

## Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)

Nelly Himmatus Sa'diyah<sup>1</sup>, Kharismatul Ulfiah<sup>2</sup>, Hilda Nor Fani<sup>3</sup>, Deny Yudiantoro<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung  
e-mail: : [nellymatus49@gmail.com](mailto:nellymatus49@gmail.com)<sup>1</sup>, [kharismaulfiah@gmail.com](mailto:kharismaulfiah@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[hildanorfani@gmail.com](mailto:hildanorfani@gmail.com)<sup>3</sup>, [deny\\_yudiantoro@uinsatu.ac.id](mailto:deny_yudiantoro@uinsatu.ac.id)<sup>4</sup>

### Abstrak

Minat menabung nasabah di bank syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam penelitian ini akan difokuskan pada faktor pengetahuan, kualitas layanan, jaminan keamanan, dan promosi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner sebagai sumber data utama. Sampel pada penelitian ini adalah Mahasiswa S1 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung sejumlah 100 mahasiswa. Untuk teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda menggunakan spss. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, kualitas layanan, jaminan keamanan, dan promosi memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung nasabah di bank syariah.

**Kata Kunci:** *Pengetahuan, Kualitas Layanan, Jaminan Keamanan, Promosi, Minat Menabung*

### Abstract

Customers' interest in saving in Islamic banks is influenced by various factors. This study will focus on the factors of knowledge, service quality, security guarantees, and promotions. This study uses a quantitative method by distributing questionnaires as the main data source. The sample in this study was 100 undergraduate students of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS. The results of this study indicate that knowledge, service quality, security guarantees, and promotions have a significant and positive influence on customers' interest in saving in Islamic banks.

**Keywords:** *Knowledge, Service Quality, Security Guarantees, Promotions, Interest in Saving*

### PENDAHULUAN

Di Indonesia, perbankan syariah telah berkembang sejak tahun 1992, dengan tanda berdirinya Bank Muamalat dan diberlakukannya Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan (Hasanah, 2019). Dengan keluarnya Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, bank konvensional diberi kesempatan untuk mengoperasikan bisnis syariah dengan membuka cabang dan unit usaha syariah. Menurut Statistik Perbankan Syariah (SPS) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dirilis pada Agustus 2024, Bank Umum Syariah memiliki 14 bank dengan 2005 kantor, Unit Usaha Syariah memiliki 19 bank dengan 384 kantor, dan Bank Perekonomian Rakyat Syariah memiliki 174 bank dengan 679 kantor.

Pada sisi lain, Indonesia menjadi salah satu negara dengan peningkatan populasi yang pesat. Jumlah penduduk Indonesia saat ini sekitar 281,603 juta orang, dengan 207 juta orang, atau 87,2% dari total populasi, memeluk agama Islam, yang mana data ini diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS). Bank syariah belum bisa menjadi lembaga keuangan yang besar meskipun populasi pemeluk agama Islamnya tinggi. Hal ini, karena minat menabung masyarakatnya rendah (Muzakir, 2022). Namun, dalam beberapa tahun terakhir minat masyarakat untuk menabung di bank syariah telah meningkat.

Menurut Maisharah (2019), minat memainkan peran penting dalam perilaku pelanggan karena memungkinkan pelanggan untuk menilai dan mempergunakan barang dan jasa secara ekonomi. Jumlah aset perbankan syariah yang terus meningkat setiap tahun menunjukkan minat

nasabah untuk menabung di bank syariah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) di bank syariah terus meningkat. Berikut data pertumbuhan jumlah nasabah DPK:

**Tabel 1. Data jumlah nasabah DPK BUS dan UUS 2020-2024**

2020	2021	2022	2023	Agustus 2024
30.537.385	35.145.095	41.472.879	45.390.909	47.332.455

Sumber: Statistik Perbankan Syariah oleh OJK

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah nasabah Dana Pihak Ketiga bank syariah semakin meningkat setiap tahunnya. Peningkatan jumlah nasabah ini membuktikan bahwa minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah terus meningkat setiap tahunnya. Dan berdasarkan siaran pers Peran Perbankan Syariah Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Daerah yang diterbitkan oleh OJK pada Agustus 2024, Perbankan Syariah mencatat total asset Rp. 902,39 triliun dengan pertumbuhan asset mencapai 10,37 % (yoy).

Peningkatan minat menabung tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, dimana dalam penelitian ini memfokuskan pada empat faktor yaitu pengetahuan, kualitas layanan, jaminan keamanan dan promosi yang dilakukan bank syariah. Pengetahuan, menurut Notoatmodjo, adalah hasil dari pengetahuan manusia setelah penginderaan terhadap sesuatu. Menabung di bank syariah menjadi kurang populer karena kurangnya pengetahuan. Kemampuan untuk merencanakan, membuat, dan mendistribusikan produk yang menguntungkan pelanggan dikenal sebagai kualitas layanan. Untuk membangun hubungan yang kuat dengan bank syariah, kepuasan pelanggan sangat terkait dengan kualitas layanannya.

Kemudian, jaminan keamanan merupakan hal yang sangat penting, menurut Azwari dan Jayanti keamanan dalam bank syariah sangat dibutuhkan calon nasabah agar tetap menabung pada bank, serta termasuk motif yang paling kuat dalam menghadapi resiko ketidakpastian ketika menabung (Safitri, 2023). Dan yang terakhir, menurut Boone dan Kurtz, promosi adalah suatu proses untuk memberi tahu, meyakinkan, dan mempengaruhi keputusan pembelian. Bank syariah melakukan promosi tujuannya memberikan informasi, membujuk serta mendorong agar meningkatkan minat menabung nasabah (Malik, 2021). Dari pemaparan tersebut, maka akan dibahas lebih lanjut terkait pengaruh faktor pengetahuan, kualitas layanan, jaminan keamanan dan promosi terhadap minat menabung nasabah di bank syariah, khususnya Mahasiswa S1 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Dimana penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, dimana informasi yang diperoleh dikumpulkan melalui kuesioner. Pada penelitian ini, metodologi yang digunakan oleh peneliti yaitu metodologi kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yaitu sejumlah 23.756 mahasiswa. Menurut Ridwan dan Akdon, dalam hal penentuan sampel, dapat diambil antara sepuluh hingga lima belas persen atau dua puluh hingga dua puluh lima persen atau lebih jika subjeknya besar. Dalam penelitian ini, rumus Slovin dengan nilai kesalahan (tingkat kesalahan) sepuluh persen digunakan untuk menentukan jumlah sampel. Berikut perhitungannya:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{23.756}{1 + 23.756 (0.1)^2} = 99,58$$

Dari perhitungan di atas, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 99,58 dan dibulatkan menjadi 100 mahasiswa.

Data yang digunakan oleh peneliti terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer berasal dari sumber data pertama di lokasi penelitian, misalnya dari kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Sementara itu, data sekunder berasal dari sumber data kedua yang diperlukan, seperti literatur, jurnal, buku, website, dan data yang berkaitan dengan penelitian.

Salah satu teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, yang menentukan apakah alat yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Kedua, uji reliabilitas, yang menunjukkan bahwa suatu alat mengukur gejala yang sama dengan konsisten. Ketiga, uji asumsi klasik, seperti normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, dan autokorelasi, adalah yang paling umum digunakan. Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi pengaruh dua atau lebih variabel independen (explanatory) terhadap satu variabel dependen. Kelima, uji simultan F meneliti pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, dan uji parsial t meneliti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Untuk menguji validitas penelitian ini, uji Product Moment Pearson Correlation digunakan. Dengan taraf signifikansi 0,05, uji ini menunjukkan bahwa item soal valid jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel dan tidak valid jika nilai r-tabel lebih kecil dari r-hitung. Untuk mencari nilai r-tabel dengan  $df = n - 2$  pada taraf signifikansi 0,05. Berikut hasil uji validitas:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation (r-hitung)</i>	<i>r-tabel</i>	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,624	0,1966	Valid
	X1.2	0,784	0,1966	Valid
	X1.3	0,722	0,1966	Valid
	X1.4	0,651	0,1966	Valid
	X1.5	0,801	0,1966	Valid
	X1.6	0,598	0,1966	Valid
	X1.7	0,559	0,1966	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,625	0,1966	Valid
	X2.2	0,772	0,1966	Valid
	X2.3	0,728	0,1966	Valid
	X2.4	0,828	0,1966	Valid
	X2.5	0,784	0,1966	Valid
	X2.6	0,670	0,1966	Valid
Jaminan Keamanan (X3)	X2.7	0,604	0,1966	Valid
	X3.1	0,641	0,1966	Valid
	X3.2	0,688	0,1966	Valid
	X3.3	0,621	0,1966	Valid
	X3.4	0,716	0,1966	Valid
	X3.5	0,793	0,1966	Valid
	X3.6	0,681	0,1966	Valid
Promosi (X4)	X3.7	0,736	0,1966	Valid
	X4.1	0,556	0,1966	Valid
	X4.2	0,665	0,1966	Valid
	X4.3	0,720	0,1966	Valid
	X4.4	0,663	0,1966	Valid
	X4.5	0,547	0,1966	Valid
	X4.6	0,593	0,1966	Valid
Minat menabung (Y)	X4.7	0,427	0,1966	Valid
	Y.1	0,643	0,1966	Valid
	Y.2	0,739	0,1966	Valid
	Y.3	0,555	0,1966	Valid
	Y.4	0,619	0,1966	Valid
	Y.5	0,685	0,1966	Valid
	Y.6	0,537	0,1966	Valid
Y.7	0,603	0,1966	Valid	

Berdasarkan tabel 2 di atas, seluruh item pernyataan dalam kuesioner yang disebarikan kepada mahasiswa S1 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung memiliki nilai *Pearson Correlation (r-hitung)* > r-tabel dan bernilai positif, sehingga setiap pernyataannya dinyatakan valid.

### Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya yang dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Dasar metode ini adalah bahwa nilai Cronbach Alpha di atas 0,60 menunjukkan bahwa seseorang dapat dianggap reliabel atau konsisten, sedangkan nilai di bawah 0,60 menunjukkan bahwa seseorang dapat dianggap tidak reliabel atau tidak konsisten. Berikut hasil uji reabilitas:

**Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,799	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0,843	Reliabel
Jaminan Keamanan (X3)	0,822	Reliabel
Promosi (X4)	0,701	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,73	Reliabel

Semua variabel yang diuji dalam penelitian ini dianggap reliabel, seperti yang ditunjukkan oleh tabel 3 di atas; hasil uji reabilitas menghasilkan Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel lebih dari 0,60.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Asumsi dapat dinyatakan normal apabila variabel memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05*. Berikut hasil dari perhitungan uji normalitas residual:

**Tabel 4. Tabel Hasil Uji Normalitas Residual**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2.56211180
Most Extreme Differences	Absolute	0,069
	Positive	0,053
	Negative	-0,069
Test Statistic		0,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05*, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel independen (bebas). Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi hubungan atau korelasi terhadap variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dapat menggunakan VIF dan *Tolerance*. Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Dan jika nilai *Tolerance* > 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Berikut hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel:

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pengetahuan X1	0,789	1,268
Kualitas Layanan X2	0,729	1,372
Jaminan Keamanan X3	0,703	1,423
Promosi X4	0,752	1,330

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai VIF variabel pengetahuan ialah (X1)  $1,268 < 10$  dan nilai *tolerance value*  $0,789 > 0,1$ . Nilai VIF pada variabel kualitas layanan (X2)  $1,372 < 10$  dan nilai *tolerance value*  $0,729 > 0,1$ . Nilai VIF variabel jaminan keamanan (X3)  $1,423 < 10$  dan nilai *tolerance value*  $0,703 > 0,05$ . Nilai VIF variabel promosi (X4)  $1,330 < 10$  dan nilai *tolerance value*  $0,752 > 0,1$ . Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi atau asumsi uji multikolinieritas sudah terpenuhi.

**3. Uji Autokorelasi**

Adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode t-1 ditentukan dengan menggunakan uji autokorelasi. Metode pengambilan keputusan pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat autokorelasi jika d (Durbin Watson) kurang dari dL atau lebih dari (4-dL).
- b. Tidak ada autokorelasi jika d (Durbin Watson) berada antara dU dan (4-dU).
- c. Tidak ada kesimpulan yang pasti jika d (Durbin Watson) berada antara dL dan dU atau antara (4-dU) dan (4-dL).

Berikut hasil uji autokorelasi:

**Tabel 6. Hasil Uji Auto Korelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,748	0,559	0,541	2,615	2,181

Berdasarkan Tabel 6 di atas, nilai *Durbin Watson* sebesar 2,181 lebih besar dari batas atas (dU) yakni  $1,7582$  dan kurang dari (4-dU) yaitu  $4-1,7582 = 2,2418$  atau  $1,7852 < 2,181 < 2,2418$ . Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *Durbin Watson* di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

**4. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi mengalami ketidaksamaan dalam varians antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini, heterokedastisitas diuji dengan metode Rank Spearman. Dalam kasus ini, dasar pengambilan keputusan uji adalah bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas jika nilai signifikansi atau Sig. 2-tailed lebih besar dari 0,05 dan sebaliknya jika nilai signifikansi atau Sig. 2-tailed kurang dari 0,05.

**Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas**

		Pengetahuan	Kualitas Layanan	Jaminan Keamanan	Promosi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Pengetahuan		0.000	0.011	0.001	0.665
	Kualitas Layanan	0.000		0.000	0.003	0.974
	Jaminan Keamanan	0.011	0.000		0.000	0.925
	promosi	0.001	0.003	0.000		0.719

Berdasarkan tabel 7 di atas diketahui bahwa nilai *signifikansi (Sig.(2-tailed))* variabel pengetahuan sebesar 0.665, variabel kualitas layanan sebesar 0.974, variabel jaminan keamanan sebesar 0.925, dan variabel promosi sebesar 0.719. Karena keempat nilai independen (X) tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0.05, Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala heterokedastisitas.

### Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, uji regresi linier berganda digunakan untuk menentukan hubungan antara dua atau lebih variabel independen—dikenal sebagai variabel bebas atau X—dan variabel dependen—dikenal sebagai variabel terikat atau Y. Berikut tabel hasil dari uji regresi linier berganda:

**Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,164	2,344		0,497	0,620
	Pengetahuan X1	0,257	0,071	0,279	3,637	0,000
	Layanan X2	0,155	0,076	0,162	2,028	0,045
	Keamanan x3	0,356	0,077	0,377	4,645	0,000
	Promosi X4	0,216	0,081	0,210	2,670	0,009

Dari tabel 8 di atas, persamaan umum analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:  $Y = 1,164 + 0,257 + 0,155 + 0,356 + 0,216$ .

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kualitas layanan, jaminan keamanan, dan promosi terhadap minat menabung secara simultan. Berikut merupakan hasil dari uji secara simultan (uji F):

**Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	824,873	4	206,218	30,145	0,000
	Residual	649,877	95	6,841		
	Total	1474,750	99			

Berdasarkan tabel 9 di atas, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 30,145 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Untuk dapat mencari F tabel dapat dicari pada distribusi nilai r tabel statistik pada taraf signifikansi 0,05, dengan menggunakan rumus  $F_{tabel} = (k; n - k)$ ,  $F_{tabel} = (4; 100 - 4) = F(4; 96)$ . Maka F tabel pada penelitian ini sebesar 2,47. Berdasarkan tabel output di atas dapat diketahui bahwa nilai F hitung  $> F_{tabel}$  atau  $30,145 > 2,47$  dan juga diketahui bahwa nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima, dengan kata lain secara simultan variabel pengetahuan, variabel kualitas layanan, variabel jaminan keamanan, dan variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung nasabah di bank syariah.

#### 2. Uji Parsial T

Pada penelitian ini, uji parsial t digunakan untuk mengukur pengaruh parsial (sendiri-sendiri) antara variabel t, yaitu pengetahuan (X1), kualitas layanan (X2), jaminan keamanan

(X3), dan promosi (X4) terhadap variabel dependen, minat menabung (Y). Dengan kata lain, jika nilai sig < 0,05, maka Ha diterima dan H0 ditolak. Jika nilai sig > 0,05, maka H0 ditolak.

**Tabel 10. Hasil Uji Parsial T**

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	0,497	0,620
	Pengetahuan X1	3,637	0,000
	Layanan X2	2,028	0,045
	Keamanan x3	4,645	0,000
	Promosi X4	2,670	0,009

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat diketahui:

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung nasabah di Bank Syariah  
H0: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat menabung nasabah di Bank syariah  
H1: terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah  
Diketahui nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah.
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah  
H0: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah  
H2: terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah  
Diketahui nilai signifikan  $0,045 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah.
3. Pengaruh Jaminan Keamanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah  
H0: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan keamanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah  
H3: terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan keamanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah  
Diketahui nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa jaminan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah.
4. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah  
H0: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah  
H4: terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah  
Diketahui nilai signifikan  $0,009 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah.

### **Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah**

Studi menunjukkan bahwa pengetahuan dapat memengaruhi keinginan pelanggan untuk menabung di bank syariah. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima, yang menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif antara pengetahuan dan minat menabung klien. Studi sebelumnya oleh Irnawati Indi menemukan bahwa pengetahuan memiliki efek positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Sikap nasabah terhadap bank syariah sangat dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentangnya. Semakin banyak pengetahuan yang mereka miliki tentang bank syariah, semakin banyak minat mereka untuk menabung di bank syariah.

### **Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H2 diterima, yang berarti bahwa kualitas layanan memengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah secara positif dan signifikan. Hasil

penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinta Bella, Moh. Faizal, dan Fadilla (2023) yang menemukan bahwa kualitas layanan memengaruhi minat nasabah untuk menabung secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya layanan yang diberikan kepada pelanggan ketika mereka memilih untuk menabung atau melakukan transaksi di bank syariah. Layanan yang lebih baik tentunya dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan mendorong mereka untuk menabung di bank syariah.

### **Pengaruh Jaminan Keamanan dalam bertransaksi Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H3 diterima, yang berarti jaminan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah. Hasil ini sejalan dan didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Emila Shiliha (2022) yang menunjukkan bahwa jaminan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Islam (BSI) Cabang Lahat.

### **Pengaruh Promosi dan Marketing Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H4 diterima, yang berarti promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah. Penemuan ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lingga Kumala, Nazori, dan Eveni Anita, yang menemukan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap.

### **SIMPULAN**

Studi yang dilakukan pada mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menemukan beberapa hal berikut:

1. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di bank syariah; lebih banyak pengetahuan yang dimiliki nasabah tentang bank syariah, lebih besar minat mereka untuk menabung di bank syariah.
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat pelanggan untuk menabung di bank syariah. Semakin baik layanan yang diberikan oleh bank syariah, semakin banyak pelanggan yang ingin menabung di bank syariah.
3. Jaminan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Semakin banyak jaminan keamanan yang diberikan oleh bank syariah, semakin besar pula minat nasabah untuk menabung di bank syariah.
4. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Semakin banyak promosi yang diberikan oleh bank syariah, semakin besar pula minat nasabah untuk menabung di bank syariah.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amanda, Siti Maisharah dan Shabri Abdul Majid. 2019. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Dosen Universitas Syiah Kuala)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, (Online), 1 (2): 197—214, (<https://jurnal.dpr.go.id>), diakses 12 November 2024.
- Amien, Neneng Nurbaeti dan Wandy Zulkarnaen. 2022. "The Role of Sharia Banking on MSMEs That Implied on Indonesian Economic Growth". *Jurnal Ilmiah dan Manajemen*, (Online), 3 (1): 29—35, (<https://journal.uinsgd.ac.id>), diakses 11 November 2024.
- Andre Muzakir, dkk. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)". *Jurnal Perbankan Syariah*, 1 (1): 9—18, (<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/>), diakses 12 November 2024.
- Andriyanto dan Anang Firmansyah. 2019. *Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktik*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

- Anita, Siska Yuli. 2024. *Preferensi Nasabah pada Produk Bank Syariah Berdasarkan Religiusitas dan Kualitas Layanan*. Bandung: Intelektual Manifes Media.
- Ascarya dan Diana Yumanita. 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI.
- Darsini, dkk. 2019. "Pengetahuan: Artikel Riview". *Jurnal Keperawatan*, (Online), 12 (1): 95—07, (<https://e-journal.lppmdianhusada.ac.id>), diakses 13 November 2024.
- Hasanah, Fadhilatul. 2019. "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dankualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah". *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, (Online), 4 (1): 85—95, (<https://jurnal.um-palembang.ac.id/balance/>), diakses 12 November 2024.
- Malik, Abdul, Ahmad Syahrizal, Anisah. 2021. "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya". *Margin Journal Of Islamic Banking*, (Online), 1(1): 28—43, (<https://ojp.e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id>), diakses 12 November 2024.
- Nengsih, Titin Agustin, Arsa, dan, Pradita Sari Putri. 2021. "Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi". *Journal of Bussiness and Banking*, (Online), 11 (1): 93—111, (<https://journal.perbanas.ac.id/index.php/>), diakses 13 November 2024.
- Nurochani, Nila, Eddy Jusuf, dan Undang Juju. 2023. *Strategi Pengembangan Layanan E-Banking Syariah*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Nurudin, Nur Huda, dan Muhammad Dinu Nasoihul timam. 2022. "Mobile Banking Services: Security, Guarantee And Service Credibility On Customer Satisfaction Of Bank Syariah Indonesia". *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, (Online), 3(2): 115—130, (<http://e-journal.iainfmpapua.ac.id>), diakses 12 November 2024.
- Ovika, Stanislaus Kostka Wiyar Galih, Tunggul Wibisono Priambudi, dan Samuel Martono. 2024. "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung: Sebuah Kajian Literatur". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan*, 4 (1): 275—290, (<https://jim.stebisigm.ac.id/index.php/>), diakses 13 November 2024.
- Prastiwi, lin Emy dan Muhammad Naufal Zuhdi. 2022. "Analysis Of Factors Affecting Interest In Saving In Islamic Bank: Knowledge, Social Environment And Psychological Factors". *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, (Online), 6 (2): (<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/>), diakses 13 November 2024.
- Probosari, Ninik dan Yuni Siswanti. 2017. *Manajemen Pengetahuan: Pendekatan Konsep dan Aplikasi Riset*. Yogyakarta: Tim Media Mandala.
- Ridwan, Muannif. 2021. "Studi Analisis Tentang Makna Pengetahuan dan Ilmu Pengetahuan Serta Jenis dan Sumbernya". *Jurnal Geuthee Penelitian Multidisiplin*, (Online), 4 (1): 31—54, (<https://journal.geutheeinstitute.com>), diakses 11 November 2024.
- Riyadi, Selamat, dkk. 2023. *Manajemen Transformasi dan Akselerasi Perbankan Syariah*. Jakarta: UI Publishing.
- Riyaldy, Novien, dkk. 2023. "Pengaruh Media Promosi Terhadap Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di Perbankan Syariah", *JMA: Indonesian Journal of Management and Accounting*, (Online), 4(2): 171—177, (<https://ejournal.almaata.ac.id>), diakses 13 November 2024.
- Safitri, Melinia. 2023. "Pengaruh Persepsi Masyarakat, Motif Rasional, dan Jaminan Keamanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Palembang". *International Seminar on Social, Humanities, and Malay Islamic Civilization*, (Online), 9(1): 785—799, (<https://proceedings.radenfatah.ac.id>), diakses 12 November 2024.
- Siregar, Dahrul, Ahmad Harun Daulay, dan Saparuddin Siregar. 2021. "Increasing Customer's Saving Interest through Religiusity, Product Perception and Knowledge". *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, (Online), 4 (1): 918—925, (<https://bircu-journal.com/index.php/>), diakses 13 November 2024.
- Siregar, Erwin Putra, dkk. 2021. "A Survey of Islamic Banking Products Knowledge in Villages: Evidence from Talang Bakung Village". *Maliki Islamic Economics Journal*, (Online), 1 (2): 62—69, (<https://ejournal.uin-malang.ac.id>), diakses 13 November 2024.

- Suardana, Ida Bagus Raka. 2024. *Manajemen dan Perilaku Religius (Determinan Orang Menabung)*. Purwodadi: Sarnu Untung.
- Sucianto, Primadany Yusuf dan M. Umar Burhan. 2023. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Mahasiswa pada Bank Syariah". *Islamic Economics and Finance in Focus*, (Online), 2 (1): 23—33, (<https://ieff.ub.ac.id/index.php/>), diakses 13 November 2024.
- Sukmana, Abdul Hadi, Muhammad Rido, dan Sirrul Hayati. 2022. "Analisis Pengaruh Promosi dan Jaminan Rasa Aman Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah Bank NTB Syariah Mataram", *Jurnal Perbankan Syariah*, (Online), 1(1): 41—50, (<https://journal.uinmataram.ac.id>), diakses 12 November 2024.
- Velayati, Maya Fauziah. 2023. "Strategi keuangan di masa pandemi: Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah di Kabupaten Tegal". *Journal of Halal Industry*, (Online), 2 (2): 108—121, (<https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/>), diakses 13 November 2024.
- Wirade, Jakson. 2020. *Manajemen Pemasaran Produk Bank Syariah*. Bengkulu: Brimedia Global.