

## Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Budaya Terhadap Minat Menabung pada Perbankan Syariah

Hilya Nur Syahidah<sup>1)</sup>\*, Banu Witono<sup>2)</sup>

Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>1,2</sup>

b200210290@student.ums.ac.id<sup>1)</sup>\*, bw257@ums.ac.id<sup>2)</sup>

### ABSTRACT

*This study aims to examine the influence of religiosity, knowledge, and culture on saving interest in Islamic banking among students in Surakarta in 2024. The research uses a quantitative approach with a causal model, utilizing both primary and secondary data. The sample was selected using convenience sampling, and data were collected through questionnaires using a Likert scale. The findings indicate that religiosity and knowledge significantly influence saving interest, while culture has no significant effect. This study also faces limitations in normality testing, which can be addressed using the Monte Carlo method. This research contributes to understanding the factors affecting saving interest in Islamic banking.*

**Keywords:** Religiosity, Knowledge, Culture, Saving Interest, Islamic Banking.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan budaya terhadap minat menabung pada perbankan syariah di kalangan mahasiswa Surakarta pada tahun 2024. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan model kausal, menggunakan data primer dan sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik convenience sampling dan pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung, sementara budaya tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini juga menghadapi keterbatasan dalam uji normalitas, yang dapat diatasi dengan metode Monte Carlo. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung pada perbankan syariah.

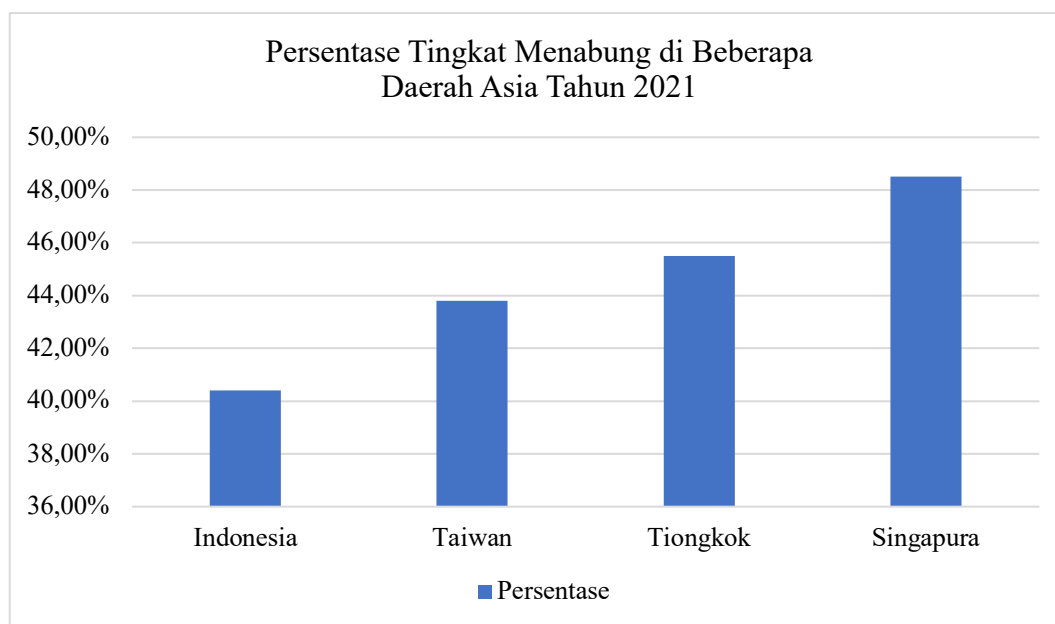
**Kata kunci:** Religiusitas, Pengetahuan, Budaya, Minat Menabung, Perbankan Syariah.

### PENDAHULUAN

Minat menabung menggambarkan kecenderungan nasabah dalam memilih produk atau tindakan yang berkaitan dengan keputusan untuk menyimpan uang. Menurut Assael dalam (Putri et al., 2019), hal ini berkaitan dengan potensi individu untuk memilih melakukan tabungan. Sementara itu, Kasri & Kassim dalam Prasetyo & Siwi, (2022) menyatakan bahwa menabung bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi di masa depan, tetapi juga sebagai bentuk investasi. Minat untuk menabung dipengaruhi oleh dua faktor utama: internal dan eksternal. Faktor internal mencakup pengetahuan, motivasi, persepsi, dan faktor emosional yang berasal dari

individu, sedangkan faktor eksternal melibatkan pengaruh sosial dan lingkungan sekitar (Dalyono, dalam Prasetyo & Siwi, 2022).

Menurut Kotler dan Keller (dalam Abdul Malik & Ahmad Syahrizal, 2021), beberapa faktor yang membentuk minat seseorang untuk menabung antara lain pengetahuan, promosi, persepsi, gaya hidup, pekerjaan, dan situasi ekonomi. Masalah yang dihadapi saat ini adalah tingkat minat menabung masyarakat Indonesia yang masih rendah dibandingkan negara-negara Asia lainnya, sebagaimana tercatat dalam data statistik dari situs Ceic.data.com mengenai tingkat menabung di tahun 2021.



**Gambar 1. Persentase Tingkat Menabung di Negara Asia Tahun 2021**

Sumber : <https://www.ceicdata.com/en>

Gambar 1. menunjukkan bahwa negara seperti Singapura (48,5%), Tiongkok (45,5%), dan Taiwan (43,8%) memiliki persentase yang jauh lebih tinggi dibandingkan Indonesia yang hanya mencapai 40,4%. Hal ini mencerminkan perbedaan besar dalam budaya menabung di berbagai negara Asia.

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, Indonesia diharapkan untuk menjalankan prinsip ekonomi syariah dalam transaksi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan bahwa bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip hukum Islam, sesuai dengan fatwa Majelis Ulama Indonesia, yang menekankan pada prinsip keadilan dan keseimbangan, serta menghindari unsur riba (Khusna & Pratama, 2021). Sementara itu, bank konvensional lebih menggunakan sistem bunga yang diharamkan dalam agama Islam. Meski bank syariah bebas riba, masyarakat Indonesia masih lebih memilih bank konvensional untuk menabung, hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman atau ketidakpercayaan terhadap kesesuaian praktik syariah dalam operasional bank syariah.

Data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) dan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) menunjukkan bahwa meskipun jumlah bank konvensional

di Indonesia lebih banyak, dengan penurunan pada beberapa tahun terakhir, bank syariah tetap mengalami pertumbuhan yang stabil. Pada tahun 2021-2023, jumlah nasabah bank konvensional jauh lebih banyak dibandingkan bank syariah, meski banyak yang menjadi nasabah di kedua jenis bank secara bersamaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah, seperti religiusitas, pengetahuan, dan budaya. Beberapa studi menunjukkan bahwa pengetahuan dan budaya memengaruhi minat menabung, namun religiusitas tidak selalu menjadi faktor penentu, tergantung pada konteks dan lokasi penelitian, seperti yang ditemukan oleh Suprihati et al. (2021) dan Maisur et al. (2015).

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Teori Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan adalah suatu rangkaian langkah yang dilakukan individu untuk mengatasi masalah, yang dimulai dari pengenalan masalah, pengumpulan informasi, penilaian berbagai alternatif, keputusan yang diambil, hingga perilaku setelah keputusan tersebut diambil (Hasibuan & Wahyuni, 2020). Proses ini melibatkan identifikasi masalah atau peluang dan pencarian solusi yang tepat berdasarkan informasi yang tersedia saat itu, dengan harapan tercapainya hasil yang diinginkan. Keputusan untuk menabung muncul dari pertimbangan pribadi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa ada lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan konsumen: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, dan perilaku setelah pembelian. Tahap pertama terjadi ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan atau masalah yang harus diselesaikan. Selanjutnya, mereka mencari informasi lebih lanjut tentang cara menyelesaikan masalah tersebut dengan memanfaatkan berbagai sumber seperti keluarga, teman, iklan, atau pengalaman pribadi. Setelah memperoleh informasi yang cukup, konsumen akan mengevaluasi alternatif yang ada berdasarkan berbagai faktor seperti atribut produk, pentingnya fitur, keyakinan terhadap merek, dan kepuasan yang dirasakan. Pada tahap pengambilan keputusan, konsumen memilih produk yang akan dibeli dan mempersiapkan transaksi. Faktor lain yang juga memengaruhi keputusan pembelian adalah sikap orang terdekat dan kondisi yang tidak terduga. Setelah melakukan pembelian, konsumen akan mengevaluasi apakah keputusan tersebut memuaskan atau tidak, yang kemudian memengaruhi perilaku pembelian di masa depan.

### **Minat Menabung**

Minat merujuk pada dorongan dalam diri individu untuk mencapai tujuan tertentu tanpa adanya tekanan dari luar (Hasibuan & Wahyuni, 2020). Kotler (dalam Suprihati et al., 2021) mengartikan minat menabung sebagai ketertarikan seseorang terhadap produk tertentu, seperti produk tabungan, yang mendorong mereka untuk memilih produk tersebut. Minat ini muncul seiring dengan keinginan seseorang untuk memilih produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Menurut Howard

dan Sheth (dalam Putri et al., 2019), minat menabung menggambarkan komitmen mental seseorang terhadap pemilihan produk tabungan. Selain itu, Crow dan Crow (dalam Suprihati et al., 2021) mengungkapkan bahwa minat adalah dorongan yang membuat seseorang tertarik pada objek atau aktivitas tertentu. Schiffman & Kanuk (dalam Putri et al., 2019) menjelaskan beberapa indikator minat menabung, antara lain ketertarikan individu untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk tabungan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, mempertimbangkan secara serius untuk membuka rekening tabungan, mengevaluasi apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan, mencoba produk tabungan, dan akhirnya membuka rekening karena merasa yakin produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan finansial mereka.

### **Religiusitas**

Religiusitas adalah sikap hidup yang dipengaruhi oleh nilai-nilai agama yang diyakini oleh seseorang (Pakkwaru dalam Mardiana et al., 2021). Jalaluddin (dalam Triuspitorini, 2019) menyatakan bahwa religiusitas mencerminkan kondisi internal yang mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap ajaran agama. Muhlis (dalam Triuspitorini, 2019) menambahkan bahwa religiusitas mencakup pola pikir, sikap, perilaku, dan tindakan yang didasarkan pada ajaran agama yang dianut. Suprihati et al. (2021) menambahkan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan, khususnya koperasi syariah, adalah religiusitas, yang dipengaruhi oleh perbedaan keyakinan antar individu. Huber & Huber (dalam Sunanda, 2020) menyebutkan bahwa religiusitas dapat diukur melalui indikator seperti pengetahuan agama, keyakinan atau ideologi, praktik agama dalam kehidupan pribadi dan publik, serta pengalaman religius yang dialami. Glock dan Stark (dalam Putri et al., 2019) mengidentifikasi lima dimensi religiusitas, yaitu keyakinan, praktik agama, pengetahuan agama, pengamalan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, dan pengalaman spiritual yang dirasakan oleh individu.

### **Pengetahuan**

Pengetahuan merupakan hasil pengalaman yang terekam dalam kesadaran seseorang dan menjadi salah satu faktor penentu dalam keputusan untuk menabung (Mujaddid & Nugroho, 2019). Sakti (dalam Suprihati et al., 2021) menjelaskan bahwa pengetahuan merujuk pada informasi yang diketahui seseorang mengenai suatu objek, yang dapat meningkatkan perkembangan mentalnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Darmawan (dalam Suprihati et al., 2021) mengemukakan bahwa pengetahuan diperoleh melalui proses pemahaman dan kesadaran individu terhadap objek yang dikenalnya. Sumarwan (dalam Habibah & Hasanah, 2021) mengungkapkan bahwa pengetahuan calon nasabah dapat diukur dengan beberapa indikator, seperti pemahaman dasar tentang bank syariah, perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, pengetahuan tentang produk dan layanan bank syariah, pemahaman mengenai akad yang diterapkan di bank syariah, serta pemahaman tentang prosedur dan persyaratan membuka rekening. Notoatmojo

(dalam Rudi Haryono, 2022) menjelaskan bahwa indikator pengetahuan mencakup: mengingat materi yang telah dipelajari, menjelaskan materi dengan benar, menggunakan pengetahuan dalam situasi nyata, menganalisis materi menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, menggabungkan bagian-bagian untuk membentuk suatu kesatuan, serta mengevaluasi atau menilai informasi yang ada.

### **Budaya**

Budaya mengacu pada pola hidup yang berkembang dalam suatu kelompok dan diteruskan antar generasi, mencakup berbagai unsur seperti agama, politik, adat istiadat, dan bahasa (Supiani et al., 2021). Koentjaningrat (dalam Suprihati et al., 2021) mendefinisikan budaya sebagai gabungan ide, tindakan, dan karya yang dipelajari oleh masyarakat dan menjadi dasar kehidupan mereka. Kotler (dalam Suprihati et al., 2021) menekankan bahwa budaya memiliki peran besar dalam membentuk pandangan individu terhadap dunia, dengan faktor-faktor seperti budaya, subkultur, dan kelas sosial memengaruhi keputusan konsumsi. Keren & Sulistiono (dalam Sari & Astutiningsih, 2022) menjelaskan bahwa faktor budaya yang memengaruhi perilaku konsumen meliputi nilai-nilai kepercayaan, pandangan terhadap produk tertentu, serta kebiasaan dalam memilih produk. Kotler (dalam Gicella Fanny Andriani, 2019) menyebutkan bahwa budaya mempengaruhi perilaku individu dengan membentuk keinginan dan tindakan mereka. Supiani et al. (2021) juga mengungkapkan bahwa pengaruh budaya dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti pengaruh yang tidak disadari, budaya yang memenuhi kebutuhan masyarakat, budaya yang diajarkan sejak kecil, serta pengaruh tradisi yang diwariskan sepanjang hidup. Hipotesis penelitiannya sebagai berikut :

### **Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung**

Religiusitas dapat diartikan sebagai tingkat kedekatan dan pengabdian individu terhadap ajaran agama yang dianut. Menurut Muhammad (dalam Suprihati et al., 2021), faktor religiusitas memiliki kaitan yang erat dengan ketertarikan seseorang untuk menabung, terutama di lembaga keuangan berbasis syariah, karena setiap individu memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda. Suprihati et al (2021) dalam penelitian berjudul "Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah" menyimpulkan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi minat menabung di Koperasi Syariah Bina Insan Mandiri, sehingga tidak menjadi faktor penentu dalam keputusan nasabah untuk menabung. Penemuan ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahma Bellani Oktavindria Iranati (2017) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah. Sementara itu, penelitian Putri et al. (2019) dengan judul "Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas" menunjukkan hubungan yang signifikan antara religiusitas dan ketertarikan menabung pada Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung. Selain itu, Maisur et al. (2015) dalam "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh" menemukan bahwa

religiusitas mempengaruhi keputusan menabung nasabah di bank syariah di Banda Aceh. Penelitian lain oleh Mardiana et al. (2021), berjudul "Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Kota Pekanbaru", juga mengungkapkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung guru Pondok Modern Al-Kautsar Pekanbaru di bank syariah. Berdasarkan paparan tersebut, peneliti mengajukan hipotesis berikut:

**H1:** Religiusitas mempengaruhi minat tabungan.

### **Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung**

Pengetahuan mencerminkan pemahaman yang dimiliki oleh individu berdasarkan pengalaman dan informasi yang telah diperoleh. Pengetahuan merupakan faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk menabung (Mujaddid & Nugroho, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Dayyan et al. (2017) berjudul "Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah" menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara pengetahuan dan promosi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Ayu Retno Sari (2015) yang berjudul "Faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah". Namun, Abdul Malik & Ahmad Syahrizal (2021) dalam penelitiannya "Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut" menemukan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Penelitian lain oleh Hasibuan & Wahyuni (2020) berjudul "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah" menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan produk tabungan perbankan syariah. Sementara itu, penelitian Prasetyo & Siwi (2022) berjudul "Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah" menyatakan bahwa pengetahuan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang untuk menabung di bank syariah. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti mengajukan hipotesis berikut:

**H2:** Pengetahuan mempengaruhi minat menabung.

### **Pengaruh Budaya Terhadap Minat Menabung**

Budaya merujuk pada pola hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh suatu kelompok, yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Unsur-unsur budaya meliputi sistem agama, politik, adat istiadat, bahasa, dan sebagainya. Menurut Suprihati et al. (2021), dalam penelitian "Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah", ditemukan bahwa budaya memengaruhi minat menabung di Koperasi Syariah Bina Insan Mandiri. Sebaliknya, Supiani et al. (2021) dalam penelitiannya "Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah" menunjukkan bahwa budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Simpang Empat. Hal ini bertentangan dengan hasil

penelitian Roni Andespa (2017) yang menyatakan bahwa budaya berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah. Penelitian lain oleh Nurudin & Johan Arifin (2021) berjudul "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi" menunjukkan bahwa budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian Gicella Fanny Andriani (2019) juga menunjukkan bahwa budaya berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Padang. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti mengajukan hipotesis berikut:

**H3:** Budaya mempengaruhi minat menabung

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain model kausal untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pendekatan kuantitatif memanfaatkan data numerik yang diperoleh melalui survei kuesioner sebagai sumber data primer, sementara data sekunder didapatkan dari literatur, artikel, dan sumber daring. Populasi penelitian melibatkan mahasiswa/i di Kota Surakarta, dan sampel diambil menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode convenience sampling, yaitu pemilihan responden yang mudah dijangkau atau bersedia memberikan informasi (Sekaran dalam Septiani, 2021). Kuesioner yang digunakan berbentuk tertutup dengan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi variabel dependen, yaitu minat menabung, yang diukur berdasarkan indikator seperti pencarian informasi produk, pertimbangan pembelian, keinginan mencoba, memahami produk, hingga keinginan memiliki produk (Schiffman & Kanuk dalam Putri et al., 2019). Variabel independen mencakup religiusitas yang terdiri atas dimensi idiologis, ritual, intelektual, konsekuensi, dan pengalaman (Glock & Stark dalam Putri et al., 2019), pengetahuan dengan indikator memahami, mengaplikasikan, hingga mengevaluasi (Notoatmojo dalam Haryono, 2022), serta budaya yang dipengaruhi oleh tradisi dan pembelajaran lintas generasi (Supiani et al., 2021).

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, serta pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Seluruh analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Model regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Uji F dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh simultan, sedangkan uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 5% (Ghozali dalam Rini & Anasrulloh, 2022).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Populasi dan Sampel Penelitian**

Penelitian ini melibatkan populasi mahasiswa yang tengah menempuh studi di Kota Surakarta, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling, yaitu memilih responden yang tersedia dan bersedia memberikan informasi. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup via Google Forms, dengan skala Likert sebagai alat ukur untuk menilai sikap responden terhadap variabel yang diteliti. Sebanyak 101 mahasiswa di Kota Surakarta telah mengisi kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.

**Hasil Analisis Data**

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin, Domisili, dan Pengalaman Nasabah**

Kategori	Sub-Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Usia	15-20 Tahun	24	23,8%
	21-25 Tahun	76	75,2%
	26-30 Tahun	1	1%
Jenis Kelamin	Laki-laki	19	18,8%
	Perempuan	82	81,2%
Domisili	Tidak Berdomisili di Kota Surakarta	15	14,9%
	Berdomisili di Kota Surakarta	86	85,1%
Pengalaman Nasabah	Belum Menjadi Nasabah Bank Syariah	61	60,4%
	Sudah Menjadi Nasabah Bank Syariah	40	39,6%
Total		101	100%

Sumber: Data kuisisioner 2024.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia antara 21-25 tahun (75,2%), didominasi oleh perempuan (81,2%), dan sebagian besar berdomisili di Kota Surakarta (85,1%). Selain itu, sebagian besar responden (60,4%) belum menjadi nasabah bank syariah

**Metode Analisis Data**

**Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Religiusitas (X1)	101	7	25	18,8119	4,03661
Pengetahuan (X2)	101	11	30	21,5050	4,06355
Budaya (X3)	101	6	20	13,1287	3,29746
Minat Menabung (Y)	101	8	25	18,4554	3,98880
Valid N (listwise)	101				

Sumber: *Output SPSS diolah 2024*

Berdasarkan hasil output di atas dapat dilihat bahwa :

Variabel Religiusitas (X1) dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 7,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 25,00 dan nilai rata-ratanya sebesar 18,8119. Standar deviasi sebesar 4,03661.

Variabel Pengetahuan (X2) dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 11,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 30,00 dan nilai rata-ratanya sebesar 21,5050. Standar deviasi sebesar 4,06355.

Variabel Budaya (X3) dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 6,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 20,00 dan nilai rata-ratanya sebesar 13,1287. Standar deviasi sebesar 3,29746.

Variabel Minat Menabung (Y) dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 8,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 25,00 dan nilai rata-ratanya sebesar 18,4554. Standar deviasi sebesar 3,98880.

### Uji Kualitas Data

**Tabel 3. Uji Validitas dan Reabilitas**

No	Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Ket.	Cronbach Alpha	Ket.
1	Religiusitas	X1P1	0,691	Valid	0,907	Reliabel
		X1P2	0,884	Valid		
		X1P3	0,899	Valid		
		X1P4	0,919	Valid		
		X1P5	0,856	Valid		
2	Pengetahuan	X2P1	0,417	Valid	0,823	Reliabel
		X2P2	0,810	Valid		
		X2P3	0,707	Valid		
		X2P4	0,836	Valid		
		X2P5	0,824	Valid		
		X2P6	0,782	Valid		
3	Budaya	X3P1	0,780	Valid	0,824	Reliabel
		X3P2	0,825	Valid		
		X3P3	0,760	Valid		
		X3P4	0,870	Valid		
4	Minat Menabung	Y1P1	0,831	Valid	0,913	Reliabel
		Y1P2	0,886	Valid		
		Y1P3	0,898	Valid		
		Y1P4	0,831	Valid		
		Y1P5	0,861	Valid		

Sumber: *Output SPSS diolah 2024*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, semua instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel karena koefisien korelasi ( $r$ ) > 0,3 dan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

**Uji Asumsi Klasik**

**Tabel 4. Uji Normalitas (Uji Monte Carlo)**

Monte Carlo Test		Unstandardized Residual
Monte Carlo Sig. (2-Sig.tailed)		0,196
99% Interval Confidence	Lower Bound	0,185
	Upper Bound	0,206

Sumber: *Output SPSS diolah 2024*

Hasil dari output SPSS di atas terlihat bahwa nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) yaitu 0,196. Hal ini berarti bahwa nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) > 0,05 (taraf signifikansi). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

**Tabel 5. Uji Multikolinearitas (Uji Tolerance dan VIF)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,955	1,365		1,432	0,155		
Religiusitas (X1)	0,368	0,102	0,372	3,599	0,001	0,365	2,738
Pengetahuan (X2)	0,321	0,100	0,327	3,216	0,002	0,377	2,653
Budaya (X3)	0,203	0,111	0,168	1,827	0,71	0,461	2,170

Sumber: *Output SPSS diolah 2024*

Hasil output SPSS terlihat bahwa nilai *tolerance* dan nilai VIF pada semua variabel independen menunjukkan nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

**Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas (Uji Spearman-Rho)**

		Correlations			Unstandardized Residual
		X1	X2	X3	
Religiusitas (X1)	Correlation Coefficient	1,000	0,707	0,599	0,126
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,209
	N	101	101	101	101
Pengetahuan (X2)	Correlation Coefficient	0,707	1,000	0,663	0,060
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,550

	N	101	101	101	101
Budaya (X3)	Correlation Coefficient	0,599	0,663	1,000	0,111
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,268
	N	101	101	101	101
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	0,126	0,060	0,111	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,209	0,550	0,268	
	N	101	101	101	101

\*\* Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Sumber: *Output SPSS diolah 2024*

Berdasarkan hasil output SPSS di atas memberikan informasi bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 7. Hasil Analisis linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Hipotesis
	B	Std. Error				
	1 (Constant)	1.955	1.365		1.432	.155
Religiusitas (X1)	.368	.102	.372	3.599	.001	Berpengaruh
Pengetahuan (X2)	.321	.100	.327	3.216	.002	Berpengaruh
Budaya (X3)	.203	.111	.168	1.827	.071	Berpengaruh

Sumber: *Output SPSS diolah 2024*

Berdasarkan hasil output SPSS, diperoleh nilai  $\beta_1 = 0,368$ , yang menunjukkan arah positif, yang berarti semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka minat menabung akan semakin meningkat. Selanjutnya,  $\beta_2 = 0,321$  juga menunjukkan arah positif, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan seseorang, maka minat menabung akan semakin meningkat. Terakhir,  $\beta_3 = 0,203$  menunjukkan arah positif, yang berarti semakin besar pengaruh budaya, maka minat menabung juga akan semakin meningkat.

**Tabel 8. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 a	.621	.609	2.49280

Sumber: *Output SPSS diolah 2024*

Berdasarkan tabel di atas, nilai Adj R<sup>2</sup> = 0,609 sebesar 60,9% variabel religiusitas, variabel pengetahuan dan variabel budaya berpengaruh terhadap variabel minat menabung. Sedangkan sisanya 39,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model tersebut.

### Uji Kelayakan Model (Uji F)

**Tabel 9. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	988.289	3	329.430	.000
	Residual	602.761	97	6.214	b
	Total	1591.050	100		

a. Dependent Variable : Minat Menabung  
b. Predictors : (Constant), Budaya, Pengetahuan, Religiusitas

Sumber: *Output SPSS diolah 2024*

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel di atas, nilai Sig. F sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas (X1), Pengetahuan (X2) dan Budaya (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Minat Menabung (Y).

### Pembahasan

#### Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah

Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan dan positif dari religiusitas terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Hasil uji statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001, yang lebih kecil dari batas 0,05, menandakan pengaruh yang signifikan. Religiusitas dalam konteks ini berperan penting dalam tahap pengambilan keputusan, terutama dalam hal pengenalan masalah dan pencarian informasi. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi lebih cenderung memilih bank syariah, karena mereka merasa prinsip syariah yang diterapkan lebih sesuai dengan keyakinan mereka, khususnya dalam menghindari riba.

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Putri et al. (2019) dan Maisur et al. (2015), juga mendukung temuan ini, yang menunjukkan bahwa religiusitas dapat mendorong masyarakat untuk memilih produk perbankan syariah. Meskipun pengaruh religiusitas tergolong penting, namun masih terbilang rendah, sehingga bank syariah sebaiknya mempertimbangkan tambahan variabel seperti promosi atau hubungan masyarakat untuk lebih meningkatkan minat menabung.

### **Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah**

Pengetahuan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengetahuan sebesar 0,002, yang lebih kecil dari 0,05, mengindikasikan pengaruh yang kuat. Pengetahuan yang lebih mendalam mengenai produk perbankan syariah, seperti sistem bagi hasil dan perbedaannya dengan bank konvensional, meningkatkan keyakinan individu untuk memilih produk tersebut. Pengetahuan ini menjadi dasar pengambilan keputusan yang lebih percaya diri dan tepat.

Beberapa studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Syaipudin & Awwalin (2023) dan Hasibuan & Wahyuni (2020), menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang produk syariah berperan penting dalam memotivasi masyarakat untuk menabung di bank syariah. Pengetahuan ini mencakup informasi tentang produk, manfaat, serta kepuasan nasabah yang menjadi faktor penentu utama dalam keputusan menabung.

### **Pengaruh Budaya Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah**

Penelitian ini menemukan bahwa budaya tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, dengan nilai signifikansi sebesar 0,071 yang lebih besar dari 0,05. Budaya lebih sering berhubungan dengan nilai dan norma yang lebih luas yang ada dalam masyarakat, namun keputusan untuk menabung di bank syariah lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor internal individu seperti kebutuhan finansial dan keyakinan agama.

Hal ini sejalan dengan temuan oleh Supiani et al. (2021) yang juga menunjukkan bahwa budaya tidak secara langsung mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah. Namun, ada studi seperti yang dilakukan oleh Suprihati et al. (2021) dan Gicella Fanny Andriani (2019) yang menemukan bahwa budaya, terutama yang berkaitan dengan nilai-nilai agama, dapat memengaruhi keputusan untuk memilih bank syariah. Perbedaan hasil penelitian ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan lokasi dan karakteristik responden yang digunakan dalam masing-masing studi.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian mengenai pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan budaya terhadap minat menabung pada perbankan syariah (studi kasus mahasiswa Surakarta 2024) menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: Pertama, religiusitas secara signifikan mempengaruhi minat menabung pada perbankan syariah. Kedua, pengetahuan juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada perbankan syariah. Sebaliknya, budaya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada perbankan syariah. Dalam hal keterbatasan penelitian, beberapa hal perlu dicatat. Uji normalitas yang dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan distribusi data yang tidak normal, yang mengindikasikan adanya penyimpangan dari asumsi normalitas yang diperlukan dalam analisis statistik. Untuk mengatasi hal ini, peneliti menggunakan metode Monte

Carlo untuk memastikan bahwa distribusi data mendekati normal, meskipun metode ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi, karena hasilnya bergantung pada jumlah simulasi yang dilakukan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menggunakan sampel yang lebih besar dan lebih variatif guna mengurangi kemungkinan distribusi data yang tidak normal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat terkait minat nasabah pada perbankan syariah dan memberikan dasar bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas dan mengembangkan pembahasan mengenai peran religiusitas, pengetahuan, dan budaya dalam meningkatkan kinerja perbankan syariah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, A. (2021). PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP SINGKUT PADA MASYARAKAT DESA PELAWAN JAYA. *Jurnal Margin*, 1(1), 28–43.
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 35–49. <https://core.ac.uk/download/pdf/229197531.pdf>
- Bobby Raditya Priambodo, D. F. S. (2019). PENGARUH BANK SYARIAH YANG DIKELOLA BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH SERTA FITUR DAN FASILITAS PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI SURABAYA. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6, 2062–2076.
- Bps.go.id. (n.d.). Jumlah Bank dan Kantor Bank (Unit), 2023. Bps.Go.Id. Retrieved June 17, 2024, from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/OTM3IzI=/jumlah-bank-dan-kantor-bank.html>
- Ceic.data.com. (n.d.). savings rate in Asian countries. Ceic.Data.Com. Retrieved June 23, 2024, from <https://www.ceicdata.com/en/country/indonesia>
- Dayyan, M., Juprianto, & Fahriansyah. (2017). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, vol 1 no 1, 1–19.
- Edi, D., & Betshani, S. (2009). Analisis Data dengan Menggunakan ERD dan Model Konseptual Data Warehouse. *Jurnal Informatika*, 5, 71–85.
- Gicella Fanny Andriani, H. (2019). PENGARUH BAGI HASIL, KELOMPOK ACUAN, KEPERCAYAAN DAN BUDAYA TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322–1336.
- Habibah, G. W. I. A., & Hasanah, A. N. (2021). Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu). *Jurnal Margin: Journal Of Islamic Banking*, 1(1), 44–57.

- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT DAN MINAT PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Isna Nur Azizah, Prizka Rismawati Arum, R. W. (2021). Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020. *Jurnal Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
- Kemenag.go.id. (n.d.). Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar). *Kemenag.Go.Id*. Retrieved June 18, 2024, from <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>
- Khusna, N., & Pratama, V. Y. (2021). PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI KESYARIAHAN PERBANKAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI MENJADI NASABAH BANK SYARIAH. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1 Nomor 2, 310–322.
- Lps.go.id. (n.d.-a). Laporan Kelembagaan LPS Triwulan III 2023. *Lps.Go.Id*. Retrieved June 17, 2024, from <https://lps.go.id/laporan-kelembagaan-lps-triwulan-iii-2023/>
- Lps.go.id. (n.d.-b). Laporan Tahunan LPS Tahun 2023. *Lps.Go.Id*. Retrieved June 17, 2024, from <https://lps.go.id/laporan-tahunan-lps-2023/>
- Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi*, 4(2), 1–8.
- Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512–520. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8309](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309)
- Martias, L. D. (2021). STATISTIKA DESKRIPTIF SEBAGAI KUMPULAN INFORMASI. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16, 40–59.
- Mister Candra a, N. A., & Ahdan, R. (2020). Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16, 1–7.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- 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>

Nurudin, Johan Arifin, A. M. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 1–19.

Ojk.go.id. (n.d.-a). PERATURAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR 12/POJK.03/2020 TENTANG KONSOLIDASI BANK UMUM. Ojk.Go.Id. Retrieved June 17, 2024, from [https://ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Konsolidasi-Bank-Umum/FAQ\\_POJK\\_12\\_-\\_2020.pdf](https://ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Konsolidasi-Bank-Umum/FAQ_POJK_12_-_2020.pdf)

Ojk.go.id. (n.d.-b). Perbankan Syariah dan Kelembagaannya. Ojk.Go.Id. Retrieved April 11, 2024, from <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/pbs-dan-kelembagaan.aspx>

Ojk.go.id. (n.d.-c). Statistik Perbankan Syariah - Desember 2023. Ojk.Go.Id. Retrieved June 17, 2024, from <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2023.aspx>

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>

Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>

Rendy, M., Hermawansyah, P., Saadillah, M., & Illiyin, N. (2023). Analisis Pengaruh Riba Terhadap Perekonomian Dalam Islam. *Journal Islamic Education*, 1(4), 302–311.

Rini, Y. P., & Muhammad Anasrulloh. (2022). PENGARUH IMPULSE BUYING DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE MEREK POND'S DI GOLDEN SWALAYAN TULUNGAGUNG. *Jurnal Economina*, 1(2), 121–129.

Rudi Haryono. (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>

Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2017). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>

- Sari, D. N. P., & Astutiningsih, S. E. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Popularitas Merek, Variasi Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Aliyah Scraf Tulungagung melalui Budaya. *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2), 363–384. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v8i2.1911>
- Septiani, N. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Nasional Indonesia*, 1(10), 627–638.
- Sunanda, W. D. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Islami dan Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(1), 20–36. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.2282>
- Supiani, S., Rahmat, F., & Budiman, F. (2021). Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 49. <https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2618>
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>
- Suryani, P., Cahyono, Y., & Utami, B. D. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Bagian Produksi Di PT Tuntex Garment Indonesia. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 1(1), 70–82.
- Suwardi, R. B. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 19–28.
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Budaya Dan Kelompok Acuan Terhadap Referensi Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah. *Journal of Economics, Management and Finance*, 2(1), 28–39.
- Triuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>
- Ulfa, R. (2021). VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. : : *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 26, 342–351.
- Worldometer. (n.d.). Indonesia Population. Worldometer. Retrieved June 18, 2024, from <https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population>