

Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank, Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Dirham Raharjo¹, Sriyono², Herlinda Maya Kumala Sari³

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

dirhamraharjo01@gmail.com, sriyono@umsida.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of knowledge about banks, level of sharia financial literacy, service quality and public trust on interest in saving at sharia banks. The sample used in this research consisted of 100 respondents. This type of research uses primary data obtained from web data books. Types of primary data with techniques using the purposive sampling method with the Slovin formula with data processing using SPSS Version 25 software. The data analysis techniques in this research are data quality tests, namely validity and reliability tests, while classical assumption tests include normality tests, heteroscedasticity tests, multicollinearity tests. Multiple linear regression analysis, and hypothesis testing, namely partial test (t test) and f test. The results of this research show that the influence of knowledge about banks (X1) on interest in saving (Y) is the variable knowledge about banks shows that the value of t calculated is 5.815 with a significance value of 0.043. The results show that t count > t table (5.815 > 1.661) and significance (0.000 < 0.05). So it can be concluded that the variable Knowledge about Banks has a positive and significant effect on Interest in Saving. Influence of Islamic Financial Literacy (X2) on Interest in Saving (Y) Variable Islamic Financial Literacy Sharia shows that the value of t calculated is 2.290 with a significance value of 0.010. The results show that t count > t table (2.290 > 1.661) and significance (0.024 < 0.05). So it can be concluded that the Sharia Financial Literacy variable has a positive and significant effect on Interest in Saving. Influence of service quality (X3) on interest in saving (Y) Service quality variab shows that the value of t calculated is 2.454 with a significance value of 0.016. The results show that t count > t table (2.454 > 1.661) and significance (0.016 < 0.05). So it can be concluded that the variable service quality has a positive and significant effect on interest in saving. Influence of Public Trust (X4) towards Interest in Saving (Y) The Public Trust variable shows that the value of t calculated is 2.008 with a significance value of 0.000. The results show that t count > t table (2.008 > 1.661) and significance (0.047 < 0.05). So it can be concluded that the Public Trust variable has a positive and significant effect on Interest in Saving. Based on the results of the F test, the F value is 29.501 and the significance value is 0.000 (< 0.05). So it can be concluded that simultaneously Knowledge about Banks, Sharia Financial Literacy Level, Financial Quality, and Public Trust have a significant effect on Interest in Saving.

Keyword: Pengetahuan Tentang Bank, Literasi Keuangan syariah, Kualitas pelayanan, Kepercayaan Masyarakat, Minat Menabung

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan tentang bank, tingkat literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100

orang responden. Jenis penelitian ini menggunakan data primer diperoleh dari web data books. Jenis data primer dengan teknik menggunakan metode *purposive sampling* dengan rumus slovin dengan pengolahan data menggunakan *Software* SPSS Versi 25. Teknik analisis data pada penelitian ini uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas. Analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis yaitu uji parsial (uji t) dan uji f. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank (X1) terhadap Minat Menabung (Y) Variabel Pengetahuan Tentang Bank memperlihatkan bahwa nilai dari t hitung sebesar 5,815 dengan nilai signifikansi sebesar 0,043. Hasilnya menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,815 > 1,661$) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Tentang Bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Pengaruh Literasi Keuangan syariah (X2) terhadap Minat Menabung (Y) Variabel Literasi Keuangan syariah memperlihatkan bahwa nilai dari t hitung sebesar 2,290 dengan nilai signifikansi sebesar 0,010. Hasilnya menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,290 > 1,661$) dan signifikansi ($0,024 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Pengaruh Kualitas pelayanan (X3) terhadap Minat Menabung (Y) Variabel Kualitas pelayanan memperlihatkan bahwa nilai dari t hitung sebesar 2,454 dengan nilai signifikansi sebesar 0,016. Hasilnya menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,454 > 1,661$) dan signifikansi ($0,016 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Pengaruh Kepercayaan Masyarakat (X4) terhadap Minat Menabung (Y) Variabel Kepercayaan Masyarakat memperlihatkan bahwa nilai dari t hitung sebesar 2,008 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasilnya menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,008 > 1,661$) dan signifikansi ($0,047 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Berdasarkan hasil uji F bahwa nilai F hitung sebesar 29,501 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Pengetahuan Tentang Bank, Tingkat Literasi Keuangan syariah, Kualitas Keuangan, dan Kepercayaan Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung.

Kata Kunci: Pengetahuan Tentang Bank, Literasi Keuangan syariah, Kualitas pelayanan, Kepercayaan Masyarakat, Minat Menabung

PENDAHULUAN

Minat menabung merupakan suatu keinginan yang dikembangkan sendiri, bukan suatu keinginan yang memaksa seseorang untuk mengumpulkan uang demi menabung [1]. Minat menabung merupakan menabung mencerminkan niat atau keinginan untuk menabung dalam keadaan dimana seseorang ingin menerima informasi mengenai suatu produk tertentu atau keinginan seseorang untuk tertarik dan membeli produk tersebut [2]. Minat menabung merupakan motivasi seseorang untuk mempunyai keinginan dalam menabung di Bank Syariah [3]. Jadi minat menabung adalah keinginan untuk menyimpan uang.

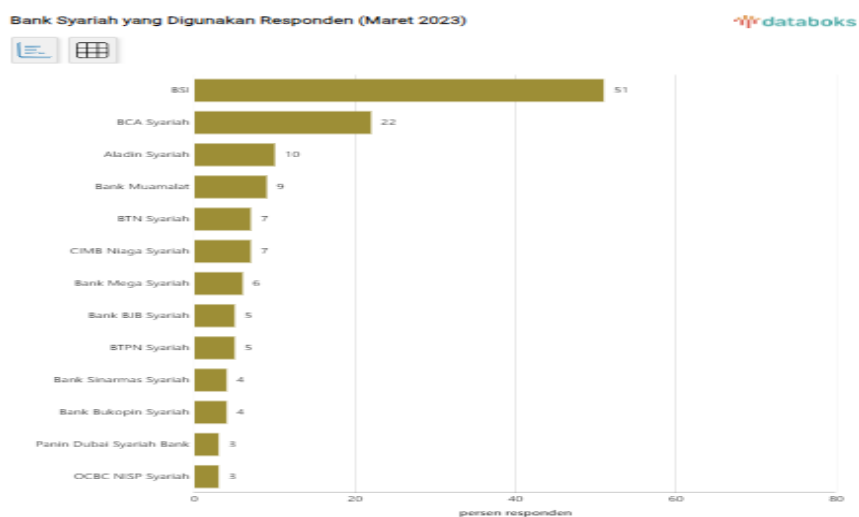
Fenomena yang terjadi minat menabung bank syariah pada masyarakat masih kurang. Masyarakat cenderung mengira bank syariah memberikan bunga tabungan yang sangat kecil dibandingkan dengan bank konvensional, bank syariah mempunyai

keunggulan meminjamkan uang dengan bunga yang relatif kecil dibandingkan bank konvensional. Perbankan syariah di Indonesia belum mampu menunjukkan eksistensinya banyak masyarakat yang kurang mempercayai perbankan syariah sehingga masyarakat kurang berminat menabung di bank.

Tabel 1. Data Bank

Bank Syariah	Akad Bank Syariah	Bank Konvensional	BUNGA Deposit
Bank BSI Syariah	2,3%	Bank BCA	3,25%
Bank MEGA Syariah	1,78%	CIMB NIAGA	2,50%
Bank BTN Syariah	2,35%	BANK JATIM	2,60%

Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman terhadap sistem operasional perbankan syariah. Keunggulan perbankan syariah adalah tidak dikenalnya konsep bunga tetapi akad, sehingga tidak ada riba dalam transaksi perbankan syariah, pembagian keuntungan lebih transparan dan alokasi dana operasional halal dan terjamin. Di bawah ini data responden yang tertarik menggunakan bank syariah.



Gambar 1. Pengguna Bank Syariah Tahun 2023

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Dari gambar di atas, Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah yang paling banyak diminati warga Indonesia. Sebanyak 51% responden memakai layanan perbankan syariah. BSI yang paling banyak digunakan sedangkan produk keuangan yang paling banyak digunakan adalah tabungan syariah. Bank syariah semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia karena menabung di bank syariah menawarkan banyak keuntungan. Salah satunya adalah menghindari risiko riba.

Theory of planned behavior menjadi acuan dalam penelitian ini yang menjelaskan minat merupakan preferensi, perhatian, minat, atau kesenangan pada sesuatu atau keinginan untuk sesuatu. Keunggulan mencapai mengadaptasikan

keterampilan yang ada pada bagian itu sendiri [4]. Teori ini menyatakan minat menabung merupakan keinginan minat seseorang kepada objek tertentu yang ditandai dengan perasaan senang dengan kata lain suatu upaya untuk mendekatkan dan mengetahui suatu objek yang diminati sendiri[5].

Salah satu faktor yang membuat masyarakat tertarik minat menabung di bank syariah merupakan pengetahuan tentang bank. Pengetahuan merupakan keyakinan seseorang untuk memperoleh informasi pribadi yang memungkinkan orang untuk menemani dan memungkinkan melakukan tindakan yang lebih efektif [6]. Sedangkan pengetahuan merupakan seorang konsumen terdiri dari kegunaan produk, kegunaan dan pembeliannya. Dengan pengetahuan, pelanggan menghindari produk dengan nilai utilitas rendah [7]. Pengetahuan diartikan sebagai pemahaman, di mana pengetahuan tersebut memungkinkan individu atau institusi untuk membuat keputusan yang lebih baik dan efektif [8]. Dalam penelitian [9] menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung. Sedangkan dalam penelitian [10] menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap minat menabung.

Salah satu faktor yang meningkatkan minat menabung merupakan literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah merupakan merujuk pada kekuatan untuk memahami dan mengelola konsep keuangan syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam Islam [11]. Literasi keuangan syariah merupakan mengacu pada pengetahuan tentang keuangan syariah, salah satu penyebab mengapa perbankan syariah masih kurang dipahami adalah kurangnya sosialisasi bank syariah dengan prinsip dan sistem keuangan syariah [12]. Literasi keuangan syariah adalah pemahaman atau pengetahuan terkait keuangan syariah, khususnya dalam konteks perbankan syariah [13]. Dalam penelitian [12] menemukan bahwa tingkat literasi keuangan syariah mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung. Sedangkan dalam penelitian [14] menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah mempunyai pengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap minat menabung.

Selain literasi keuangan syariah, faktor kualitas pelayanan juga mungkin berperan dalam meningkatnya minat menabung di bank syariah. Kualitas pelayanan merupakan suatu pelayanan yang diberikan suatu organisasi atau individu kepada pelanggannya yang tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki [15]. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan kualitas pelayanan diharapkan keunggulan dan keunggulan manajemen untuk memenuhi keinginan pelanggan [16]. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas tidak berwujud yang dihasilkan dari hubungan erat antara konsumen dan karyawan perusahaan [17]. Dalam penelitian [18] menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung. Sedangkan dalam penelitian [2] menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap minat menabung.

Penjelasan mengenai pengetahuan tentang bank, literasi keuangan, kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Kepercayaan merupakan ranah penerimaan psikologis yang didasarkan pada harapan akan perilaku baik dari orang lain. Demi menyelamatkan nasabah, bank syariah juga menjaga kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan uang [12]. Selain itu, Kepercayaan adalah memegang peranan yang sangat penting dalam komitmen dan janji. Sebuah komitmen atau janji hanya dapat ditepati jika hal tersebut masuk akal pada saat tertentu [19]. Sedangkan kepercayaan merupakan keyakinan seseorang bahwa menemukan apa yang diinginkannya. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk mengambil tindakan tertentu apa yang diharapkannya dengan harapan agar orang lain dapat percaya [20]. Dalam penelitian [12] menemukan kepercayaan masyarakat mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung. Sedangkan dalam penelitian [21] menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat mempunyai pengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap minat menabung.

Hasil penelitian di dapat menunjukkan hasil yang berbeda dan tidak konsisten. Oleh karena itu, variabel pengetahuan tentang bank, tingkat literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat perlu diteliti untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat menabung di bank syariah. Untuk itu penelitian ini memiliki tujuan adalah untuk mengetahui seberapa pengaruhnya variabel pengetahuan tentang bank, tingkat literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah. Sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank, Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur dan memahami hubungan antar variabel. Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini, yaitu Pengetahuan Tentang Bank (X1), Tingkat Literasi Keuangan Syariah (X2), Kualitas Pelayanan (X3), Dan Kepercayaan Masyarakat (X4) dengan Minat Menabung sebagai variabel (Y). Pada tahapan pengumpulan data primer penelitian, dilakukan secara *online* melalui kuesioner dengan menggunakan Google Form dan disebarakan melalui platform media sosial. Pengukuran variabel penelitian menggunakan skala Likert yang umum digunakan dalam mengukur sikap, pendapat, atau persepsi mengenai suatu peristiwa dan fenomena sosial, dengan berupa rentang pilihan jawaban. Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Wilayah Kota Sidoarjo di pilih menjadi lokasi penelitian, dengan warga masyarakat menggunakan Bank Syariah sebagai populasi penelitian ini. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *Purposive Sampling*.

Teknik pengambilan sampel berdasarkan penetapan kriteria sampel pada penelitian ini yaitu 1) Masyarakat di Sidoarjo yang berminat menabung di bank syariah, 2) Nasabah bank syariah yang berusia 17 – 35 tahun. Untuk menentukan jumlah populasi yang diketahui pada web data radar Sidoarjo menyatakan bahwa jumlah penduduk Sidoarjo pada awal 2023 tercatat ada 2,7 juta orang. Mereka tersebar di 18 kecamatan. Namun Kecamatan Taman memiliki jumlah penduduk paling banyak. Sebanyak 10 persen penduduk Sidoarjo tinggal di kecamatan tersebut, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus Slovin sebagai berikut.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n= jumlah sampel penelitian

N= jumlah populasi

e= kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan. Contoh biasanya yang dapat ditoleransi yaitu 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)} \\ &= \frac{2.700.000}{(1 + 2.700.000 \cdot 0,1^2)} \\ n &= \frac{2.700.000}{(1 + 2.700.000)} \\ n &= \frac{2.700.000}{2.700.001} \\ \text{IV. } N &= 99,9 = 100 \end{aligned}$$

Dari penyelesaian rumus tersebut mendapat hasil yaitu 99,9 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 Responden. Sumber data penelitian menggunakan data primer diperoleh dari web data books. Metode yang digunakan dalam penelitian berdasarkan penelitian terdahulu, yang dimana penelitian [35] menggunakan metode *purposive sampling* dengan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* dengan menggunakan Google Form, jumlah v yang disebar yaitu 100 kuesioner merupakan suatu Teknik pengumpulan data yang dimana responden memberi jawaban terkait kuesioner tersebut. Kuesioner dilakukan guna untuk memperoleh data yang digunakan sebagai bukti hubungan antar variabel. Teknik analisis data pada penelitian ini uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas. Analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis yaitu uji parsial (uji t) dan uji f. Analisis data didapati dengan menggunakan aplikasi data SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Uji Validitas

T	indikator	R Hitung	R Tabel	keterangan
Pengetahuan Tentang Bank (X1)	X1.1	0,729	0,200	Valid
	X1.2	0,745	0,200	Valid
Tingkat Literasi Keuangan syariah (X2)	X2.1	0,685	0,200	Valid
	X2.2	0,655	0,200	Valid
	X2.3	0,520	0,200	Valid
	X2.4	0,559	0,200	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,734	0,200	Valid
	X3.2	0,734	0,200	Valid
	X3.3	0,851	0,200	Valid
	X3.4	0,806	0,200	Valid
	X3.5	0,826	0,200	Valid
	X3.6	0,697	0,200	Valid
	X3.7	0,527	0,200	Valid
Kepercayaan Masyarakat (X4)	X4.1	0,673	0,200	Valid
	X4.2	0,725	0,200	Valid
	X4.3	0,622	0,200	Valid
Minat Menabung (Y)	Y1	0,667	0,200	Valid
	Y2	0,720	0,200	Valid
	Y3	0,760	0,200	Valid
	Y4	0,729	0,200	Valid

Sumber: Hasil Uji Validitas dengan SPSS versi 25

Hasil uji validitas pada tabel 2 di atas memperlihatkan bahwa nilai r hitung seluruh instrumen lebih besar daripada nilai r-tabel yaitu 0,200. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa instrumen variabel Pengetahuan Tentang Bank, Tingkat Literasi Keuangan syariah, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Masyarakat dan Minat Menabung dinyatakan valid.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

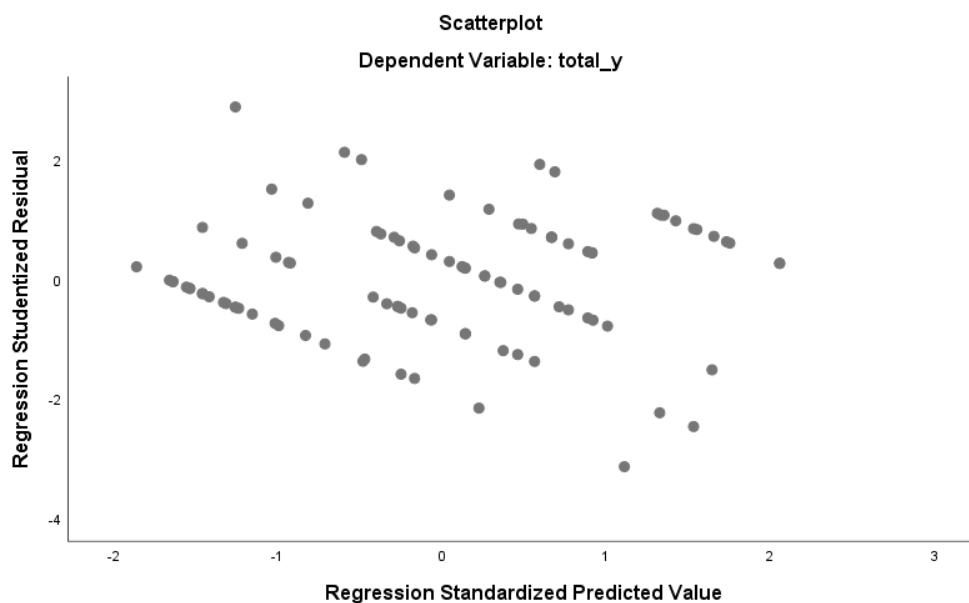
Variabel	Cronbach'sAlpha	R kritis	Keterangan
Pengetahuan Tentang Bank (X1)	0,780	0,50	Reliabel

Tingkat Literasi Keuangan syariah(X2)	0,724	0,50	Reliabel
Kualitas pelayanan (X3)	0,783	0,50	Reliabel
Kepercayaan Masyarakat (X4)	0,756	0,50	Reliabel
Minat Menabung (Y)	787	0,50	Reliabel

Sumber: Hasil Uji Reliabilitas dengan SPSS versi 25

Dari hasil tabel 2 di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel Pengetahuan Tentang Bank (0.780, Tingkat Literasi Keuangan syariah (0.724), Kualitas pelayanan (0.783), Kepercayaan Masyarakat (0,756), dan Minat Menabung (787). didapati bahwa hasil keseluruhan variabel lebih besar dari 0.60.dari hasil di atas bisa dikatakan jika semua variabel dipastikan reliabel

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Uji Heterokedastistas dengan SPSS versi 25

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan dalam variabilitas nilai residu antara observasi satu dengan observasi yang lain pada model regresi. Hasil uji Heterokedastistas memperlihatkan titik menyebar secara merata pada sumbu vertikal. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi Heterokedastistas.

**Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	0,24	1,881		
total_x1	,872	150	,471	
total_x2	,202	088	168	
total_x3	,104	0,42	,195	
total_x4	,223	,111	,156	

a. Dependent Variable: total_y

Hasil pada tabel di atas adalah sebagai berikut

$$Y=0,024+ 0,872 X1 + 0,202X2+0,104X3 + 0,223X4 + e$$

- 1) Dari persamaan tersebut, nilai konstanta adalah 0,024 Hal ini menunjukkan bahwa, jika nilai variabel X, sama dengan nol, maka variabel Y sebesar 0,024
- 2) Nilai koefisien regresi dari variabel Pengetahuan Tentang Bank (X1) yang menunjukkan Pengetahuan Tentang Bank berpengaruh positif terhadap Minat Menabung yang berarti setiap peningkatan nilai satu pada Pengetahuan Tentang Bank akan meningkatkan variabel Minat Menabung sebesar 0,872.
- 3) Nilai koefisien regresi dari variabel Tingkat Literasi Keuangan syariah sebesar (X2) yang menunjukkan Tingkat Literasi Keuangan syariah berpengaruh positif terhadap Minat Menabung yang berarti setiap peningkatan nilai satu pada Sikap Keuangan maka akan meningkatkan variabel Minat Menabung sebesar 0,202.
- 4) Nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Keuangan sebesar (X3) yang menunjukkan Kualitas Keuangan berpengaruh positif terhadap Minat Menabung yang berarti setiap peningkatan nilai satu pada Tingkat Pendidikan maka akan meningkatkan variabel Minat Menabung sebesar 0,104.
- 5) Nilai koefisien regresi dari variabel Kepercayaan Masyarakat sebesar (X4) menunjukkan Kepercayaan Masyarakat berpengaruh positif terhadap Minat Menabung yang berarti setiap peningkatan nilai satu pada Kepercayaan Masyarakat akan meningkatkan variabel Minat Menabung sebesar 0,223.

**Tabel 6. Uji T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	,024	1,881			,013	,990
total_x1	,872	150	,471		5,815	,000
total_x2	,202	088	,168		2,290	,024
total_x3	,104	0,42	,195		2,454	,016
total_x4	,223	,111	,156		2,008	,047

a. Dependent Variable: total_y

Sumber: Hasil Uji Parsial SPSS versi 25

Berdasarkan tabel di atas pada uji T maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank (X1) terhadap Minat Menabung (Y) Variabel Pengetahuan Tentang Bank memperlihatkan bahwa nilai dari t hitung sebesar 5,815 dengan nilai signifikansi sebesar 0,043. Hasilnya menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (5815 > 1,661) dan signifikansi (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Tentang Bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung.
- 2) Pengaruh Literasi Keuangan syariah (X2) terhadap Minat Menabung (Y) Variabel Literasi Keuangan syariah memperlihatkan bahwa nilai dari t hitung sebesar 2,290 dengan nilai signifikansi sebesar 0,010. Hasilnya menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (2,290 > 1,661) dan signifikansi (0,024 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung.
- 3) Pengaruh Kualitas pelayanan (X3) terhadap Minat Menabung (Y) Variabel Kualitas pelayanan memperlihatkan bahwa nilai dari t hitung sebesar 2,454 dengan nilai signifikansi sebesar 0,016. Hasilnya menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (2,454 > 1,661) dan signifikansi (0,016 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung.
- 4) Pengaruh Kepercayaan Masyarakat (X4) terhadap Minat Menabung (Y) Variabel Kepercayaan Masyarakat memperlihatkan bahwa nilai dari t hitung sebesar 2,008 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasilnya menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (2,008 > 1,661) dan signifikansi (0,047 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung.

Uji F

**Tabel 7. Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	f	sig
Regression	100,490	4	25,122	29,501	,000 ^b
Residual	80,900	95	,852		
Total	181,390	99			

a. Dependent Variable: total_y

b. Predictors: (Constant), total_x4, total_x2, total_x3, total_x1

Sumber: Hasil Uji Parsial SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji F bahwa nilai F hitung sebesar 29,501 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Pengetahuan Tentang Bank, Tingkat Literasi Keuangan syariah, Kualitas Keuangan, dan Kepercayaan Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung.

1. Hipotesis pertama (H1): Pengetahuan Tentang Bank (X1) berpengaruh terhadap Minat Menabung (Y)

Hasil pada tabel 5 menunjukkan bahwa pengetahuan tentang bank berpengaruh terhadap minat menabung secara signifikan dalam menabung di bank. Semakin banyak Pengetahuan tentang bank akan mempengaruhi daya minat masyarakat untuk memilih bank yang lebih baik digunakan sebagai kesehariannya keputusan pembelian mengetahui tentang bank syariah maka semakin banyak yang menggunakan bank syariah

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian [36] pengetahuan tentang bank memberikan pengaruh terhadap minat menabung. hal ini menerangkan bahwa Tingkat pengetahuan memberikan pengaruh terhadap minat menabung.

2. Hipotesis Kedua (H2): Tingkat Literasi Keuangan syariah (X2) berpengaruh terhadap Minat Menabung (Y)

Hasil pada tabel 5 menunjukkan bahwa Literasi Keuangan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat menabung. literasi keuangan yang baik dapat mengelola keuangan dengan lebih bijak dalam mengatur keuangan dirinya. Manfaat dari pengetahuan yang diketahui berupa informasi, maka seseorang akan lebih selektif dalam memutuskan sesuatu. Begitu juga dalam hal memutuskan untuk menabung di suatu perbankan.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian [37] yang mengatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan seseorang akan menentukan

bagaimana seseorang tersebut dalam mengelola keuangan sehari-harinya. Dengan pemahaman yang baik tentang bank akan membuat seseorang lebih efisien dalam Minat menabung.

3. Hipotesis Ketiga (H3): Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh terhadap Minat Menabung (Y)

Hasil Analisis pada tabel 5 penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung. Konsumen ingin mendapat kan pelayanan yang mudah kan konsumen seperti memiliki cabang di setiap kota. Harapan konsumen yang di inginkan adalah kualitas pelayanan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian [38] . kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menabung.

4. Hipotesis Keempat (H4): Kepercayaan Masyarakat (X4) berpengaruh terhadap Minat Menabung (Y)

Hasil analisis pada tabel 5 penelitian ini adalah Tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung. suatu layanan memiliki integritas yang tinggi maka semakin banyak yang menggunakan layanan tersebut. Harapannya masyarakat ingin bank syariah memiliki integritas yang tinggi membuat kepercayaan masyarakat dapat meningkat sehingga masyarakat memiliki keinginan untuk menabung di bank syariah.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian [39] Kepercayaan ada jika para pelanggan percaya bahwa penyedia layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, maka semakin tinggi minat untuk menabung di Bank Syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat diketahui seberapa besar pengaruh Pengetahuan Tentang Bank, Tingkat Literasi Keuangan syariah, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung Di Bank syariah. Pengetahuan Tentang Bank memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Di Bank syariah. Tingkat Literasi Keuangan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Di Bank syariah. Kualitas Pelayanan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Di Bank syariah. Kemudian variabel Kepercayaan Masyarakat juga

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menabung di Bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak tingkat literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan produk keuangan syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Afriyanti, I., & Arwani, A. (2022). Determinan kepercayaan, lingkungan sosial, pendapatan dan efikasi keuangan terhadap minat menabung di lembaga keuangan syariah. *JIEF: Jurnal Islamic Economics and Finance*, 2(2), 36–50. <https://doi.org/10.28918/jief.v2i2.6246>
- Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250–1257. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.451>
- Andriani, D., Choirunnisak, C., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup generasi milenial terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Palembang (studi kasus UIGM dan STEBIS IGM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 3(2), 387–400. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.239>
- Aswad, A., & Patimbangi, A. (2022). Pengaruh pengetahuan, produk dan promosi terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.30863/akunsyah.v1i1.2987>
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada bank syariah cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Budianto, J. (2023). Pengaruh pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan, dan religiusitas. *Zenodo*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10117278>
- Cahyani, A. F., Saryadi, & Nurseto, S. (2013). Pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung. *Diponegoro Journal of Social and Political Sciences*, 1–9.
- Candera, M., Afrilliana, N., & Ahdan, R. (2020). Peran literasi keuangan syariah dalam memoderasi pengaruh demografi terhadap minat menabung pada perbankan syariah. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2069>

- Chaniago, H. (2021). Analisis kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga pada loyalitas konsumen Nano Store. *IJABO: International Journal of Applied Business and Operations*, Desember.
- Damayanthi, D., Norman, E., & Ramadhanti, D. K. (2023). Analisis tingkat pengetahuan, lokasi dan literasi keuangan syariah terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia Cabang Kabupaten Belitung. *Reslaj: Religious, Education, and Social Laa Roiba Journal*, 6(2), 953–965. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i2.5406>
- Faizah, N., & Sa'diyah, M. (2022). Pengaruh literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah. *Business and Economic Conference on Utilizing Modern Technology*, 253–266.
- Haryono, R. (2022). Pengaruh pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan terhadap minat menabung di bank syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133–156. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.95>
- Iryani, R. M., & Kristanto, R. S. (2022). Pengaruh pengetahuan tentang bank syariah, religiusitas, lingkungan sosial, dan uang saku terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah (studi kasus pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 191–202. <https://doi.org/10.35829/magisma.v10i2.228>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pengguna internet banking terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo). *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Istiaji, J., Leksono, M. E. G., & Widyaningsih, M. (2022). Aplikasi theory of planned behavior terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia. *Rizquna: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 1(2), 39–52.
- Junanda, F., & Budiantobrian, E. W. H. (2023). Pengaruh pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan, dan religiusitas. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10117278>
- Khairunnisa, A., & Mustikawati, I. (2020). Pengaruh promosi, pemahaman bagi hasil, kepercayaan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. *Jurnal Profita*, 8(6), 248–253.
- Khairunnisa, I. A., & Cahyono, H. (2020). Hubungan pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(3), 1–14. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p1-14>

- Khoiri, A. H., & Adityawarman. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 15–27.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 1–14.
- Maulida, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan lingkup pertemanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember).
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh pengetahuan tentang bank syariah dan literasi keuangan terhadap minat menabung siswa pada bank syariah di kelas XI IPS MAN 2 Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 8(1), 53–66. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p53-66>
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di Kota Jambi. *Jurnal Business and Banking*, 11(1), 93–111. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2599>
- 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. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p116-122>
- Nur Komala Wulan Sari, A. S., & Putra, P. (2022). Analisis theory of planned behavior untuk mengetahui minat nasabah melakukan gadai emas di bank syariah. *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 161–174. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v1i2.5724>
- Nurbaiti, Supaino, & Fadhilah, D. (2020). Pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat pesantren di bank syariah. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(2), 31–37.
- Nurhasana, M. (2021). Analisis tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Sangkanayu Mrebet Kabupaten Purbalingga. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi*.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>

- Perdana, R. W., & Fahrullah, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Bukopin KCP Gresik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(3), 188–187. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p188-187>
- Prasetyo, E. D., & Siwi, M. K. (2022). Pengaruh pengetahuan perbankan syariah dan lingkungan keluarga terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 91. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i1.12765>
- Revonnarta, E., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh religiusitas dan citra bank syariah terhadap minat menabung melalui bank syariah di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 37–49. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p37-49>
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Ulya, Z. (2021). Pengaruh kepercayaan dan promosi terhadap minat UMKM mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(3), 352–366. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i3.2898>
- Untoro, D. F. (2020). Pengaruh faktor promosi, kepercayaan, pendapatan dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.
- Wati, M. F. (2021). Pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah: Studi kasus masyarakat Dsn. Wates Kedensari Kec. Tanggulangin Kab. Sidoarjo. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Yuliani, E., Pradiani, T., & Alamsyah, A. R. (2022). Pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah melalui pemediasi minat dan kesadaran. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.904>