinsip syariah.

Berdasarkan data yang dikutip dari Merdeka.com Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Bidang edukasi dan Perlindungan Konsumen melaporkan bahwa pertumbuhan aset keuangan syariah di Indonesia terus menunjukkan peningkatan. Salah satunya aset perbankan syariah yaitu sebesar Rp575,85 triliun⁴. Hal ini serupa dengan Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2019. Dapat diketahui bahwa aset perbankan syariah menunjukkan pertumbuhan yang positif. Sebanyak 30 dari 34 bank syariah (14 BUS dan 20 UUS) mempunyai induk Bank Umum Konvensional. Adapun, pertumbuhan aset mencapai 6.18% terhadap perbankan

¹ Lucky Nugroho, *Bank Syariah Dan Dinamika Financial Technology (Fintek) Pada Era Revolusi Industri 4.0* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020).

² OJK, "Booklet Perbankan Indonesia. p. 9,," 2014.

³ Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*. (Jakarta: Gramedia, 2007).

⁴ Sulaeman, "Per Maret 2021, Total Aset Keuangan Syariah Tembus Rp1.863 Triliun," *Merdeka.Com*, last modified 2021, accessed June 25, 2021, <https://www.merdeka.com/uang/per-maret-2021-total-aset-keuangan-syariah-tembus-rp1863-triliun.html>.

nasional, meningkat dibanding tahun sebelumnya sebesar 5.96%.

Lahirnya Bank syariah di Indonesia berawal dari keinginan masyarakat yang beragama Islam yang memiliki pandangan bahwa bunga merupakan hal yang haram. Masyarakat banyak yang menginginkan bank syariah karena seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas dari unsur riba (bunga), bebas dari kegiatan spekulatif non-produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari kegiatan yang meragukan (*gharar*), bebas dari perkara yang tidak sah (*bathil*), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal. 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 riba⁵.

Tinggi dan rendahnya minat menabung di bank syariah, di pengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan juga faktor internal⁶. Salah satu Faktor tersebut adalah pengetahuan perbankan syariah. Menurut Kristiyadi & Hartiyah 2016⁷

menjelaskan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung adalah tingginya pengetahuan. Dengan baiknya pemahaman terhadap pengetahuan perbankan syariah akan meningkatkan minat menabung di bank syariah. Faktor lainnya yaitu Religiusitas. Menurut Triana *et al.* 2016⁸ dan Astuty & Umiyati (2018)⁹ menyatakan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Karena dengan memahami dan menerapkan ajaran agama yang dianut dan perilaku yang dimunculkan dengan sesuai akan memunculkan minat menabung yang tinggi.

Penelitian lain yang dilakukan Amat Yunus (2004) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah (Studi kasus pada Masyarakat Bekasi) mendapat kesimpulan bahwa pengetahuan masyarakat tentang Perbankan Syariah menjadi salah satu faktor paling penting karena memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan

⁵ I. Lubis, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (Meda: USU Press, 2010).

⁶ A D Novianti and L Hakim, "Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Dengan Variabel Moderating Persepsi," *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9, no. 1 (2021): 116–122.

⁷ Kristiyadi and S. Hartiyah, "Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa

Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo)," *Ekonomi Dan Teknik Informatika* 5, no. 9 (2016): 44–63.

⁸ N. Triana, N. Nurhasanah, and I. H. Senjiati, "Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syari ' Ah Unisba Terhadap Minat Menabung Di Bank BRI Syari ' ah Kantor Kas Unisba.," *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah* 2, no. 2 (2016): 529–534.

⁹ P. Astuty and U. Umiyati, "Influence Of Religiosity Towards The Saving Interest At Islamic Banking With The Knowledge Of the People As Moderator Variable (Case Study On The People Of South Tangerang City).," *Ikonomika* 3, no. 1 (2018): 1–16.

minat masyarakat untuk menggunakan Bank Syariah. Hal ini diperkuat dengan penelitian dari Nisak, (2013)¹⁰ yang menyatakan bahwa semakin baik pengetahuan tentang produk bank syariah semakin tinggi kemungkinan untuk berhubungan dengan bank syariah. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Zulhairi, (2005)¹¹ diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara religiusitas dengan minat menabung dan bertransaksi di bank syariah. Dengan kata lain religiusitas dapat mempengaruhi individu untuk memunculkan suatu perilaku yang erat kaitannya dengan hal-hal yang menyangkut hukum islam (syariah).

Dalam penelitian ini peneliti memilih mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga non-prodi Perbankan Syariah (Ekonomi Syariah, Manajemen Keuangan Syariah dan Akuntansi Syariah) sebagai objek penelitian. Tidak mengambil prodi Perbankan Syariah karena prodi perbankan syariah setiap hari mengkaji dan sudah memiliki pengetahuan yang baik mengenai perbankan syariah. Disisi lain, mahasiswa non-Prodi Perbankan Syariah sudah sangat akrab dengan ilmu

ekonomi islam pada lembaga keuangan Islam, salah satunya yaitu lembaga keuangan Perbankan Syariah. Dengan begitu pengetahuan produk perbankan syariah dikalangan mahasiswa FEBI lebih banyak dibanding dengan fakultas lainnya. Selain itu dari tingkat Religiusitas, FEBI UIN Sunan Kalijaga merupakan salah satu lembaga pendidikan yang belandaskan pada nilai-nilai ke-Islaman, sehingga dalam proses pembelajarannya banyak memuat pendidikan ke-Islaman, yaitu Al-Qur'an, hadist, memasukkan nilai-nilai ke-Islaman ke materi perkuliahan dan lain-lain.

Dengan demikian, dari penjelasan yang telah dipaparkan peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga *non-Prodi Perbankan Syariah* terhadap minat untuk menabung di bank syariah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengetahuan Produk

Pengetahuan diperoleh dari rasa ingin tahu pada diri seseorang, semakin kuat rasa ingin tahunya akan semakin banyak pengetahuan yang didapat. Pengetahuan juga produk dari tahu, yakni yang dimengerti ketika sudah melihat, menyaksikan dan mengalami¹². Pengetahuan produk dapat diartikan sebagai kumpulan berbagai macam

¹⁰ A. Nisak, "Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Jurusan Ilmu Administrasi Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmu Administrasi* 01, no. 1 (2013): 44–50.

¹¹ Zulhairi, "Hubungan Religiusitas Dengan Intensi Untuk Menabung Di Bank Syariah Pada Pemeluk Agama Islam." Universitas Indonesia, "2005.

¹² Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi, 2007).

informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Peter dan Olson dalam Sumarwan menyebutkan bahwa konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda. Pengetahuan ini terdiri dari merek, model/fitur, kelas produk dan bentuk produk. Kelas produk adalah tingkat pengetahuan produk yang paling luas, yang meliputi beberapa bentuk, merek atau model¹³.

Menurut Rao dan Sieben pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk yang dimiliki oleh konsumen. Semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk¹⁴. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa pengetahuan produk mengacu pada ingatan tentang kelas produk tertentu, bentuk produk, merek, model dan cara-cara mereka untuk membeli. Pengetahuan produk biasanya di dapatkan melalui penggunaan/keterlibatan pada suatu produk dan dijadikan sebagai dasar suksesnya suatu produk. Pengetahuan

konsumen tentang suatu produk yang diinginkan dapat berpengaruh terhadap kepuasan secara positif, sebab suatu pengetahuan akan membuat produk menjadi lebih realistis.

2.2 Religiusitas

Didalam konteks psikologi agama, religiusitas merupakan perwujudan dari psikologi dan agama yang tidak dapat dipisahkan serta diintegrasikan sebagai inti kualitas hidup manusia yang diartikan sebagai rasa rindu, rasa ingin bersatu dan rasa ingin bersama dengan sesuatu yang abstrak¹⁵.

Keberagamaan (religiusitas) sudah terimplementasikan didalam berbagai sisi kehidupan manusia. Seperti halnya didalam pernyataan etika Islam yaitu tujuan dari manusia beragama adalah supaya manusia dapat memiliki pedoman hidup dan mempunyai perilaku yang baik sesuai dengan ajaran Islam untuk mencapai keridhaan Allah SWT. Dalam pembentukan sikap individu, penanaman konsep moral dalam diri individu manusia didalam aspek keagamaan dapat memberikan pengaruh. Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal baik dalam hubungan dengan sang pencipta

¹³ Ujan Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011).

¹⁴ Atikah, et.al, "Hubungan Antara Pengetahuan Produk Dengan Intensi Membeli Smartphone Pada Karyawan PT. 'X'" *Jurnal Empati*, . 5, no. 2 (2016)

¹⁵ Jalaluddin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016).

(*HabluminAllah*) maupun dalam hubungan sesama manusia (*Habluminannas*)¹⁶.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa agama adalah sebuah sistem yang terintegrasi dari kepercayaan dan praktik-praktik keagamaan yang relatif condong kepada hal-hal yang sakral, sementara religiusitas adalah pandangan sejauh mana keyakinan seseorang dalam nilai-nilai agama tertentu dan idealisme yang dimiliki dan dipraktikan oleh individu. Maka dari itu, secara garis besar religiusitas sendiri sangat mengacu kepada aspek keagamaan yang telah dianut dan dialami oleh seseorang didalam hatinya. Hal ini jika digabungkan dengan teori riba dalam Islam maka dapat disimpulkan bahwa keyakinan keagamaan seseorang yang percaya bahwa bunga bank adalah haram hukumnya akan menjadikan nasabah bank memberikan alternatif pilihannya pada bank syariah¹⁷.

2.3 Minat

Minat merupakan suatu rasa suka atau ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada perintah. Minat pada dasarnya adalah penerimaan untuk suatu

hubungan yang terjadi antara diri sendiri dengan sesuatu diluar, penerimaan adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri¹⁸. Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran antara perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan suatu individu kepada pilihan tertentu.¹⁹

Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat yaitu: Pertama, dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan untuk ingin tahu atau dorongan untuk menabung. Rasa ingin tahu akan mendorong minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain. Kedua, motif sosial bisa menjadi faktor yang membangkitkan keinginan atau minat untuk melakukan aktivitas tertentu. Motif sosial, dapat menjadi faktor membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan muncul karena ingin mendapatkan perhatian dari orang lain. ketiga, faktor mosional atau perasaan, artinya minat yang erat hubungannya dengan perasan atau emosi, keberhasilan dalam

¹⁶ Ari Kristin P, "Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Supervisor Dan Manajer Mengenai Indepedensi Dewan Pengawas Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syari'ah Di Indonesia)", *Economica* 2, no. 2 (2012): 135.

¹⁷ Nurhayati and Fatmasaris Sukesti, "Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Bank Syariah Di Kota Semarang)", *Economica* VII, no. 2 (2016): 144.

¹⁸ Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

¹⁹ Jalil, A., & Hamzah, S. A. (2020). Pengaruh Bagi Hasil dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 190.

beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan memberikan efek berkurangnya minat individu tersebut. Karena kepribadian

manusia itu bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut.

2.4 Penelitian Sebelumnya

Tabel 1. Penelitian terdahulu

Judul	Peneliti	Tahun	Metode penelitian	Temuan
Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan Syariah studi kasus pada masyarakat Kota Bekasi	Amat yunus	2004	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa faktor pengetahuan masyarakat tentang Perbankan Syariah memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk menggunakan Bank Syariah.
Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah Di Yogyakarta	Rachmad Agung Sulistyio	2010	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah menjadikan minat menabung mahasiswa sangat tinggi, terutama mahasiswa UGM dan UII karena mereka mempunyai background keagamaan yang tinggi terutama UII dan mempunyai Kelompok Study Ekonomi Islam
Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa Sma Negeri 1	Rif'at Maulidi	2018	Kuantitatif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank

Ambarawa)				syariah. Sedangkan religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah,
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah menggunakan bank syariah karena faktor ekonomi.	Rifa'atul Machmudah	2009	Kuantitatif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa religiusitas sedikit berpengaruh karena masyarakat yang diteliti mayoritas non muslim dan mereka lebih condong menggunakan bank syariah karena faktor ekonomi.
Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank BRI Syariah di Surabaya”	Ivany Rachmawati	2017	Kuantitatif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa Pengetahuan produk dan Pengetahuan agama berpengaruh signifikan positif terhadap pengambilan keputusan nasabah memilih menabung di Bank BRI Syariah di Surabaya.
Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang	Ramadhani, Susyanti, & ABS	2019	Kuantitatif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa Tingkat religiusitas dan Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

Sumber: Data yang diolah

2.5 Pengembangan Hipotesis

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan independen. Variabel Dependen (Y) adalah variabel inti

dalam suatu penelitian²⁰. Dependen memiliki sifat dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel yang dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Variabel dependen

²⁰ Sekaran and Bougie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Keahlian* (Jakarta: Salemba Empat, 2017).

yang digunakan adalah minat Mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk menabung di bank syariah (Y). Pengukuran berasal dari kuesioner penelitian yang terdiri dari 5 item pertanyaan.

Sedangkan Variabel independen berkebalikan dengan variabel dependen, yang mana variabel independen berfungsi untuk menjelaskan variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah pengetahuan produk (X1), religiusitas (X2). Pengetahuan produk (X1) dalam penelitian ini dijadikan sebagai penentu yang paling penting dalam mengukur respon mahasiswa terhadap minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

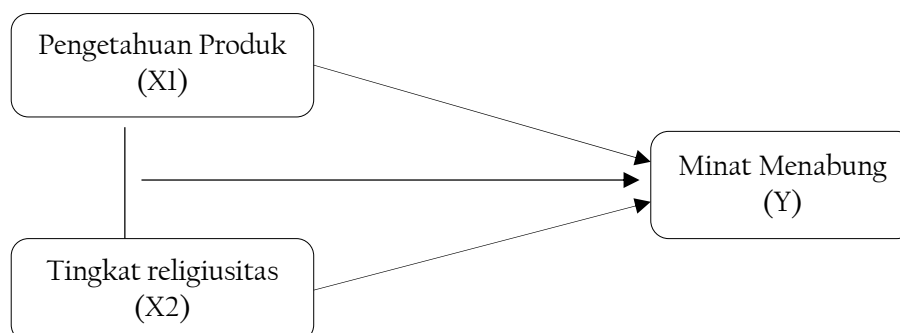
H1: Pengetahuan Produk berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Religiusitas (X2) jika dalam pemahaman mahasiswa adalah keyakinan dan pemahaman mahasiswa mengenai nilai-nilai ajaran agama Islam serta pengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari sehingga mencerminkan ketaatan dan kepatuhan dalam beragama. Untuk melihat tingkat religiusitas ini dapat dilihat melalui lima dimensi religiusitas yaitu: Dimensi keyakinan atau akidah Islam, Dimensi praktik agama (peribadahan), Dimensi pengalaman, Dimensi pengetahuan agama dan Dimensi pengamalan atau akhlak. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2 : Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah

2.6 Kerangka Teoretis

Gambar 1. Kerangka Teoritis



3. METHODOLOGY

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode ini dapat diartikan sebagai metode penelitian yang menggunakan angka, yang digunakan sebagai alat untuk menerangkan dan menemukan suatu pengetahuan. Adapun instrumen penelitian berupa kuesioner dengan jenis model analisis yang digunakan regresi linear berganda.

Data yang digunakan penulis untuk penelitian ini menggunakan data Primer. Data primer penelitian ini berasal dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam bukan Prodi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Kuesioner penelitian yang diajukan memiliki nilai interval antara 1 sampai 4, dengan rincian jawaban Sangat Tidak Setuju (STS=1), Tidak Setuju (TS=2), Cukup setuju (CS=3), Setuju (S=4), dan Sangat Setuju (SS=5).

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah SPSS Versi 26. Analisa data dilakukan dengan tahap Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda. Untuk uji hipotesis menggunakan Uji F (Simultan), Uji T (Parsial), Uji Koefisien Determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

4.1.1 Deskripsi Responden

Tabel 2. Hasil Deskriptif Responden

Variabel	Deskripsi	Frekuensi/N	Persentase/%
Jenis Kelamin	Pria	23	44,2
	Wanita	29	55,8
Usia	< 18 tahun	3	5,8
	19 Tahun	14	26,9
	20 Tahun	20	38,5
	21 Tahun	14	26,9
	> 22 Tahun	1	1,9
Program Studi	Ekonomi Syariah	17	32,7
	Akuntansi Syariah	16	30,8
	Manajemen Keuangan Syariah	19	36,5
Semester	2 (Dua)	14	26,9
	4 (Empat)	35	67,3
	6 (Enam)	3	5,8
	8 (Delapan)	-	-
Besaran Uang Bulanan	< Rp. 1.000.000	37	71,2
	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	15	28,8
	Rp. 3.100.000 - Rp. 5.000.000	-	-
	> Rp. 5.000.000	-	-

Sumber: Data yang diolah

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 52 responden mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga *non-Prodi Perbankan Syariah*. Karakteristik responden dalam penelitian ini cukup bervariasi dengan semester dan usia responden yang tersebar dan berbagai Jenis. Data penelitian ini menunjukkan pengambilan sampel yang baik dengan responden yang tersebar di berbagai program studi di FEBI UIN Sunan Kalijaga *non-Prodi Perbankan Syariah*.

4.1.2 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ini berfungsi untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) $> r$ tabel sebesar 0.2732, untuk $df = 52 - 2 = 50$; $\alpha = 0,05$ maka item / pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Sig.	Kriteria
1.	Pengetahuan Produk (X1)	X1.1	0.682	0.2732	0.000	Valid
		X1.2	0.607	0.2732	0.000	Valid
		X1.3	0.585	0.2732	0.000	Valid
		X1.4	0.567	0.2732	0.000	Valid
		X1.5	0.705	0.2732	0.000	Valid
		X1.6	0.658	0.2732	0.000	Valid
		X1.7	0.555	0.2732	0.000	Valid
2.	Religiusitas (X2)	X2.1	0.337	0.2732	0.015	Valid
		X2.2	0.337	0.2732	0.015	Valid
		X2.3	0.640	0.2732	0.000	Valid
		X2.4	0.637	0.2732	0.000	Valid
		X2.5	0.790	0.2732	0.000	Valid
		X2.6	0.673	0.2732	0.000	Valid
		X2.7	0.673	0.2732	0.000	Valid
		X2.8	0.781	0.2732	0.000	Valid
3.	Minat menabung (Y)	Y1	0.841	0.2732	0.000	Valid
		Y2	0.844	0.2732	0.000	Valid
		Y3	0.804	0.2732	0.000	Valid
		Y4	0.858	0.2732	0.000	Valid
		Y5	0.857	0.2732	0.000	Valid
		Y6	0.838	0.2732	0.000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 3 di atas, setiap item pertanyaan memiliki nilai r hitung yang positif dan lebih besar dari r tabel 0.2732.

Maka dapat diputuskan bahwa seluruh pertanyaan pada setiap variabel X1, X2, dan Y memiliki status valid, karena nilai r hitung

pada setiap pertanyaan lebih besar daripada r tabel.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang

diberikan oleh responden Adapun untuk menghitung reliabilitasnya yaitu menggunakan rumus “Alpha Cronbach” yaitu jika nilai Alpha Cronbach antara 0.60 sampai dengan 1 maka suatu variabel dinyatakan reliabel. Penghitungan dilakukan dengan dibantu komputer program SPSS 26. Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Hasil Uji reliabilitas

NO	Variabel	r alpha	r kritis	Kriteria
1	X1	,729	0,6	Reliabel
2	X2	,751	0,6	Reliabel
3	Y	,915	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4 di atas, uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Karena hasil koefisien reliabilitas seluruh instrument memiliki nilai “Alpha Cronbach” lebih besar dari 0,600, maka diketahui bahwa semua instrumen dinyatakan reliable atau memenuhi persyaratan.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Penelitian melakukan uji normalitas dengan melihat nilai signifikan pada bagian Kolmogrov Smirnov atau Shapiro-Wilk dari dalam tabel *Test of Normality*. Dalam melakukan uji normalitas peneliti menggunakan nilai signifikan Kolmogrov Smirnov jika data yang diuji lebih besar dari 50. Dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogrov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.86662905
Most Extreme Differences	Absolute	0.080
	Positive	0.080
	Negative	-0.053
Test Statistic		0.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil uji normalitas one sample kolmogrov Smirnov tabel 5 menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansi sebesar 0.200 yang mana lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Penelitian ini melakukan uji uji multikolonieritas dengan tujuan untuk menguji ada dan tidaknya korelasi antara

variabel bebas (*independent*) pada model regresi yang telah di tentukan. Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel. Suatu model regresi dikatakan tidak ada multikolonieritas jika jika nilai Tolerance $\geq 0,10$ atau nilai VIF (Variance inflation Factor) ≤ 10). Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-7.796	5.740		-1.358	0.181		
X1	0.661	0.143	0.553	4.610	0.000	0.694	1.441
X2	0.366	0.183	0.241	2.007	0.050	0.694	1.441

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas menunjukkan bahwa hasil nilai *tolerance* di atas sebesar 0.694 yang mana lebih besar dari 0,1 serta nilai VIF sebesar 1.441 yang mana kurang dari 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diuji tidak terjadi multikolonieritas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tujuannya untuk menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali: 2011). Ada beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas: Melihat grafik plot (ZPRED dan SRESID), Uji Park, Uji Glejser, dan Uji White. Metode uji yang digunakan

oleh peneliti adalah metode Glejser. Dasar hesteroskedastisitas. Jika $\text{sig.} < 0,05$ maka analisis menurut jika nilai $\text{sig.} > 0,05$ maka data tersebut mengalami hesteroskedastisitas. data tersebut tidak mengalami Dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedasitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.358	3.502		0,4681	0,35
	X2	0,0847	0,07708	0,1256944	1.095	0,1938
	X1	-0.169	0.087	-0.320	-1.937	0.058

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 7 hasil uji bertujuan untuk mengetahui pengaruh heteroskedasitas menunjukkan bahwa semua pengetahuan produk dan religiusitas variabel memiliki nilai signifikansi lebih mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga non-besar dari 0,05 yaitu variabel pengetahuan Prodi Perbankan Syariah (Ekonomi Syariah, produk (X1) mempunyai nilai signifikansi Manajemen Keuangan Syariah dan sebesar 0,1938 $> 0,05$, variabel religiusitas Akuntansi Syariah) terhadap minat (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar menabung di bank syariah. Selain itu untuk 0,585 $> 0,05$. Dengan demikian dapat mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh disimpulkan bahwa semua variabel tidak antara variabel bebas (independen) dan terjadi heteroskedastisitas. variabel terikat (dependen). Dibawah ini

4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian kali ini menggunakan linear berganda pada penelitian ini: Analisis regresi linear berganda yang

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-7.796	5.740		-1.358	0.181		
X1	0.661	0.143	0.553	4.610	0.000	0.694	1.441
X2	0.366	0.183	0.241	2.007	0.050	0.694	1.441

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 8 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -7,796 + 0,661X_1 + 0,366X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka peneliti dapat menginterpretasikan sebagai berikut:

1. Jika pengetahuan produk dan religiusitas (variabel independen) nol, maka nilai minat menabung di bank syariah (Variabel dependen) adalah - 7.796.
2. Nilai koefisien regresi (β) pada variabel pengetahuan produk sebesar 0.661, hal ini berarti bahwa setiap peningkatan variabel pengetahuan produk sebesar satu satuan, maka

minat menabung di bank syariah akan meningkat 0.661.

3. Nilai koefisien regresi (β) pada variabel religiusitas sebesar 0.366, hal ini berarti bahwa setiap peningkatan variabel religiusitas sebesar satu satuan, maka minat menabung di bank syariah akan meningkat 0.661.

4.1.5 Uji Statistik

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial dilakukan dengan tujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Dengan ketentuan jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima serta sebaliknya.

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7,796	5,740		-1,358	,181
TotalX1	,661	,143	,553	4,610	,000
TotalX2	,366	,183	,241	2,007	,050

a. Dependent Variable: Totaly

Sumber : Data primer yang diolah

Dari dua variabel independen yang dimasukkan kedalam model regresi, variabel pengetahuan produk dan religiusitas. Variabel pengetahuan produk (X_1) terhadap minat menabung, diketahui t_{hitung}

pengetahuan produk sebesar 4,610 dan t_{tabel} sebesar 2.00958, maka perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil $4,610 > 2.00958$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0

ditolak dan H_a di terima yang berarti pengetahuan produk perbankan syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Jadi pengetahuan produk (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Sedangkan variabel religiusitas (X_2) terhadap minat menabung, diketahui diketahui t hitung religiusitas sebesar 2,007 dan t tabel sebesar 2.00958, maka perbandingan t hitung dengan t Tabel didapatkan hasil $2,007 < 2.00958$ dan nilai signifikansinya 0,050 tidak lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan menolak H_a yang berarti tingkat religiusitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank

syariah. Jadi variabel religiusitas (X_2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

b. Uji simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk menguji hipotesis pertama (H_1) apakah secara bersama-sama variabel independen (X_1, X_2) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), Digunakan uji secara bersama-sama dengan langkah. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau F hitung $> F$ Tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti berpengaruh secara simultan. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau F hitung $< F$ Tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

Tabel 10. Hasil Uji Pengaruh simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	437,885	2	218,943	25,598	.000 ^b
Residual	419,096	49	8,553		
Total	856,981	51			

a. Dependent Variable: Totaly

b. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1

Sumber : Data primer yang diolah

Dari uji ANOVA atau F test pada tabel 7 didapat nilai F hitung sebesar 25,598 dan F Tabel sebesar 3,187 yang diperoleh dari $df = n - k - 1 = 52 - 2 - 1 = 49$ (dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah sampel), karena nilai F hitung $> F$ Tabel atau

$61,181 > 3,187$ dan besarnya sig $0,000 < 0,05$, maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen atau pengetahuan produk dan religiusitas (X_1, X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel

dependen atau minat menabung di bank Syariah (Y).

c. Uji Determinasi (R²)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana

tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen. Hasil uji determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 ^a	.511	.491	2,925

a. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tampilan *output* SPSS model summary besarnya nilai adjusted R Square adalah 0,491, hal ini berarti bahwa 49,1% variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu pengetahuan produk dan religiusitas. Sedangkan sisanya (100%-49,1%=50,9%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model. *Standar error of the estimate* atau SEE sebesar 2,925. Semakin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung Dibank Syariah

Hipotesis pertama menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan

produk memiliki nilai t hitung sebesar 4,610 dan lebih besar dari t tabel 2.00958. Untuk perbandingan nilai signifikansinya pada tingkat 0,05 adalah $0,017 < 0,05$. Dengan jelas hal ini menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh secara positif signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank Syariah. Jadi pengetahuan produk (X1) secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung dibank syariah mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga non-Prodi Perbankan Syariah (Ekonomi Syariah, Manajemen Keuangan Syariah dan Akuntansi Syariah).

Dari hasil analisis linear berganda pada tabel 6 dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh sebesar 0.661, hal ini berarti bahwa setiap

peningkatan variabel pengetahuan produk sebesar satu satuan, diperkirakan akan meningkatkan minat menabung mahasiswa di bank syariah sebesar 0.661. Dapat disimpulkan bahwa minat menabung mahasiswa di bank syariah dipengaruhi oleh pengetahuan produk²¹. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rachmad Agung Sulistyono 2010), yang menunjukkan bahwa Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah menjadikan minat menabung mahasiswa sangat tinggi, terutama mahasiswa UGM dan UII karena mereka mempunyai *background* keagamaan yang tinggi terutama UII dan mempunyai Kelompok Study Ekonomi Islam.

4.2.2. Pengaruh Religiusitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis kedua menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa religiusitas memiliki nilai *t* hitung sebesar 2,007 dan lebih kecil dari *t* tabel 2.00958. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah 0,050 tidak lebih besar dari 0,05. Dengan jelas hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a

ditolak. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa minat menabung mahasiswa di bank syariah tidak dipengaruhi oleh religiusitas²².

Dalam penelitian Rif'at Maulidi²³ religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. Hal ini terjadi karena pemahaman siswa tentang agama sudah baik tetapi pemahaman tentang ekonomi islam yang diajarkan guru disekolah masih kurang. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Vita Widyan Priaji (2011) dengan judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menabung di bank syariah" menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap intensi menabung menggunakan bank syariah.

4.2.3. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan tabel 10 variabel independen memiliki pengaruh yang

²¹ Nur'aini Ika Ramadhani, Jeni Susyanti, and M. Khoirul ABS, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang," *e-Jurnal Riset Manajemen* (2019): 79–87.

²² Riza Mega Iryani and Rudi Suryo Kristanto, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng)," *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 2 (2022): 191–202.

²³ Rif'at Maulidi, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)," *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI* (2018).

signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang memiliki hasil nilai F hitung lebih besar, nilai F hitung $> F$ tabel atau $25,598 > 3,187$ dan besarnya $\text{sig } 0,000 < 0,05$, maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen atau pengetahuan produk dan religiusitas (X_1 , X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau minat menabung mahasiswa di bank Syariah (Y). Selain itu, untuk menguji pengaruh secara bersama-sama dapat juga dilakukan dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2). Apabila nilai $R^2 \neq 0$, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 8, besarnya nilai adjusted R Square adalah 0,491 atau $\neq 0$, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau minat menabung mahasiswa di bank Syariah. Dalam penelitian Ramadhani et al., (2019)²⁴ dan Dinda Dewi Anggraeni et al (2019)²⁵ menjelaskan bahwa tingkat pengetahuan dan religiusitas, simultan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan tentang pengaruh pengetahuan produk serta tingkat religiusitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta non-perbankan syariah terhadap minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.
2. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.
3. Variabel independen atau pengetahuan produk dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau minat menabung di bank Syariah.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan dari penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada pihak yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat lebih variatif dengan menambah variabel atau indikator baru agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih

²⁴ Ramadhani et al., (2019)

²⁵ Dinda Dewi Anggraeni et al., "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiosity Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang)," *Universitas Islam Malang* (2019): 1–14.

- luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti. Seperti variable kepercayaan, uang saku, lokasi dan persepsi.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dilengkapi dengan teknik pengumpulan data melalui instrumen wawancara, tidak hanya dengan kuesioner sehingga jawaban yang dihasilkan dapat lebih akurat.
 3. Disarankan agar peneliti selanjutnya dapat memperluas daerah penelitiannya, tidak hanya pada mahasiwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta non-perbankan syariah agar hasil yang dicapai lebih maksimal.
 4. Diharapkan para pendidik untuk meningkatkan kualitas pembelajaran mengenai perbankan syariah menjadi lebih baik lagi. Mengingat pentingnya pengetahuan perbankan syariah dikalangan mahasiswa disertai meningkatnya religiusitas yang berpengaruh pada minat menabung di bank syariah mahasiswa yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Dinda Dewi, Nur Diana, Harun Al Rasyid, and Universitas Islam Malang. "Pengaruh Pengetahuan Nasabah , Religiosity Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang)." *Universitas Islam Malang* (2019): 1–14.
- Ascarya. *Akad Dan Produk Bank Syariah*. (. Jakarta: Gramedia, 2007.
- Astuty, P., and U. Umiyati. "Influence Of Religiosity Towards The Saving Interest At Islamic Banking With The Knowledge Of tHE People As Moderator Variable (Case Study On The People Of South Tangerang City)." *Ikonomika* 3, no. 1 (2018): 1–16.
- Atikah, Rizky, Kusumaningtyas, and Endah Mujiasih. "Hubungan Antara Pengetahuan Produk Dengan Intensi Membeli Smartphone Pada Karyawan PT. 'X'." *Jurnal Empati*, . 5, no. 2 (2016): 414.
- Iryani, Riza Mega, and Rudi Suryo Kristanto. "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng)." *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 2 (2022): 191–202.
- Jalaluddin. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Jalil, A., & Hamzah, S. A. (2020). PENGARUH BAGI HASIL DAN KEBUTUHAN MODAL TERHADAP MINAT UMKM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DI KOTA PALU. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 178-198.
- Jogiyanto. *Sistem Teknologi Keperilkakuan*. Yogyakarta: Andi, 2007.
- Kristin P, Ari. "Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Supervisor Dan Manajer Mengenai Indepedensi Dewan Pengawas Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syari'ah Di Indonesia)",." *Economica* 2, no. 2 (2012): 135.
- Kristiyadi, and S. Hartiyah. "Penguatan Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi

- Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo)." *Ekonomi Dan Teknik Informatika* 5, no. 9 (2016): 44–63.
- Lubis, I. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Meda: USU Press, 2010.
- Maulidi, Rif'at. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)." *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI* (2018).
- Nisak, A. "Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Jurusan Ilmu Administrasi Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah." *Jurnal Ilmu Administrasi* 01, no. 1 (2013): 44–50.
- Novianti, A D, and L Hakim. "Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Dengan Variabel Moderating Persepsi." *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9, no. 1 (2021): 116–122. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jpak/article/view/38773>.
- Nugroho, Lucky. *Bank Syariah Dan Dinamika Financial Technology (Fintek) Pada Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020.
- Nurhayati, and Fatmasaris Sukesti. "Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Bank Syariah Di Kota Semarang)." *Economica* VII, no. 2 (2016): 144.
- OJK. "Booklet Perbankan Indonesia. p. 9,." 2014.
- Ramadhani, Nur'aini IKA, Jeni Susyanti, and M. Khoirul ABS. "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang." *e-Jurnal Riset Manajemen* (2019): 79–87.
- Sekaran, and Bougie. *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Slameto. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sulaeman. "Per Maret 2021, Total Aset Keuangan Syariah Tembus Rp1.863 Triliun." *Merdeka.Com*. Last modified 2021. Accessed June 25, 2021. <https://www.merdeka.com/uang/per-maret-2021-total-aset-keuangan-syariah-tembus-rp1863-triliun.html>.
- Sumarwan, Ujan. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Triana, N., N. Nurhasanah, and I. H. Senjiati. "Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syari ' Ah Unisba Terhadap Minat Menabung Di Bank BRI Syari 'ah Kantor Kas Unisba." *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah* 2, no. 2 (2016): 529–534.
- Zulhairi. "Hubungan Religiusitas Dengan Intensi Untuk Menabung Di Bank Syariah Pada Pemeluk Agama Islam." Universitas Indonesia, 2005.