

PENGARUH PENGETAHUAN DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH

Surahmah *1
Didit Darmawan ²

^{1,2} Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia
*e-mail: surahmah15@gmail.com

Abstrak

Seiring dengan pertumbuhan industri keuangan Islam yang mencerminkan pemahaman masyarakat akan pentingnya pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, terjadi peningkatan jumlah masyarakat yang berminat menabung di bank Islam. Tujuan dari kajian pustaka ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap tingkat minat dan keinginan menabung di bank Islam. Untuk meningkatkan minat menabung, lembaga keuangan perlu mengembangkan pemahaman dan motivasi masyarakat mengenai produk bank syariah. Upaya untuk membangkitkan minat menabung sangat diperlukan agar pelaksanaan pengelolaan keuangan secara efektif. Untuk tujuan penelitian ini, pendekatan tinjauan pustaka digunakan dengan melakukan analisis terhadap berbagai sumber ilmiah yang berkaitan. Temuan kajian memperlihatkan bahwa Kontribusi yang cukup besar terhadap meningkatnya minat menabung di bank syariah adalah adanya kesadaran dan motivasi masyarakat. Pengaruh pengetahuan dan motivasi sangat penting karena dapat mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam mengelola keuangan mereka dan memahami manfaat menabung di bank syariah. Oleh karena itu, bank dan pihak terkait diharapkan dapat terus menciptakan dan memelihara lingkungan yang mendukung peningkatan pengetahuan dan motivasi masyarakat untuk mencapai tujuan keuangan yang optimal.

Kata kunci: Pengetahuan, motivasi, minat menabung, bank syariah

Abstract

Along with the growth of the Islamic financial industry that reflects the public's understanding of the importance of financial management in accordance with Islamic principles, there has been an increase in the number of people interested in saving in Islamic banks. The purpose of this literature review is to determine the effect of knowledge and motivation on the level of interest and desire to save in Islamic banks. To increase interest in saving, financial institutions need to develop public understanding and motivation regarding Islamic bank products. Efforts to generate interest in saving are very necessary for the implementation of effective financial management. For the purpose of this study, a literature review approach was used by analyzing various related scientific sources. The findings of the study show that a significant contribution to the increasing interest in saving in Islamic banks is the awareness and motivation of the community. The influence of knowledge and motivation is very important because it can encourage people to be more active in managing their finances and understand the benefits of saving in Islamic banks. Therefore, banks and related parties are expected to continue to create and maintain an environment that supports increasing public knowledge and motivation to achieve optimal financial goals.

Keywords: Knowledge, motivation, interest in saving, Islamic banks

PENDAHULUAN

Semakin beragamnya kebutuhan masyarakat, sektor perbankan di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat. Tersedianya berbagai lembaga perbankan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memilih layanan keuangan yang paling sesuai dengan nilai dan kebutuhan mereka (Darmawan, 2022). Menurut Hardyansah *et al.* (2023), perbankan di Indonesia dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Dalam konteks klasifikasi ini, masyarakat diberikan kesempatan untuk lebih leluasa dalam mengidentifikasi produk atau layanan yang disesuaikan dengan selera dan kebutuhan mereka (Novianti & Hakim, 2021). Bank syariah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Saputri *et al.*, 2024). Bank konvensional termasuk dalam kategori lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan operasionalnya dengan pendekatan konvensional. Bank syariah, sebagai

alternatif sistem bunga yang digunakan oleh bank konvensional, menggunakan sistem yang melibatkan pembagian keuntungan dan kerugian. Sistem ini memberikan motivasi dan kesempatan pada umat Islam untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah secara maksimal (Djazilan & Darmawan, 2023). Hubungan antara umat Muslim dan perbankan syariah menciptakan rasa ketenangan, karena mereka dapat bertransaksi tanpa keraguan terkait kehalalan sistem yang diterapkan (Fatimah & Zariah, 2022). Kehidupan sehari-hari umat Islam sangat dipengaruhi oleh ajaran Islam yang melarang riba dalam kegiatan Lembaga Keuangan Islam (LKS). Larangan ini telah ditetapkan oleh ajaran Islam. Menurut Sundarai *et al.* (2023), bank Islam, yang juga dikenal sebagai perbankan tanpa bunga, dibentuk untuk menjawab permintaan ini. Bagi umat Islam yang ingin terlibat dalam kegiatan keuangan yang sesuai dengan keyakinan agama mereka, keberadaan bank Islam diharapkan dapat memberikan solusi.

Menabung sangat penting dilakukan untuk menjaga keamanan keuangan diri sendiri dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum. Menurut Chasanah dan Haikal (2023), salah satu cara mengamalkan prinsip-prinsip Islam adalah dengan menabung. Oleh karena itu, hal-hal yang dilarang dalam Islam, seperti riba, spekulasi, dan segala bentuknya, tidak boleh dimasukkan ke dalam kegiatan yang bertujuan untuk menabung (Nur, 2021). Menabung merupakan salah satu tindakan yang dianjurkan dalam Islam, sebagaimana yang dikemukakan oleh Meliyana dan Albadri (2014). Hal ini dikarenakan dengan menabung, seorang muslim telah mempersiapkan diri untuk perencanaan masa depan dan menghadapi berbagai kemungkinan hal yang tidak diinginkan. Fatimah dan Zariah (2022) mendefinisikan menabung sebagai aktivitas yang membutuhkan adanya minat atau keinginan dari individu untuk secara sadar menyisihkan dan menyimpan sebagian uangnya di bank. Minat masyarakat untuk menabung merupakan aspek fundamental bagi perbankan, karena hal ini berperan penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberhasilan operasional bank (Novian *et al.*, 2023). Penguatan literasi keuangan, khususnya dalam hal menabung, menjadi salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi berbasis syariah. Dengan meningkatkan kesadaran masyarakat, diharapkan lebih banyak individu yang tergerak untuk menabung secara terencana sesuai prinsip syariah.

Dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam pemilihan jasa keuangan, minat merupakan salah satu faktor psikologis yang memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Menurut Darmawan (2014), minat merupakan indikator awal yang berpotensi mempengaruhi perilaku nasabah terhadap barang atau jasa tertentu. Menurut Fatimah dan Zariah (2022), minat merupakan kondisi mental seseorang sebelum melakukan suatu tindakan dan dapat digunakan untuk meramalkan perilaku atau kegiatan yang akan dilakukan di masa mendatang. Wasid dan Sunendar (2011) menyatakan bahwa minat merupakan gabungan antara keinginan dan kemauan yang dapat terbentuk seiring berjalannya waktu. Mereka mengatakan bahwa minat dapat berkembang seiring berjalannya waktu. Selain itu, mereka juga mengemukakan bahwa minat individu merupakan salah satu variabel terpenting yang menentukan preferensi nasabah dalam hal menabung. Menurut Setiadi (2003), komponen yang memiliki kemampuan mempengaruhi minat adalah persepsi, keyakinan dan sikap, motivasi, serta gaya hidup. Definisi ini mengacu pada tindakan yang berasal dari dalam diri seseorang sebagai respons terhadap suatu objek tertentu, yang menyiratkan keinginan dari pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap objek tersebut. Namun, menurut Kotler (2005), minat menabung dapat diidentifikasi sebagai bentuk minat membeli. Artinya, definisi ini mengacu pada tindakan yang berasal dari dalam diri seseorang. Pentingnya memahami minat nasabah membantu bank dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan (Jahroni *et al.*, 2023). Dengan cara ini, bank dapat meningkatkan loyalitas nasabah sekaligus memperluas pangsa pasar mereka di industri perbankan.

Minat beli menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu produk atau layanan di pasar. Pemahaman terhadap indikator minat beli membantu organisasi menyusun strategi untuk menarik perhatian segmen potensial. Lucas dan Britt (2003) menyatakan terdapat beberapa indikator yang menjadi penanda minat beli, yakni 1) Perhatian (*attention*), perhatian yang ditujukan termasuk tinggi pada suatu produk; 2) Ketertarikan (*interest*), munculnya rasa ketertarikan dari konsumen terhadap suatu produk; 3) Keinginan (*desire*), keinginan untuk

memiliki atau mendapatkan suatu produk; dan 4) Keyakinan (conviction), Keputusan untuk melakukan pembelian yang didorong oleh keyakinan terhadap suatu produk.

Minat menabung memainkan peran penting dalam menciptakan stabilitas ekonomi baik bagi individu maupun masyarakat. Pentingnya membangun kesadaran menabung sejak dini menjadi salah satu langkah strategis untuk meningkatkan inklusi keuangan (Najih *et al.*, 2024). Ketertarikan masyarakat untuk menabung sangatlah diperlukan terutama dalam sektor perbankan dimana minat merupakan salah satu faktor paling penting. Minat menabung dapat diartikan sebagai adanya ketertarikan atau motivasi internal seseorang untuk menyisihkan sebagian pendapatannya guna mempersiapkan masa depan, tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak lain (Sundari *et al.*, 2023). Dalam konteks minat, motivasi berperan sebagai pendorong minat (Mardikaningsih, 2019). Minat dan motivasi saling berkaitan. Minat konsumen untuk mengonsumsi suatu produk kemungkinan akan semakin kuat berbanding lurus dengan tingkat motivasi yang dimiliki konsumen tersebut. Simpulan yang dapat diambil dari sini adalah aspek yang paling besar pengaruhnya terhadap minat adalah motivasi (Fatimah & Zariah, 2022). Penulis Rico dan Hatane (2013) mendefinisikan motivasi sebagai suatu dorongan yang berasal dari dalam diri individu dan pada akhirnya mengarah pada suatu tindakan. Dorongan tersebut merupakan produk dari kebutuhan individu yang belum terpenuhi. Dari sudut pandang psikologis, orang memiliki banyak aspirasi atau tujuan yang ingin dicapainya; tetapi, tergantung pada besarnya motivasi yang dimilikinya, tidak semua aspirasi tersebut dapat tercapai (Karina *et al.*, 2012). Motivasi menjadi penggerak utama bagi seseorang untuk merancang langkah-langkah yang diperlukan guna mencapai tujuan tersebut (Darmawan, 2019). Tanpa adanya motivasi yang kuat, keinginan seseorang cenderung sulit diwujudkan menjadi tindakan nyata.

Motivasi merupakan elemen kunci dalam memahami perilaku manusia, terutama dalam konteks pengambilan keputusan. Berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, dapat memengaruhi faktor-faktor motivasi. Pertama, pemicu psikologis; kedua, pemicu emosional; ketiga, pemicu kesadaran; dan keempat, pemicu lingkungan merupakan indikasi motivasi, sebagaimana dinyatakan oleh Schiffman dan Kanuk (2004). Keempat indikator ini saling berinteraksi dalam memengaruhi tingkat motivasi seseorang untuk bertindak. Dengan memahami indikator tersebut, organisasi dapat merancang strategi yang efektif untuk mendorong perilaku yang diinginkan dari segmen potensial.

Pengetahuan nasabah tentang produk dan layanan yang ditawarkan sangat penting untuk meningkatkan minat mereka dalam bertransaksi. Salah satu aspek yang menentukan keinginan nasabah dalam menabung adalah tingkat kesadaran nasabah terhadap berbagai solusi tabungan yang tersedia. Sesuai dengan pendapat Kristiyadi dan Hartiyah (2016) yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan yang tinggi merupakan salah satu karakteristik yang dapat mempengaruhi motivasi dalam menabung, pernyataan ini menjadi penting. Istilah “pengetahuan” mengacu pada semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai produk dan layanan, di samping pengetahuan khusus lainnya yang terkait dengan pekerjaannya sebagai nasabah. Sejauh mana seseorang memiliki pengetahuan tentang bank syariah akan berpengaruh pada sejauh mana nasabah berminat untuk melakukan kegiatan menabung di bank syariah (Sundari *et al.*, 2023). Pengetahuan merupakan bagian dari kebenaran yang diyakini seseorang, yang diperoleh melalui proses pengolahan informasi yang melibatkan keyakinan dan kebenaran (Sinambela & Darmawan, 2021). Sebagaimana yang Andadari *et al.* (2019) sampaikan, proses ini berpotensi memotivasi individu atau organisasi untuk melakukan berbagai tindakan secara efisien. Berdasarkan definisi Engel (2017), pengetahuan konsumen dapat didefinisikan sebagai akumulasi informasi dan pengalaman yang dimiliki konsumen terkait dengan produk dan layanan tertentu. Semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen, baik secara individu maupun kolektif, semakin besar kemungkinan konsumen dapat mempertimbangkan berbagai produk yang diminati. Menurut Notoatmodjo (2007) terdapat beberapa indikator yang untuk mengukur pengetahuan, yakni 1) Mengetahui, yang merujuk pada kemampuan untuk mengingat informasi yang telah dipelajari sebelumnya; 2) Memahami, mulai memahami informasi yang telah dipelajari dan mampu memberikan penjelasan yang tepat serta menginterpretasikan; 3) Mengaplikasikan, penerapan materi yang telah dipahami pada situasi nyata; 4) Menganalisis, kemampuan untuk

merinci suatu materi menjadi komponen yang lebih kecil; 5) Mensintesis, kemampuan untuk menggabungkan hal-hal yang berbeda menjadi suatu hal yang baru; dan 6) Kemampuan untuk mengevaluasi sesuatu, baik itu suatu objek atau pengetahuan, atau untuk membenarkan pendapat seseorang tentang hal tersebut. Peningkatan literasi keuangan menjadi hal yang penting untuk mendukung keputusan keuangan yang lebih baik dan berdampak pada lembaga keuangan (Mardikaningsih & Darmawan, 2023).

Untuk membentuk persepsi publik yang baik, pengetahuan tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh perbankan Islam sangatlah penting. Orang-orang yang memiliki pemahaman yang kuat tentang konsep syariah, manfaat produk, dan keuntungan menabung di bank Islam biasanya lebih tertarik untuk ikut serta dalam kegiatan tersebut. Dalam hal mendorong individu untuk membuat keputusan menabung, sudah diketahui bahwa motivasi memegang peranan. Dorongan dari lingkungan sosial, keinginan untuk berinvestasi, atau mengejar tujuan keuangan merupakan sumber motivasi potensial yang dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank Islam. Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman mengenai pengaruh kedua variabel serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Dengan pemahaman yang lebih baik, diharapkan masyarakat akan semakin terdorong untuk berpartisipasi aktif dalam ekonomi syariah. Hal ini akan mendukung tujuan untuk memperluas inklusi keuangan dan mengoptimalkan peran bank syariah dalam perekonomian.

METODE

Pemahaman yang lebih mendalam tentang unsur-unsur yang memengaruhi partisipasi masyarakat, khususnya dalam hal menabung, diperlukan untuk memfasilitasi perluasan industri perbankan Islam yang pesat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki dampak pengetahuan dan motivasi terhadap tingkat minat menabung di bank Islam dengan menggunakan teknik kualitatif yang dipadukan dengan metode studi pustaka. Analisis teoritis, referensi, dan berbagai sumber ilmiah yang berkaitan dengan konsep perbankan Islam, insentif keuangan, dan perilaku menabung dalam konteks syariah disertakan dalam tinjauan pustaka ini. Ini adalah bidang perhatian utama untuk penelitian ini. Informasi yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan diperoleh dari berbagai makalah, jurnal, buku, dan situs web. Sumber-sumber ini dipilih karena relevansinya dengan masalah penelitian, keabsahan akademis, dan kesesuaian dengan kerangka teoritis yang digunakan. Fokus penelitian ini adalah pada dua variabel utama: pengetahuan dan motivasi, yang dianggap sebagai variabel independen, dan minat menabung di bank Islam, yang dievaluasi sebagai variabel dependen. Untuk mengetahui hakikat hubungan yang terjalin antara kedua variabel tersebut dan memberikan sumbangan ilmiah bagi perumusan strategi dan kebijakan pemasaran dalam industri perbankan syariah, maka dilakukan analisis data deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang unsur-unsur yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, khususnya dengan tujuan untuk meningkatkan literasi dan motivasi keuangan sesuai dengan prinsip syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan besar dalam pola pikir masyarakat terhadap pengelolaan keuangan terjadi sebagai akibat pesatnya perkembangan perbankan Islam di Indonesia. Salah satu topik yang menjadi relevan dalam dunia keuangan dan perbankan adalah kajian tentang pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung di Bank Islam. Hal ini terutama berlaku dalam konteks masyarakat yang semakin menyadari pentingnya sistem pengelolaan keuangan berbasis syariah. Keputusan individu untuk membuat rekening tabungan dan menambah saldo di lembaga keuangan Islam dipengaruhi oleh salah satu faktor pendorong, yaitu pengetahuan tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank Islam. Motivasi masyarakat untuk menabung dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk faktor internal seperti cita-cita keagamaan dan imbalan finansial, serta faktor eksternal seperti iklan yang dipasang oleh bank. Selain itu, motivasi memegang peranan penting dalam meningkatkan jumlah masyarakat yang mulai menabung di lingkungannya. Mengingat peran bank Islam dalam menyediakan metode

alternatif pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, minat menabung di bank Islam menjadi sangat penting. Salah satu cara untuk memperoleh wawasan penting bagi pengembangan produk perbankan Islam yang lebih sukses dan menarik bagi masyarakat adalah dengan memperoleh pemahaman tentang bagaimana pengetahuan dan motivasi memengaruhi minat menabung di bank Islam. Dalam perjalanan penelitian ini, sejumlah penelitian terdahulu telah diakui sebagai sumber informasi yang potensial. Sebanyak dua puluh publikasi ilmiah yang relevan dengan isu penelitian ini ditemukan menggunakan hasil pencarian di Google Scholar. Makalah-makalah ini menawarkan berbagai sudut pandang dan temuan mengenai pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung dalam kerangka perbankan Islam.

1. Rudi Haryono (2022)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dampak Pengetahuan, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap motivasi untuk menabung melalui perbankan Islam. Nasabah bank Islam yang saat ini berdomisili di Kota Jambi merupakan populasi survei ini. Sampel untuk penelitian ini terdiri dari seratus nasabah bank Islam yang masing-masing berdomisili di Kota Jambi. Metodologi kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS, menggunakan prosedur untuk teknik analisis regresi linier berganda. Pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan ditemukan memiliki pengaruh substansial terhadap tingkat minat individu di Kota Jambi untuk menabung di bank syariah. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara convenience sampling.

2. Nur Mahfuz (2021)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat jemaah menabung. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Subjek populasi penelitian ini adalah individu-individu yang tergabung dalam jemaah Masjid Agung Al-Barkah Kota Bekasi dan memiliki tabungan di bank syariah. Sampel Sebanyak 35 orang dimasukkan ke dalam sampel. Uji reliabilitas, validitas, regresi berganda, dan uji asumsi klasik dimasukkan dalam teknik analisis yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23. Berdasarkan hasil penelitian, jemaah Masjid Agung Al-Barkah menunjukkan minat menabung berpengaruh signifikan cukup tinggi sebagai hasil dari program pengetahuan dan promosi yang dilaksanakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan observasi.

3. Al Ma'is (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan terhadap minat menabung santri Pondok Al Ma'rufiyah sebagai nasabah di bank syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sumber data primer. Populasi dalam penelitian merupakan Santri pondok Al ma'rufiyah. Dengan sampel 100 responden. Teknik analisis menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, religiusitas dan pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling. Metode pengumpulan data primer dan sekunder digunakan.

4. Shintia Indah Pratiwi dan Sri Ismulyaty (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh pengetahuan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ma'arif Kalirejo terhadap minat mereka untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis data regresi linear sederhana. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan IMB SPSS 26, dan data dikumpulkan melalui angket (kuesioner) dengan teknik pengambilan sampel non-probabilitas menggunakan teknik sampling total. Dalam penelitian ini, populasi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah. Dengan 62 sampel. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa pengetahuan

- mahasiswa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI).
5. Al 'Aswad Dan Andi Patimbangi (2022)
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, produk, dan promosi terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone. Sampel dalam penelitian ini, berjumlah 1.792 orang. Sampel penelitian diambil dengan teknik Simple Random Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak tanpa mempertimbangkan strata dalam populasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk mendeskripsikan objek dan hasil penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, pengetahuan, produk dan promosi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Metode pengambilan data menggunakan angket (kuesioner). Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda.
 6. Aswar Rahmat (2023)
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat pengetahuan dan iklan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan instrumen berupa kuesioner. Penelitian dilakukan di Desa Galung Tuluk, Kecamatan Balanipa, Kabupaten Polewali Mandar, dengan populasi sebanyak 3.828 orang. Sampel penelitian, yang ditentukan berjumlah 97 responden, dengan menggunakan teknik rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mendapatkan sebuah data. Teknik analisis data regresi digunakan pada penelitian ini.
 7. Nur Huda (2022)
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, lokasi, promosi, dan budaya terhadap minat masyarakat Desa Cakkeawo untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka dan studi lapangan, termasuk observasi dan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Cakkeawo. Dengan sampel 100 responden di Desa Cakkeawo. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, di mana teknik ini mempertimbangkan faktor-faktor tertentu dalam pemilihan sampel. Analisis data melibatkan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, lokasi, promosi, dan budaya berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Cakkeawo untuk menabung di bank syariah.
 8. Rahma Bellani Oktavindria Iranati (2017)
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah, yang dilakukan di wilayah Tangerang Selatan. Teknik sampling yang digunakan adalah convenience sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat Tangerang Selatan yang menabung di bank syariah. Populasi dalam penelitian ini, merupakan masyarakat Tangerang Selatan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Pada penelitian ini ada beberapa metode pengambilan data yang digunakan, yaitu field search, library search, and internet research.
 9. Nur'aini Ika Ramadhani, Jeni Susyanti, dan M Khoirul Abs (2019)
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah di kota

Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel simple random sampling. Populasi penelitian mahasiswa kota Malang se-Banyuwangi. Sampel penelitian melibatkan 90 responden dari 927 mahasiswa yang tersebar di kota Malang se-Banyuwangi. Dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa secara parsial, variabel religiusitas dan pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Namun, variabel lingkungan sosial menunjukkan pengaruh positif yang tidak signifikan. Secara simultan, ketiga variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan tingkat Signifikan. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner.

10. Eva Yasika Wijayati (2019)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah pada penduduk Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo. Menggunakan metode kuantitatif, data penelitian diolah dengan analisis regresi sederhana dan regresi berganda melalui aplikasi IBM SPSS 21. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, sementara teknik pengambilan sampelnya adalah probability sampling dengan pendekatan proportionate stratified random sampling. Dari populasi 1.001 penduduk, diperoleh sampel sebanyak 81 orang. Populasi merupakan masyarakat penduduk dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan pengetahuan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat menabung.

11. Siti Fatimah dan Siti Zariah (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah. Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam STAI Auliaurasyidin Tembilahan angkatan 2017-2019, sementara objek penelitian difokuskan pada pengaruh motivasi terhadap minat menabung di bank syariah. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena data yang dikumpulkan berbentuk angka. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 180 mahasiswa. Untuk menentukan sampel, digunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling; berdasarkan rumus Isaac dan Michael, diperoleh sampel sebanyak 123 mahasiswa. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi sederhana melalui program SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 23.0 untuk Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Ekonomi Islam di STAI Auliaurasyidin Tembilahan.

12. Sunardi dan Desy Rahmadayani (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa di Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Islamic Village Tangerang pada bank syariah. Variabel yang diteliti meliputi persepsi, motivasi dan sikap. Populasi dalam penelitian merupakan mahasiswa dari semester 2, 4, dan 6, dengan penentuan sampel berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti, sehingga diperoleh 69 responden. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan analisis statistik menggunakan teknik regresi linear berganda, menggunakan software IBM SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi motivasi dan sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

13. Ambarwati (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, motivasi, dan citra perusahaan terhadap minat menabung di bank syariah, dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi. Penelitian dilakukan sebagai studi kasus pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2020 di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Jenis penelitian ini adalah field research dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian terdiri dari mahasiswa aktif perbankan syariah angkatan 2020, dengan sampel sebanyak 132 responden. Data primer dikumpulkan melalui

penyebaran kuesioner menggunakan metode non-probability sampling, dan analisis dilakukan dengan Moderated Regression Analysis (MRA) menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, motivasi, dan citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa aktif perbankan syariah. Selain itu, Religiusitas terbukti dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan syariah, motivasi, dan citra perusahaan terhadap minat menabung.

14. Mujahid Royhan Azkiya, Sissah dan M Taufik Ridho (2024)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi dan pengetahuan tentang akad terhadap minat Asatidz menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel jenuh, yang berarti seluruh populasi Asatidz di Pondok Pesantren Ummul Masakin dijadikan sebagai sampel. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Asatidz di bank syariah.

15. Busriadi, Putri Setiani dan Isamuddin (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman dan motivasi terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data melalui angket (kuesioner) dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAI Yasni Bungo. Sampel diambil menggunakan teknik non-probability sampling dengan rumus Slovin, menghasilkan 80 responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling karena populasinya dianggap homogen.

16. Nadin Alhaq Simbolon (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh literasi keuangan syariah, motivasi, dan promosi terhadap minat menabung. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Populasi mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di UIN Syarif Hidayatullah, khususnya mereka yang belum memiliki akun bank syariah. Sampel yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda, dan pengolahan data dilakukan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, motivasi, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

17. Maiyya Fardaniyah (2023)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka, termasuk motivasi dan lingkungan sosial mereka. Kuesioner berdasarkan skala Likert digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, yang dilakukan dengan menggunakan metodologi kuantitatif. Untuk memilih 92 responden dari total populasi sebanyak 1.167 orang, rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel. Sampel penelitian merupakan Penduduk Desa Kadong-Kadong berminat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). Teknik purposive sampling dipilih untuk tujuan ini. SPSS 24 digunakan untuk melakukan analisis terhadap data. Di BSI, temuan menunjukkan bahwa tingkat minat menabung dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat motivasi dan lingkungan sosial.

18. Fahad Khoerudin (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Desa Kertomulyo menabung di bank syariah. Faktor yang diteliti adalah

pengetahuan, promosi, dan motivasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling untuk mengumpulkan data dari populasi penelitian, yaitu masyarakat Desa Kertomulyo yang berada di Kecamatan Brangsong. Algoritma Slovin digunakan untuk memilih sampel sebanyak seratus responden dari total populasi sebanyak lima ribu dua ratus dua puluh tujuh orang. Kuesioner disebarikan kepada warga Desa Kertomulyo untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, yang disertai dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis jika diperlukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan, promosi, dan motivasi masing-masing individu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat minat menabung. Penelitian semacam ini dikenal dengan penelitian kuantitatif.

19. Anggie Nurmalasari (2019)

Mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo menjadi sampel subjek penelitian ini, dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data primer, dan melibatkan jumlah sampel sebanyak 68 responden dari populasi 212 mahasiswa yang terdaftar di Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo, pada tahun 2016. Data diperoleh melalui penggunaan kuesioner, dan sampel diambil melalui penggunaan pendekatan pengambilan sampel acak langsung. Metode regresi linier berganda digunakan dalam proses analisis data. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan motivasi seseorang memainkan peran penting dalam menentukan tingkat minat menabung mereka.

20. Aris Tri Cahyono dan Dina Rahmawati (2022)

PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo (dengan fokus populasi pada masyarakat di Desa Sungai Keledang) melakukan penelitian ini dengan tujuan menganalisis pengaruh pengetahuan, reputasi, agama, dan motivasi terhadap minat menabung di bank. Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dan penyebaran kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data. Sebanyak 114 sampel dikumpulkan dari responden individu. Untuk melakukan analisis data, penelitian ini akan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, serta Uji-t, Uji-F, Koefisien Korelasi, dan Koefisien Determinasi, di antara uji statistik lainnya, dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Versi 23. Menurut temuan penelitian, tingkat minat menabung dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat pengetahuan dan tingkat motivasi seseorang. Metodologi pengambilan sampel nonprobabilitas dengan jenis purposive sampling digunakan dalam penelitian ini sebagai metode pengambilan sampel.

Penting untuk melakukan analisis terhadap temuan penelitian mengenai aspek-aspek yang secara signifikan memengaruhi tingkat minat menabung di bank syariah, khususnya pengetahuan dan motivasi. Hubungan yang lebih mendalam yang terjalin antara aspek-aspek tersebut dapat dipahami dengan lebih baik dengan menggunakan hal ini, dan hal ini juga dapat memberikan wawasan tentang pengembangan metode perbankan syariah yang lebih efektif. Tabel 1 menampilkan tabulasi data dari penelitian yang diteliti. Satu hal yang sangat jelas dari berbagai penelitian yang telah dilakukan adalah bahwa informasi dan motivasi memegang peranan penting dalam proses peningkatan minat menabung di bank syariah. Menurut temuan sejumlah penelitian, seperti yang dilakukan oleh Nurbaiti, Supaino, dan Diena Fadhilah (2020), penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang substansial terhadap tingkat minat menabung. Karena mereka mengetahui keunggulan dan prinsip syariah yang mendasari produk tersebut, mereka yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bank syariah memiliki minat yang lebih besar untuk menabung. Hal ini ditunjukkan dengan fakta bahwa mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bank syariah. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Zakia Gigih Nur Putri, Habriyanto, dan Ahmad Syukron Prasaja (2023) menyoroti fakta bahwa motivasi yang tinggi, baik yang berasal dari kekuatan internal

maupun eksternal, memiliki dampak yang baik dan signifikan terhadap tingkat minat menabung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat motivasi yang dimiliki seseorang berbanding lurus dengan kemungkinan mereka akan tertarik menabung di bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Shelly Devi Fujiyanti (2023) memberikan bukti tambahan yang mendukung temuan ini. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa minat individu untuk menabung di bank syariah meningkat ketika mereka memiliki pengetahuan yang lebih besar tentang perbankan syariah dan juga termotivasi tinggi untuk melakukannya. Temuan-temuan ini memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya meningkatkan pengetahuan dan motivasi dalam rangka mendorong masyarakat untuk berpartisipasi lebih aktif dalam perbankan syariah. Perlu adanya upaya lebih lanjut untuk mengedukasi masyarakat mengenai keunggulan dan manfaat perbankan syariah, serta meningkatkan motivasi mereka untuk menabung.

Tabel 1. Studi tentang Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

| Peneliti | Lokasi Penelitian | Fokus Penelitian | Temuan Utama |
|---|--|--|--|
| Rudi Haryono (2022) | Bank Syariah Jambi | Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Jambi | Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung |
| Nur Mahfuz (2021) | Bank Syariah Kota Bekasi | The Effect Of Knowledge And Promotion On Interest In Saving Sharia Bank : Case Study Of Al Barkah Mosque Contributors, Bekasi City | Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung |
| Al Ma'is (2022) | Bank Syariah Bringin | Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah Bringin) | Pengetahuan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Menabung |
| Shintia Indah Pratiw Dan Sri Ismulyaty (2023) | Bank Syariah Indonesia Kalirejo Lampung Tengah | Menguak Keterkaitan Pengetahuan Mahasiswa Perbankan Syariah Dengan Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia | Pengetahuan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Menabung |
| Al 'Aswad Dan Andi Patimbangi (2022) | Bank Syariah bone | pengaruh pengetahuan, produk dan promosi terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. | pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung |
| Aswar Rahmat (2023) | Bank Syariah Desa Galung Tuluk Kabupaten Polewali Mandar | Pengaruh Tingkat Pengetahuan Dan Iklan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Galung Tuluk Kabupaten Polewali Mandar) | Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Menabung |

| | | | |
|---|--|--|--|
| Nur Huda (2022) | Bank Syariah Desa Cakkeawo, Kec. Suli, Kab. Luwu | Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Promosi Dan budaya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syaria (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Cakkeawo, Kec. Suli, Kab. Luwu) | Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Menabung |
| Rahma Bellani Oktavindria Iranati (2017) | Bank Syariah kota Tangerang Selatan | Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan) | Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Menabung |
| Nur'aini Ika Ramadhani <i>et al.</i> (2019) | Bank Syariah Kota Malang | Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada mahasiswa Banyuwangi Di Kota Malang) | Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Menabung |
| Eva Yasika Wijayati (2019) | Bank Syariah Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo | Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo | Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Menabung |
| Siti Fatimah Dan Siti Zariah (2022) | Bank Syariah | Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah | Motivasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Menabung |
| Sunardi Dan Desy Rahmadayani (2021) | Bank Syariah Tangerang-Banten | Analisis Persepsi, Motivasi Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Islamic Village Tangerang-Banten | Motivasi Berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap Minat Menabung |
| Maiyyah Fardaniyah (2023) | Bank Syariah Indonesia | Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia | Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung |
| Ambarwati (2023) | Bank Syariah Pekalongan | Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus | Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | | Mahasiswa Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid (Pekalongan) | |
| Mujahid Royhan Azkiya <i>et al.</i> (2024) | Bank Syariah Desa Kampung Pulau Kecamatan Muara Bulia | Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Tentang Akad Terhadap Minat Asatidz Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pondok Pesantren Ummul Masakin Desa Kampung Pulau Kecamatan Muara Bulia) | Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung |
| Busriadi <i>et al.</i> (2021) | Bank Syariah Bungo | Pengaruh Pemahaman Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi kasus Mahasiswa FEBI Institut Agama Islam Yasni Bungo) | motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung |
| Nadin Alhaq Simbolon (2023) | Bank Syariah | Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah) | motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung |
| Fahad Khoerudin (2021) | Bank Syariah Desa Kertomulyo | Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Motivasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (studi kasus pada masyarakat Desa Kertomulyo) | Pengetahuan dan Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung |
| Aris Tri Cahyono Dan Dina Rahmawati (2022) | PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo | Pengaruh Pengetahuan, Reputasi ,Religiusitas Dan motivasi Terhadap Minat Menabung Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo | Pengetahuan Dan Motivasi Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Menabung |
| Anggie Nurmalasari (2019) | Bank BRI Syariah KCP Ponorogo | Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo | Pengetahuan Dan Motivasi Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Menabung |

Unsur-unsur yang dapat memengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah perlu diteliti lebih lanjut, dan penelitian ini penting untuk dilanjutkan. Lembaga keuangan syariah mampu mengembangkan metode yang lebih efektif untuk menarik lebih banyak nasabah jika mereka memiliki kesadaran yang mendalam terhadap berbagai faktor tersebut. Sejumlah penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Shintia Indah Pratiwi dan Sri Ismulyaty (2023), sampai pada kesimpulan bahwa paparan terhadap produk-produk syariah memegang peranan penting dalam menumbuhkan minat menabung. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Rudi

Haryono (2022) menyoroti fakta bahwa, selain pengetahuan, hal-hal seperti kepercayaan dan agama juga memiliki peranan penting dalam menentukan apakah individu berminat untuk menabung atau tidak. Menurut temuan penelitian ini, minat individu untuk menabung di bank syariah dapat ditingkatkan dengan mempercayai sistem perbankan syariah, yang dianggap sesuai dengan keyakinan agama. Dalam konteks perbankan syariah, hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang terjalin antara prinsip-prinsip agama dan pilihan moneter memiliki arti penting bagi masyarakat. Pengetahuan dan promosi merupakan dua faktor yang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat menabung di bank syariah, menurut penelitian yang dilakukan oleh Nur Mahfuz (2021). Minat menabung di bank syariah dapat ditingkatkan melalui promosi yang efektif, selain itu juga melalui perluasan informasi kepada masyarakat tentang manfaat dan keunggulan yang dimiliki oleh bank syariah. Bank syariah perlu memanfaatkan pengetahuan dan kepercayaan masyarakat dalam merancang program promosi dan edukasi yang lebih efektif. Integrasi antara nilai-nilai agama dan aspek keuangan dapat memperkuat hubungan nasabah dengan bank syariah, serta meningkatkan partisipasi mereka dalam menabung.

Keputusan untuk menabung sangat dipengaruhi oleh tingkat motivasi seseorang, dan hal ini berlaku juga di lembaga keuangan Islam. Menurut Halizah dan Darmawan (2023), variabel motivasi yang mendalam berpotensi membawa perubahan perilaku yang bermanfaat dalam hal perencanaan keuangan dan pengelolaan uang. Namun, sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa motivasi juga berperan dalam menentukan minat seseorang untuk menabung. Salah satu contohnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatimah dan Siti Zariah (2022), yang mengungkap fakta bahwa motivasi sering kali dilihat sebagai komponen utama yang memotivasi individu untuk terlibat dalam kegiatan yang mencakup menabung. Dalam konteks ini, nasabah yang memiliki motivasi tinggi lebih cenderung untuk menabung karena mereka memahami pentingnya menabung sebagai bagian dari perencanaan keuangan yang baik. Motivasi yang kuat membantu mereka untuk mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi dan tetap fokus pada tujuan keuangan mereka. Penelitian lain oleh Sunardi dan Desy Rahmadayani (2021), mengungkap bahwa seseorang yang mendapatkan motivasi dari lingkungan sekitar, seperti dorongan dari keluarga, teman, dan lingkungan pendidikan, lebih cenderung memiliki minat menabung yang tinggi. Keputusan seseorang untuk menabung di bank Islam juga sangat dipengaruhi oleh motivasi yang muncul dari dalam diri mereka, yang dapat berupa keinginan untuk lebih mengendalikan situasi keuangan mereka. Berdasarkan hasil penelitian ini, tingkat motivasi seseorang dapat memengaruhi tingkat partisipasi mereka dalam produk keuangan Islam secara positif, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menabung. Untuk mendorong konsumen menabung di bank Islam, lembaga keuangan perlu memperhatikan unsur-unsur yang memotivasi nasabah, baik faktor yang berasal dari dalam diri nasabah sendiri maupun dari sumber luar. Hal ini dapat dilakukan melalui program edukasi yang mendalam dan pemberian insentif yang sesuai dengan kebutuhan dan motivasi nasabah.

Pemahaman yang baik tentang produk dan layanan yang ditawarkan sangat penting untuk menarik minat masyarakat, terutama dalam hal menabung. Guna meningkatkan minat nasabah menabung di bank syariah, motivasi merupakan salah satu faktor penentu yang tidak kalah pentingnya dengan faktor-faktor lainnya. Selain itu, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengetahuan dan motivasi merupakan faktor yang signifikan dalam menentukan minat menabung di bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Moch Aris Dwi Saputro (2020) menunjukkan bahwa minat menabung di bank syariah yang tinggi, selain didukung oleh informasi mengenai layanan dan produk perbankan syariah, memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Shelly Devi Fujiyanti (2023) yang menunjukkan bahwa motivasi yang kuat dan pemahaman yang baik terhadap sistem keuangan syariah memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat menabung di bank syariah. Ada beberapa faktor penting yang mendorong minat menabung, yaitu motif intrinsik dan motif ekstrinsik. Beberapa contoh motivasi tersebut antara lain adalah keinginan untuk menaati ajaran Islam atau karena adanya manfaat ekonomi dari menabung. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan motivasi merupakan aspek penting yang turut mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan Islam. Dengan

demikian, peningkatan pemahaman tentang perbankan syariah dan upaya untuk meningkatkan motivasi menabung perlu menjadi fokus utama dalam mendorong partisipasi generasi muda dalam sistem perbankan syariah. Bank syariah perlu terus melakukan edukasi dan promosi yang efektif kepada masyarakat, agar lebih banyak orang memahami manfaat dan keuntungan menabung sesuai prinsip syariah. Hal ini dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperkuat peran bank syariah dalam perekonomian.

Terdapat banyak sekali ide berbeda yang mencoba menjelaskan bagaimana hal-hal tertentu dapat memengaruhi perilaku seseorang. Teori Perilaku Terencana, yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), merupakan contoh teori yang sangat sering dikutip sebagai referensi. Teori Perilaku Terencana, yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), berasumsi bahwa agar seseorang dapat melakukan tindakan, tindakan tersebut harus didasarkan pada minat dan keyakinan individu, dan harus didukung oleh informasi yang cukup tentang topik yang sedang dikerjakan. Penting untuk mengambil tindakan menggunakan informasi yang tersedia saat ini untuk mencapai tujuan seseorang dengan cara yang paling efektif (Lestari & Darmawan, 2023). Tingkat pengetahuan yang dimiliki seseorang merupakan komponen penting yang berperan dalam menentukan sikap, tujuan, dan keputusan mereka mengenai cara bertindak. Dalam kerangka Teori Perilaku Terencana, di mana informasi merupakan salah satu elemen yang menentukan minat dan tindakan seseorang, memiliki pengetahuan tentang bank syariah menjadi sangat penting. Dalam skenario ini, memiliki informasi tentang bank Islam berfungsi sebagai keyakinan kontrol. Komponen lain dari keyakinan kontrol ini adalah keyakinan bahwa seseorang mampu memahami dan mempraktikkan prinsip-prinsip perbankan Islam.

Pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku manusia dalam hal mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan dapat diperoleh melalui penerapan teori motivasi. Terkait dengan hierarki keinginan, Moorhead dan Griffin (2013) menyatakan bahwa teori ini merupakan teori motivasi yang paling terkenal. Abraham Maslow, seorang psikolog, paling dikenal karena mengembangkan gagasan hierarki kebutuhan, yang merupakan teori motivasi. Gagasan ini menyatakan bahwa seseorang akan terlebih dahulu berusaha memenuhi kebutuhan yang lebih mendasar sebelum mengalihkan perhatiannya ke kebutuhan yang lebih maju (Darmawan, 2017). Dorongan untuk memenuhi kebutuhan dasar inilah yang mendorong tindakan individu. Setelah kebutuhan ini terpenuhi, insentif untuk memenuhi kebutuhan pada tingkat yang lebih tinggi akan muncul, yang akan mendorong individu untuk terus bekerja untuk memenuhi kebutuhannya. Seseorang termotivasi untuk melakukan tindakan, termasuk menabung, dalam konteks minat menabung di bank Islam, menurut gagasan ini, yang dipengaruhi oleh tuntutan yang harus dipenuhi sepanjang hari. Bank syariah harus mampu menawarkan nilai tambah yang dapat menarik nasabah dari berbagai lapisan kebutuhan, baik yang bersifat dasar maupun yang lebih tinggi, untuk mencapai kesejahteraan finansial (Hardyansah & Jahroni, 2023). Pendekatan ini juga akan mendorong nasabah untuk terus berpartisipasi dalam produk dan layanan perbankan syariah dalam jangka panjang.

Minat menjadi salah satu faktor utama yang menentukan apakah seorang individu akan melakukan suatu tindakan, seperti membeli produk atau menggunakan layanan tertentu. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah menurut teori minat Kotler dan Keller (2014), minat merupakan keadaan yang dialami seseorang sebelum melakukan suatu tindakan dan dapat dijadikan sebagai dasar untuk meramalkan perilaku atau tindakan. Menurut Mardikaningsih dan Putra (2021), minat merupakan cerminan dari kecenderungan atau keinginan seseorang terhadap sesuatu yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan dan perilaku seseorang. Minat merupakan salah satu bentuk motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan yang diinginkannya, dengan syarat ia memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan tersebut (Darmawan et al., 2020). Minat muncul ketika individu melihat bahwa sesuatu tersebut akan memberikan keuntungan atau manfaat, sehingga mereka merasa terdorong untuk melakukannya (Fujiyanti, 2023). Pemahaman tentang minat sangat penting untuk merancang strategi yang dapat memengaruhi perilaku dan keputusan seseorang (Iskandar & Darmawan, 2003). Perusahaan atau organisasi perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk meningkatkan partisipasi atau keterlibatan individu dalam produk atau layanan yang ditawarkan.

Perbankan yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam memiliki potensi yang signifikan untuk memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat. Bank Islam tidak hanya berkonsentrasi pada masalah keuangan, tetapi juga memperhatikan isu-isu keberlanjutan dan kesejahteraan sosial. Hal ini karena bank Islam dibangun atas prinsip-prinsip hukum keuangan syariah. Ada kontribusi signifikan yang diberikan oleh bank Islam terhadap proses mendorong individu untuk menabung. Menawarkan barang-barang yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, memberikan edukasi yang jelas tentang manfaat menabung di bank Islam, dan membuat pemasaran yang menarik dan mudah dipahami adalah cara-cara untuk mencapai hal ini. Dengan demikian, minat menabung yang tinggi dapat membentuk kebiasaan keuangan yang positif, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberhasilan bank syariah dalam mengedukasi dan menarik minat masyarakat juga dapat berperan dalam memperluas inklusi keuangan, memberikan kesempatan bagi lebih banyak individu untuk merasakan manfaat sistem perbankan yang adil dan transparan. Selain memberikan kontribusi bagi stabilitas ekonomi makro, meningkatnya minat menyimpan uang di bank Islam juga dapat membantu meningkatkan keuangan yang tersedia untuk investasi dalam program-program yang mendorong pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan sosial.

Pengetahuan dan motivasi secara umum diyakini sebagai dua aspek terpenting yang dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam menabung. Kedua aspek ini saling terkait dan berpotensi meningkatkan keputusan seseorang untuk menabung, khususnya di lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai yang dianutnya. Dengan mempertimbangkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan dan motivasi yang dimiliki individu merupakan faktor yang signifikan dalam memengaruhi minat menabung di bank syariah. Motivasi yang tinggi mendorong individu untuk bertindak dalam mengelola keuangannya, sedangkan tingkat pengetahuan yang baik memberikan dasar yang kuat bagi individu untuk memahami manfaat menabung di bank syariah. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan keuangan yang optimal, penting untuk meningkatkan pengetahuan dan motivasi melalui edukasi yang efektif, promosi yang menarik, dan dukungan dari lingkungan sosial serta institusi keuangan. Langkah-langkah ini dapat menciptakan kesadaran yang lebih luas mengenai pentingnya menabung sesuai dengan prinsip syariah. Seiring berjalannya waktu, hal ini diharapkan dapat memperkuat stabilitas keuangan individu dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian secara keseluruhan.

Menurut hasil kajian ini, yang didasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh, sangat penting untuk mengembangkan lingkungan yang mendorong dan memotivasi masyarakat agar minat menabung di bank Islam meningkat. Untuk mencapai tingkat minat menabung setinggi-tingginya, hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kesadaran dan motivasi masyarakat terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh bank Islam. Beberapa kelompok yang berbeda, seperti lembaga keuangan, orang tua, dan anggota masyarakat, dapat berpartisipasi dalam upaya ini. Jika lembaga keuangan mampu membangun lingkungan yang mendidik dan menarik, maka individu akan merasa lebih terdorong untuk menabung di bank Islam, yang akan mengarah pada peningkatan minat menabung. Baik individu itu sendiri (dikenal sebagai dorongan internal) maupun pengaruh lain (seperti keluarga, lingkungan sosial, dan lembaga keuangan) dapat menjadi sumber motivasi untuk menabung. Mengingat hal ini, sangat penting bagi lembaga keuangan, keluarga, dan masyarakat untuk membangun suasana yang mendorong pengembangan motivasi ini. Hal ini dapat dicapai dengan memberikan edukasi yang efisien, promosi yang menarik, dan penghargaan yang sesuai untuk keterlibatan masyarakat dalam menabung. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak yang terlibat dalam proses peningkatan literasi keuangan untuk terlebih dahulu memahami dan kemudian memfasilitasi dorongan untuk menabung. Individu akan mengembangkan tingkat keterlibatan, antusiasme, dan konsistensi yang lebih besar dalam mengelola keuangan mereka sendiri ketika keinginan untuk menabung terkontrol dengan baik. Hal ini, pada gilirannya, akan berdampak baik pada kesejahteraan ekonomi dan stabilitas keuangan masyarakat secara keseluruhan. Penting untuk terus memantau perkembangan minat menabung dengan melakukan evaluasi secara berkala, sehingga strategi yang diterapkan bisa terus disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat.

KESIMPULAN

Pemahaman masyarakat tentang sistem keuangan yang berbasis prinsip syariah semakin menjadi perhatian utama. Bank syariah kini dihadapkan pada tantangan untuk menarik lebih banyak nasabah dengan meningkatkan pemahaman dan motivasi untuk menabung sesuai dengan prinsip keuangan syariah. Minat menabung di bank Islam semakin penting dan relevan bagi masyarakat seiring dengan terus berkembangnya dunia keuangan Islam. Temuan penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya pengetahuan dan motivasi individu dalam menentukan tingkat minat menabung di bank Islam. Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh dari pemeriksaan kedua aspek utama tersebut, peningkatan pengetahuan dan motivasi masyarakat tidak hanya mendorong anggotanya untuk lebih aktif menabung, tetapi juga memotivasi mereka untuk melakukannya, tetapi juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan motivasi berperan signifikan dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung. Pengetahuan yang memadai memberikan arahan yang jelas bagi individu dalam merencanakan keuangan mereka, sementara motivasi yang kuat berfungsi sebagai pendorong untuk mencapai tujuan finansial. Selain itu, ditemukan bahwa faktor internal seperti disiplin diri, pemahaman tentang manfaat menabung, dan kepercayaan berkontribusi positif terhadap minat menabung. Faktor eksternal seperti dukungan keluarga, promosi bank, lingkungan sosial, dan reputasi institusi keuangan juga terbukti memainkan peran penting dalam membentuk minat menabung masyarakat. Upaya untuk meningkatkan literasi keuangan dan motivasi menabung perlu melibatkan kolaborasi antara pihak bank, pemerintah, dan masyarakat. Implementasi strategi yang efektif dalam hal edukasi, promosi, dan dukungan sosial akan mempercepat peningkatan partisipasi masyarakat dalam sistem perbankan syariah, yang pada gilirannya mendukung kestabilan ekonomi secara keseluruhan.

Salah satu langkah paling penting yang dapat diambil untuk mendorong inklusi keuangan dalam masyarakat adalah dengan mendorong lebih banyak orang untuk menyimpan uangnya di lembaga Islam. Penting bagi berbagai pihak untuk bekerja sama dalam menciptakan suasana yang mendukung dan memotivasi masyarakat untuk menabung. Dengan demikian, untuk mencapai optimalisasi minat menabung di bank syariah, perlu adanya kolaborasi antara bank, keluarga, dan komunitas dalam menciptakan lingkungan yang mendukung. Kesadaran akan pentingnya literasi keuangan dan pengelolaan keuangan yang baik harus ditanamkan secara berkelanjutan, agar masyarakat dapat mengambil keputusan finansial yang lebih baik dan bijaksana. Memiliki informasi dan termotivasi adalah dua faktor terpenting dalam memotivasi individu untuk berpartisipasi aktif dalam industri keuangan Islam, seperti yang dibuktikan oleh penelitian ini, yang menambah pengembangan strategi yang berhasil untuk menumbuhkan minat menabung di bank Islam. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa upaya kolaboratif antara berbagai pihak dapat mempercepat tercapainya tujuan ini. Perlu adanya evaluasi dan pengembangan berkelanjutan terhadap program literasi keuangan yang ada, dengan tujuan untuk memastikan masyarakat umum terus memperoleh informasi yang relevan dan bermanfaat guna meningkatkan minat menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (199). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2).79-211.
- Ambarwati, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi, dan Citra Perusahaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Andadari, R. K., Prasetijo, R. H., Franksiska, R., Sugiarto, A., Haryanto, J. O., & Widayanti, R. (2019). *Pengantar Bisnis - Mengelola Bisnis dengan Prespektif Indonesia*. Andi, Yogyakarta.
- Aswad, A., & Patimbangi, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 1-11.

- Azkiya, M. R., Sissah, S., & Ridho, M. T. (2024). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Tentang Akad terhadap Minat Asatidz Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pondok Pesantren Ummul Masakin Desa Kampung Pulau Kecamatan Muara Bulia). *Journal of Islamic Banking*, 4(2), 110-129.
- Busriadi, B., Setiani, P., & Isamuddin. (2021). Pengaruh Pemahaman dan Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Institut Agama Islam Yasni Bungo). *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 83-89.
- Cahyono, A. T., & Rahmawanti, D. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Religiusitas, dan Motivasi terhadap Minat Menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo. *Jurnal Eksis*, 18(1), 69-83.
- Chasanah, U., & Haikal, M. R. (2023). Literasi Sebagai Strategi Menarik Minat Menabung Emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 5(2), 28-43.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Motivasi Maslow terhadap Intensi Berwirausaha. *Prosiding. International Conference on Ethnicity and Globalization*, Univ. Trunojoyo Madura, 3 - 4 Oktober 2017, 100 - 112.
- Darmawan, D. (2019). Profesionalisme, Motivasi Berprestasi, Komitmen Organisasi, dan Pengaruhnya terhadap Intensi Berwirausaha. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi, dan Keuangan*, 3(3), 344-364.
- Darmawan, D. (2022). The Effect of Trust and Saving Experience on Loyalty Through Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study of Sharia Bank Customers in Surabaya City). *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(2), 11-20.
- Darmawan, D., Hariani, M., Irfan, M., & Putra, A. R. (2020). Minat Menggunakan Jasa Penyeberangan Kapal Feri Rute Ujung-Kamal di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(2), 242-250.
- Djazilan, M. S., & Darmawan, D. (2021). The Effect of Religiosity and Technology Support on Trust in Sharia Banking in Surabaya. *Journal of Science, Technology and Society (SICO)*, 2(2), 7-18.
- Engel. (2017). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara, Tangerang.
- Fardaniyah, M. (2023). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Fatimah, S., & Zariah, S. (2022). Pengaruh Motivasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal AL-Muqayyad*, 5(1), 1-10.
- Fujiyanti, S. D. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019). *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Gigih, Z., Habriyanto, & Prasaja, S. A. (2023). Pengaruh Motivasi dan Kebutuhan Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 115-132.
- Halizah, S. N., & Darmawan, D. (2023). Strategi Keuangan Unggul: Membedah Peran Ekonomi Keluarga dan Gaya Hidup dalam Menentukan Minat Menabung di Kecamatan Waru, Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 42-51.
- Hardyansah, R., & Jahroni, J. (2023). The Establishment of Customer Loyalty in View of Service Quality and Bank Reputation. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 2(1), 16-20.
- Hardyansah, R., Jahroni, J., Darmawan, D., Arifin, S., & Negara, D. S. (2023). Student Interest in Becoming Customers of Islamic Banks in Terms of Religiosity and Product Knowledge. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 4(1), 5-10.
- Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133-156.

- Huda, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Promosi dan Budaya terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Cakkeawo, Kec. Sulit, Kab. Luwu). *Skripsi*, Perbankan syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
- Iranati, R. B. O. (2017). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Iskandar, M., & Darmawan, D. (2003). *Strategi Pemasaran*. IntiPresindo Pustaka, Bandung.
- Jahroni, J., Hardyansah, R., Darmawan, D., Khayru, R. K., & Arifin, S. (2023). Strategi Efektif: Kepuasan Pelanggan dan Promosi untuk Memperkuat Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Lima Daun Ilmu*, 3(2), 25-34.
- Karina, A., Baskoro, T. K., & Darmawan, D. (2012). *Pengantar Psikologi*. Addar Press, Jakarta.
- Khoerudin, F. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Motivasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Kertomuly). *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kristiyadi, K., & Hartiyah, S. (2016). Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus pada BMT Tamzis Wonosobo). *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*, 4(2), 44-63.
- Lestari, U. P., & Darmawan, D. (2023). Upaya Mewujudkan Kepatuhan Wajib Pajak yang Lebih Baik: Peran Pengetahuan Perpajakan dan Lokus Kendali Internal. *Jurnal Simki Economic*, 6(1), 303-315.
- Lucas & Britt. (2003). *Adversiting Psychology and Research*. Mc Graw-Hill, New York.
- Mahfudz, N. (2021). The Effect of Knowledge and Promotion on Interest in Saving in Sharia Bank. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Perbankan Syariah*, 5(1), 48-61.
- Ma'is, A. (2022) Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah Bringin. *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Mardikaningsih, R. (2019). Hubungan Motivasi Berprestasi dan Lingkungan Sosial dengan Intensi Mahasiswa Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 7-13.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2023). Analysis of Financial Literacy and Risk Tolerance on Student Decisions to Invest. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 3(2), 7-12.
- Mardikaningsih, R., & Putra, A. R. (2021). Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari Konsep Diri. *Jurnal Pendidikan, Sosial, Budaya (IDEAS)*, 7(3), 173-178.
- Meliyana, & Albadri, A. A. M. (2014). Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Simpanan Mudharabah: Studi Kasus pada KSPS Perambabulan Al-Qomariyah Cirebon, Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 16(3), 323-335.
- Moorhead & Griffin. (2013). *Perilaku Organisasi: Manajemen Sumber Daya Manusia/Organisasi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Najih, F. A., Putri, R. F. W., Alifani, R. M. O., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., Hariani, M., & Negara, D. S. (2024). Sosialisasi Gemar Menabung Sejak Dini dan Pendampingan Pembuatan Celengan dari Botol Plastik Bekas Guna Meningkatkan Kreativitas Anak-Anak Desa Pasinan. *Jurnal Ngejha*, 4(1), 17-26.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4082-4091.

- Novianti, A. D., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 9(1), 116-122.
- Nurbaiti, Supaino, & Fadhilah, D. (2021). Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren di Bank Syariah. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 31-37.
- Nurmalasari, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo. *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Pratiwi, S. I., & Ismulyaty, S. (2023). Menguak Keterkaitan Pengetahuan Mahasiswa Perbankan Syariah dengan Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 2(1) 15-23.
- Rahmat, A. (2023). Pengaruh Tingkat Pengetahuan dan Iklan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Galung Tuluk Kabupaten Polewali Mandar). *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(2), 890-896.
- Ramadhani, N. I., Susyanti, J., & Abs, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus pada Mahasiswa Banyuwangi di Kota Malang). *Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(19), 79-87.
- Rico, S., & Hatane, S. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1-12.
- Saputri, E. E., Elita, S., & Kamilah, A. (2024). Analisis Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia Dengan Melaksanakan Spin Off Pada Unit Usaha Syariah. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 1(4), 01-10.
- Saputro, M. A. D. (2020). Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Motivasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Angkatan 2016). *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Schiffman, L. G. L., & Kanuk, L. (2004). *Perilaku Konsumen*. Gramedia, Jakarta.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media, Jakarta.
- Simbolon, N. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah). *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sinambela, E. A., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Total Quality Management dan Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Organisasi. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 1(4), 01-12.
- Sunardi, S., & Rahmayani, D. (2021). Analisis Persepsi, Motivasi, dan sikap Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Islamic Village Tangerang-Banten). *El-Ujrah: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 30-43.
- Sundari, A., Solihin, D., Ma'mun, S., & Setyowardani, V. (2023). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Desa Cimareme terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 3(2).75-82.
- Wasid, I., & Sunendar, D. (2011). *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Wijayati, E. Y. (2019). Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo. *Skripsi*, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo.