

**ANALISIS LITERASI PERBANKAN SYARIAH,  
PENGETAHUAN PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT  
TERHADAP MINAT MENABUNG  
PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
(STUDI DI MASYARAKAT KECAMATAN PAMIJAHAN BOGOR)**

**Siti Mirnawati<sup>1</sup>, Rully Trihantana<sup>2</sup>, Miftakhul Anwar<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>, <sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor,  
<sup>1</sup>sitimirnowati01@gmail.com, <sup>2</sup>rully.trihantana@febi-inais.ac.id,  
<sup>3</sup>miftakhul.anwar@febi-inais.ac.id

**ABSTRACT**

*Bank Syariah Indonesia is the largest Islamic banking service in Indonesia. This Indonesian Islamic Bank has a problem, namely there is still a lot of public understanding, especially in Pamijahan Bogor District, which is still deviant and there is no complete trust in Bank Syariah Indonesia. This study aims to determine whether there is a positive value between Islamic Banking Literacy, Product Knowledge, and Public Trust on Interest in Savings at Indonesian Islamic Banks. This type of research is quantitative with data collection methods using primary data obtained through questionnaires. Sampling amounted to 270 respondents. The method used to test the hypothesis is multiple linear regression, t test, f test, and coefficient of determination (R square). The results of this study indicate that Product Knowledge t count  $2.784 > t$  table  $1.969$  and the resulting sig  $0.006 < 0.05$  Public Trust t count  $9.672 > t$  table  $1.969$  and the resulting sig  $0.000 < 0.05$  So it can be concluded that the variable Product Knowledge, and Public Trust has an effect on Saving Interest in Indonesian Islamic Banks. Meanwhile, Islamic Banking Literacy has no effect on interest in saving at Indonesian Islamic Banks. Simultaneously, the factors of Product Knowledge and Public Trust have a significant and significant effect on Saving Interest in Indonesian Islamic Banks. This is evidenced by the calculated F value of  $110.369 > F$ table  $2.64$  with a sig level of  $0.000$  or  $\alpha=5\%$ . While the coefficient of determination R Square is  $0.555$  or  $55,5\%$ , the remaining  $44.5\%$  is influenced by other factors.*

*Keywords: Islamic Banking Literacy, Product Knowledge, Public Trust, and Saving Interest*

**ABSTRAK**

Bank Syariah Indonesia adalah sebuah layanan perbankan syariah terbesar di Indonesia. Bank Syariah Indonesia ini mempunyai permasalahan yaitu banyaknya pemahaman masyarakat khususnya Kecamatan Pamijahan Bogor yang masih menyimpang dan belum ada kepercayaan sepenuhnya terhadap Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

adakah nilai positif antara Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Pengambilan sampel berjumlah 270 responden. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (*R square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk  $t$  hitung  $2,784 > t$  tabel  $1,969$  dan sig yang dihasilkan  $0,006 < 0,05$  dan Kepercayaan Masyarakat  $t$  hitung  $9,672 > t$  tabel  $1,969$  dan sig yang dihasilkan  $0,000 < 0,05$  Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Masyarakat berpengaruh terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Sedangkan Literasi Perbankan Syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Secara simultan faktor Pengetahuan Produk dan Kepercayaan Masyarakat berpengaruh dan nyata terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F$  hitung  $110,369 > F$  tabel  $2,64$  dengan tingkat sig  $0,000$  atau  $\alpha=5\%$ . Sedangkan nilai koefisien determinasi  $R$  Square sebesar  $0,555$  atau  $55,5\%$  selebihnya  $44,5\%$  dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata-kata Kunci: Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk, Kepercayaan Masyarakat, dan Minat Menabung.

## I. PENDAHULUAN.

Aspirasi masyarakat di negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim untuk memiliki sistem perbankan alternatif yang berpegang pada prinsip-prinsip Islam dan menghindari sistem ribawi memicu pertumbuhan industri perbankan syariah di seluruh dunia.

Selain itu, masyarakat umum berpendapat bahwa sistem perbankan syariah berbasis bagi hasil sangat menguntungkan bagi bank syariah dan nasabahnya. mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Berdasarkan informasi dari Per 31 Desember 2021, jumlah umat Islam yang tinggal di Indonesia adalah 237,53 juta, menurut data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri).

Lebih banyak kemajuan telah dibuat Sejak berdirinya sistem perbankan syariah di Indonesia, ke-majuan tambahan telah dikembangkan. Dari segi pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang layanan

keuangan syariah, serta infrastruktur kelembagaan dan pendukung, instrumen peraturan, dan sistem pengawasan. Salah satu sistem terbaik dan terlengkap di dunia sistem keuangan yang paling komprehensif adalah sistem Islam.

Otoritas Jasa Keuangan Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan untuk meningkatkan pengelolaan keuangan dan keterampilan pengambilan keputusan seseorang untuk menjalani kehidupan yang sejahtera. Perbankan syariah dan literasi keuangan masih tertinggal jauh dari perbankan konvensional dan literasi keuangan sebesar 40% di Indonesia. Karena itu, hanya 9,1% transaksi yang mencakup keuangan syariah. Jauh di belakang inklusi keuangan konvensional, yaitu 76,72%. Walaupun Indonesia memiliki Muslim terbesar di dunia, rendahnya inklusi keuangan terus mempengaruhi pangsa pasar keuangan syariah.

Dalam industri perbankan, keinginan masyarakat untuk menabung juga sangat penting. Lembaga keuangan Islam menghadapi tantangan untuk mencari tahu bagaimana mempertahankan pelanggan di industri perbankan sambil juga menarik pelanggan baru agar bisnis dapat tumbuh. Karena memegang peranan penting dalam setiap aktivitas yang berhubungan dengan konsumen, maka perlu dilakukan analisis terhadap literasi perbankan syariah, pengetahuan produk, dan kepercayaan masyarakat guna mencapai tujuan (Djamarah 2008:43).

Karena mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam, maka dimungkinkan untuk menjalankan layanan perbankan syariah sehingga lebih banyak masyarakat yang menabung di bank syariah dibandingkan di bank konvensional.

Oleh sebab itu, penelitian ini untuk mengetahui fakta mengenai “Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia (Studi Masyarakat Kecamatan Pamijahan Bogor)” untuk menempatkan tabungannya di bank syariah guna mempertahankan pangsa pasar dan basis nasabah bank syariah yang semakin besar.

## II. TINJAUAN PUSTAKA.

### II.1. Literasi.

Menurut (Mulyati, 2012: 35) ada banyak cara yang berbeda untuk mendefinisikan literasi termasuk yang berikut: kemampuan baca tulis, kemampuan performansi membaca dan menulis sesuai dengan kebutuhan, kompetensi seseorang akademisi dalam memahami wacana secara profesional, kemampuan untuk mengkoordinasikan empat bagian kemampuan Bahasa dan

kemampuan penalaran yang menentukan, siap menggunakan kemampuan untuk mendominasi pemikiran baru atau cara mempelajarinya, kemampuan sebagai perantara penunjang keberhasilannya dalam lingkungan akademik atau sosial.

Jenis literasi terdapat sembilan macam (Ginting, 2020: 36), yaitu:

1. Literasi kesehatan.
2. Literasi finansial.
3. Literasi digital.
4. Literasi data.
5. Literasi visual.
6. Literasi kritis
7. Literasi teknologi
8. Literasi statistik.
9. Literasi informasi.

### II.2. Bank Syariah.

Menurut (Sudarsono, 2008: 27) Bank syariah adalah lembaga keuangan syariah yang bisnis utamanya adalah memberikan kredit dan layanan lain yang terkait dengan lalu lintas pembayaran dan peredaran uang pada prinsip-prinsip syariah. Bank Syariah juga bisa dikatakan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah adalah dua jenis bank yang menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan hukum syariah).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang sekaligus menjelaskan pengertian dari bank syariah. Didalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa perbankan syariah adalah semua hal yang menyangkut bank syariah, unit usaha syariah, mencakup kelembagaan mencakup kegiatan usaha dan segala hal yang menyangkut tata cara proses dalam menjalankan usahanya. Sebagai bank yang menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah berdasarkan jenisnya terdiri dari tiga yaitu yang pertama Bank Umum Syariah (BUS), yang kedua

Unit Usaha Syariah (UUS) dan yang ketiga adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Karakteristik Bank Syariah ada 6 yaitu;

1. Penghapusan riba.
2. Mencapai tujuan bank komersial dan bank investasi sambil melayani kepentingan publik.
3. Perbankan syariah, yang menggabungkan bank investasi dan bank komersial, bersifat universal.
4. Karena bank komersial Islam menggunakan pembagian keuntungan dan kerugian dalam situasi, usaha, bisnis, dan industri, mereka dengan hati-hati akan menghapus aplikasi pembiayaan yang diarahkan pada partisipasi modal.
5. Bank syariah cenderung memiliki ikatan yang lebih kuat ketika mereka berbagi keuntungan;
6. Memanfaatkan instrumen pasar uang antara bank syariah dan instrumen bank berbasis syariah untuk membantu keduanya dalam mengatasi masalah likuiditas. (Soemitra, 2009: 67).

Literasi Perbankan Syariah diartikan sebagai pengetahuan, keyakinan atau sikap, dan kemampuan untuk mengambil keputusan tentang berbagai aktivitas perbankan seseorang dalam hal ini khusus untuk perbankan syariah yang diinformasikan oleh Syariah. Dengan kata lain, itulah yang diketahui seseorang tentang perbankan Islam. Pengetahuan dan kesadaran tentang perbankan syariah ini penting karena tanpa adanya kedua hal tersebut maka mustahil seseorang akan melakukan kegiatan perbankannya dengan perbankan syariah. Bahkan seseorang yang sudah memahami atau mempunyai kesadaran tentang bank syariah juga belum

menggunakan perbankan syariah (Rusmana & Ardianti, 2018: 23).

### II.3. Pengetahuan Produk.

Menurut (Gordon, 2007: 57) Pengetahuan adalah struktur organisasinya, biasanya prosedur yang jika diikuti akan memenuhi potensi kinerja. Pengetahuan seseorang dapat mencakup apa saja mulai dari deskripsi hingga hipotesis, konsep, teori, prinsip, hingga prosedur yang mungkin akurat atau berguna. Menurut pendekatan konstruktivitas Pengetahuan bukanlah fakta dari suatu fakta yang sedang dipelajari melainkan sebagai konstruksi kognitif seseorang terhadap objek, pengalaman maupun lingkungannya.

Menurut (Kolter & Armstrong, 2001: 346), Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Ini mencakup hal-hal seperti benda nyata, tempat, orang, layanan, ide, dan perusahaan yang membuat produk. Suatu produk dibeli tidak hanya untuk memilikinya, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan.

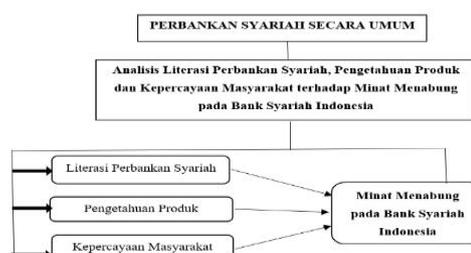
Pengetahuan produk yaitu kumpulan dari berbagai bentuk informasi terkait produk perbankan. Kategori pengetahuan yang dimaksud meliputi atribut atau fitur produk, harga, merek, produk, terminologi produk, dan keyakinan tentang produk. Secara konseptual, pengetahuan produk adalah pemahaman subjektif produsen tentang sesuatu yang dapat disediakan bagi pelanggan sebagai tujuan organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan aktivitas (Nastiti, Hartono, & Ulfah, 2018: 17).

Produk-produk bank syariah dikelompokkan menjadi 2 kelompok yaitu: penghimpunan dana (*Funding*), dan penyaluran dana (*Financing*).

1. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*) yaitu, dana yang telah diperjanjikan untuk disetorkan dalam bentuk giro, deposito berjangka, tabungan sertifikat deposito, atau bentuk lain yang dipersamakan dengan itu (Mardani, 2015: 38).
2. Produk Penyaluran Dana (*Financing*) yaitu pemberian uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu didasarkan pada perjanjian antara bank dengan pihak lain yang menetapkan bahwa pihak penerima pembiayaan harus mengembalikan dana atau tagihan tersebut dalam jangka waktu yang telah ditentukan dengan imbalan bagi hasil. Dalam penyaluran dana pada nasabah terbagi menjadi empat yaitu:
  - a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli Pengalihan hak milik barang atau benda adalah cara pelaksanaan prinsip jual beli dalam pembiayaan. Pada prinsip jual beli menggunakan akad, *Bai' al-Murabahah*, *Bai' al-Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati; *Bai' as-Salam*, *Bai' as-Salam* berarti pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka; *Bai' al-Istishna*, *Bai' al-Istishna* adalah kontrak penjualan antara pembeli dan produsen produk.
  - b. Pembiayaan dengan prinsip sewa (*al-Ijarah*), (*al-Ijarah*)

adalah perjanjian pemindahan hak pakai hasil atas barang dan jasa melalui pembayaran harga sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak milik atas barang itu sendiri (Antonio, 2001: 117).

#### c. Pembiayaan musyarakah



Gambar II.1 Bagian Kerangka Pemikiran Penelitian

dan pembiayaan mudharabah merupakan contoh produk pembiayaan syariah menganut prinsip bagi hasil.

## II.4. Kepercayaan.

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa mitra pertukaran akan memenuhi kebutuhan seseorang. Kesiapan seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh keyakinannya bahwa pasangannya akan memenuhi harapannya dan harapan bahwa kata-kata, janji, atau tindakan orang lain dapat dipercaya. Lembaga keuangan harus mendapatkan kepercayaan pelanggan untuk menjaga mereka sebagai pelanggan (Murti & Santika, 2016:739).

## II.5. Minat Menabung

Minat adalah perasaan suka atau senang, serta perasaan tertarik pada suatu kegiatan atau objek tanpa ada yang memberitahu atau memiliki kecenderungan untuk mencarinya. Keputusan untuk menggunakan atau membuat keputusan pembelian, termasuk memutuskan apa yang

akan dibeli atau tidak dibeli, lebih sering disebut sebagai minat. Keputusan ini dibuat berdasarkan kegiatan sebelumnya, seperti kebutuhan dan dana yang dimiliki (Fariani, Riyaldi, & Furda, 2021: 5).

Minat menabung adalah alasan mengapa seseorang menyimpan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam kondisi tertentu yang telah disepakati oleh bank dan nasabah.

Berdasarkan latar belakang dari kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel independen (bebas) ada tiga yaitu; Literasi Perbankan, Pengetahuan Produk dan Kepercayaan Masyarakat serta variabel dependen (terikat) adalah Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. secara parsial maupun simultan, dari tinjauan pustaka yang telah dipaparkan maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

### III. METODE PENELITIAN.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan kuantitatif sangat bergantung pada angka, dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data hasil. Penelitian kuantitatif bersifat deskriptif karena lebih spesifik dan menitikberatkan pada aspek-aspek tertentu. Ini sering menunjukkan hubungan antara berbagai variabel atau memberikan gambaran yang lebih jelas tentang situasi sosial. (Asyifa, 2020: 28). Sedangkan deskriptif merupakan metode analisis data, namun proses mendeskripsikan atau menggambarkan data sebagaimana dikumpulkan tanpa bermaksud untuk menarik kesimpulan secara umum (Sugiyono, 2008: 207).

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, penelitian ini

menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuisisioner. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data di mana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Jika peneliti yakin tentang variabel yang perlu diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden, maka kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang efektif (Sugiyono, 2017: 142). Penelitian dilakukan dikalangan masyarakat daerah Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Pamijahan Bogor. Karena populasi diketahui dalam jumlah besar maka dilakukan penarikan sampel. Sampel adalah subkelompok dari suatu populasi yang akan diteliti, oleh karena itu suatu sampel harus mewakili dan juga memberikan gambaran yang benar tentang populasi.

Dalam penelitian ini, penepatan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*, dimana teknik ini adalah teknik pengambilan sampel dengan memberikan beberapa ciri-ciri atau kriteria responden. kriteria responden pada Masyarakat Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor yaitu yang berusia 17-20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun dan, > 40 tahun, karena responden tersebut sudah dianggap memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai keuangan syariah.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menentukan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Isaac and Michael* dengan taraf kesalahan 5%. dengan Populasi Kecamatan Pamijahan pada tahun 2021 yaitu 159.236 jiwa dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden.

Variabel penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel *independen* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat). Menurut (Abdurrahan, Muhidin & Somantri, 2011:

74) Variabel *in-dependent* merupakan variabel yang memengaruhi atau menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel. Dalam penelitian ini variabel bebas yaitu, Literasi Perbankan Syariah (X1), Pengetahuan Produk (X2), dan Kepercayaan Masyarakat (X3). Variabel *dependent* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Abdurrahan, Muhidin & Somantri, 2011: 75). Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai variabel terikat yaitu Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia (Y).

1. Uji Instrumen.

a. Uji Validitas.

Menurut (Ghozali, 2013: 52), Uji validitas dilakukan untuk mengetahui alat ukur disusun untuk mengukur dengan tepat. Validitas instrument menggambarkan tingkat kemampuan peng-ukuran alat yang digunakan untuk mengetahui sesuatu titik target pengukuran.

Dasar pengambilan ke-putusan yang digunakan untuk menguji validitas adalah:

- 1) Jika nilai  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel maka variabel tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai  $r$  hitung tidak positif serta nilai  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  tabel maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas.

Menurut (Ghozali, 2013: 47) Uji Reliabilitas

adalah alat ukur berbasis kuesioner yang berfungsi sebagai indikator suatu konstruk atau variabel. Jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner dikatakan dapat diandalkan.

2. Uji Asumsi Klasik.

a. Uji Normalitas.

Menurut (Ghozali, 2013: 160) Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui Untuk menguji apakah data ber-distribusi normal atau tidak dilakukan dengan uji *statistic Kolmogorov-Smirnov Test*.

b. Uji Multikolonieritas.

Menurut (Ghozali, 2013: 105) uji multikolonieritas ber-tujuan untuk mengetahui apakah model regresi me-nemukan adanya korelasi antar variabel independen.

c. Uji Heterokedatisitas.

Menurut (Ghozali, 2013: 139), uji heterokedatisitas ber-tujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidak-samaan atau variasi antara residual dari pengamatan yang berbeda dalam model regresi.

d. Uji Autokorelasi.

Menurut (Ghozali, 2011: 1120) Uji autokorelasi ber-tujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi dalam model regresi antara kesalahan perancu pada

periode  $t$  dengan kesalahan perancu pada periode  $t-1$  atau sebelumnya. Masalah autokorelasi muncul ketika ada korelasi. Biasanya hal ini terjadi pada regresi yang datanya adalah *time series* atau berdasarkan waktu berbeda.

### 3. Uji Hipotesis.

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda.

Analisis regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel bebas dan variabel terikat.

#### b. Uji Simultan (Uji F).

Menurut (Ghozali, 2013: 98) Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah 5%, distribusi F dengan derajat kebebasan ( $\alpha; K-1, n-K-1$ ).

#### c. Uji Parsial (Uji-t).

Menurut (Ghozali, 2013: 98) uji  $t$  pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

#### d. Koefisien Determinasi.

Menurut (Ghozali, 2013: 97), Koefisien determinasi ( $R^2$ ) intinya

mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjusted R<sup>2</sup>*.

#### e. Regresi Linier Berganda.

Tahapan dalam pengolahan data dalam penelitian ini yaitu pemberian skor atau skala pada setiap lembar jawaban responden dengan skala interval memindahkan data pada lembar kerja dengan program SPSS versi 26. Data-data tersebut selanjutnya di analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_1$ ), Pengetahuan Produk ( $X_2$ ), dan Kepercayaan Masyarakat ( $X_3$ ) terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia ( $Y$ ).

Persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

### IV.1. Deskripsi Responden.

Analisis ini memberikan gambaran secara terperinci tentang responden mengenai Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan. Untuk menjelaskan beberapa karakteristik responden, maka dapat dilihat sebagai berikut:

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.

Masyarakat Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor sekitar 270 responden. Pada jenis kelamin Laki-laki sekitar 116 orang jika dipersenkan 43% dan jenis kelamin Perempuan sekitar 154 orang jika dipersenkan 57%. Jadi, yang paling banyak dalam mengisi kuesioner dalam penelitian ini adalah Perempuan sekitar 154 orang jika dipersenkan 57%.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia.

Masyarakat Kecamatan Pamijahan yang menjadi responden berada pada rentang usia 17-20 tahun sekitar 47 orang jika dipersenkan 17%, pada rentang usia 21-30 tahun sekitar 128 orang jika dipersenkan 47%, pada rentang usia 31-40 tahun sekitar 66 orang jika dipersenkan 25% dan pada usia >40 tahun sekitar 29 orang jika dipersenkan 11%. Dari data tersebut, dapat dijelaskan bahwa peneliti banyak memberikan kuesioner pada responden yang memiliki rentang usia 21-30 tahun sekitar 128 orang jika dipersenkan 47%.

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.

Diketahui bahwa masyarakat Kecamatan Pamijahan yang menjadi responden terbanyak yaitu Mahasiswa/Pelajar dengan jumlah 96 orang jika dipersenkan 35%, pada Ibu Rumah Tangga sekitar 62 orang jika dipersenkan 23%, Wiraswasta berjumlah 69 orang jika dipersenkan 26% dan yang lainnya berjumlah 43 orang jika dipersenkan 16%.

IV.2. Hasil Uji Instrumen.

IV.2.1. Uji Validitas.

Uji ini dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing dari item pernyataan Variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_1$ ), Pengetahuan Produk ( $X_2$ ), Kepercayaan Masyarakat ( $X_3$ ), dan Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia ( $Y$ ). Dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel pada taraf kepercayaan 95% atau nyata 5% ( $\alpha=0,05$ ) pada  $N= 270$ , maka derajat bebasnya  $N-2$  ( $270-2=268$ ) dan nilai  $r$  tabel pada  $df=268$  dan  $\alpha =0,05$  adalah 0,1194.

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_1$ ) Pengetahuan Produk ( $X_2$ ), Kepercayaan Masyarakat ( $X_3$ ), dan Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia ( $Y$ ). diketahui bahwa terdapat tujuh (7) item pernyataan yang valid yang diukur dengan membandingkan nilai  $R_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan terhadap nilai  $R_{tabel}$  (0,1194). Dari ketujuh item pernyataan yang valid (lulus uji validitas) tersebut dapat dikatakan layak dan dapat dilanjutkan kedalam pengujian selanjutnya.

IV.2.2. Uji Reliabilitas.

Tabel IV. 1.  
 Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
$X_1$	0,811	Reliabel
$X_2$	0,821	Reliabel
$X_3$	0,827	Reliabel
$Y$	0,845	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 26,2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa

nilai reliabilitas yang dicapai pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Artinya semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

### IV.3. Uji Asumsi Klasik.

#### IV.3.1. Uji Normalitas.

Uji Normalitas yang tujuannya untuk mengetahui apakah model regresi variabel residual (Penggangu) memiliki distribusi normal. Uji Normalitas untuk setiap variabel penelitian ini dilakukan dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan jika Nilai Signifikan > 0,05, data dinyatakan normal atau sebaliknya jika Nilai Signifikan < 0,05, data dinyatakan tidak normal.

Tabel IV.2.  
 Tabel Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		270
Normal Parameters,a,b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,43058105
Most Extreme Differences	Absolute	,050
	Positive	,050
	Negative	-,031
Test Statistic		,050
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200c,d

Sumber: Data diolah SPSS 26,2022.

Berdasarkan tabel *Kolmogorov-Smirnov* diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini memiliki nilai residual sebesar 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan nilai tersebut berdistribusi normal.

#### IV.3.2. Uji Multikolonieritas.

Uji Multikolonieritas memiliki tujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel dependen (terikat) didalam suatu model regresi. Uji Multikolonieritas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan menggunakan *IBM SPSS 26* dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV.3.  
 Tabel Uji Multikolonieritas.

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
(Constant)	-.236	1,437		
Literasi Perbankan Syariah (X1)	,148	,076	,365	2,743
Pengetahuan Produk (X2)	,203	,073	,361	2,772
Kepercayaan Masyarakat (X3)	,588	,061	,596	1,679

Sumber: Data diolah SPSS 26,2022

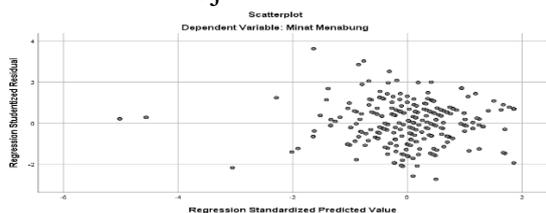
Menurut Imam Ghozali (2013-105) nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan multikolonieritas adalah jika nilai *tolerance* > 10 atau sama dengan nilai *VIF* < 10. Berdasarkan hasil perhitungan variabel independen (Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk dan Kepervayaan Masyarakat) Dari *Inflation Factor* (VIF) menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *VIF* > 10 sehigga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi Multikolonieritas antara variabel independen dalam model regresi.

#### IV.3.3. Uji Heteroskedastisitas.

Uji ini bertujuan untuk menguji model regresi ada atau tidak terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut

heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi yaitu dengan cara melihat grafik *Scatterplot* antara lain prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residual (SPRESID). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS 26 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel IV.4.  
 Tabel Uji Heterokedastisitas.



Sumber: Data diolah SPSS 26,2022

#### IV.3.4. Uji Autokorelasi.

Autokorelasi pada model regresi artinya ada korelasi antar anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu saling berkorelasi. Untuk mengetahui adanya suatu autokorelasi dalam model regresi dapat dilakukan melalui pengujian nilai Durbin Watson (Uji DW) dengan ketentuan berikut ini (Algifari, 2000):

1. Nilai DW antara 0 sampai 1,5 terdapat autokorelasi yang positif.
2. Nilai DW antara 1,5 sampai 2,5 tidak ada autokorelasi.
3. Nilai DW antara 2,5 sampai 4 terdapat autokorelasi yang negatif.

Tabel IV.5.  
 Tabel Uji Autokorelasi

Model Summaryb					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,745a	,555	,549	3,44987	1,608

1	,745a	,555	,549	3,44987	1,608
---	-------	------	------	---------	-------

Sumber: Data diolah SPSS 26,2022

Dari hasil data di atas dapat dijelaskan model nilai DW sebesar 1,608. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

#### IV.4. Hasil Analisis Linier Berganda.

Dalam penelitian ini Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dan aplikasi yang digunakan untuk menganalisis adalah sebagai berikut:

Tabel IV.6.  
 Tabel Analisis Linier Berganda

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.236	1,437		-,164	,870
	Literasi Perbankan Syariah (X1)	,148	,076	,133	1,958	,051
	Pengetahuan Produk (X2)	,203	,073	,190	2,784	,006
	Kepercayaan Masyarakat (X3)	,588	,061	,513	9,672	,000

Sumber: Data diolah SPSS 26,2022

diatas dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda dengan rumus  $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$  sebagai berikut:

$$Y = -0,236 + 0,148 \text{ Literasi Perbankan Syariah} + 0,203 \text{ Pengetahuan Produk} + 0,588 \text{ Kepercayaan Masyarakat} + 1,437$$

Interpretasi dari analisis regresi:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) diperoleh nilai -0.236 artinya Apabila variabel yang terdiri dari Literasi Perbankan Syariah ( $X_1$ ), Pengetahuan Produk ( $X_2$ ), dan

Kepercayaan Masyarakat ( $X_3$ ) mempunyai nilai 0, maka variabel Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia (Y) senilai -0.236.

Konstanta sebesar -0,236; artinya pengaruh konstanta terhadap nilai perusahaan menghasilkan nilai negatif yaitu apabila Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Masyarakat adalah nol. Dalam hal ini, bahwa nilai perusahaan akan menurun sebesar nilai konstanta yaitu -0,236 apabila tanpa adanya variabel pada perusahaan.

Menurut Gujarati (2006) nilai negatif pada konstanta dapat diabaikan selama model regresi sudah memenuhi asumsi BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) yakni uji asumsi klasik dan nilai slope untuk setiap variabel tidak bernilai nol. Karena dalam pengujian ini menunjukkan uji asumsi terpenuhi dan nilai slope tidak nol maka nilai negatif layak dan dapat diabaikan. Walaupun konstanta negatif, koefisien regresi bernilai positif, yang artinya variabel independen sangat berpengaruh terhadap variabel dependent. Konstanta negatif terjadi karena rentang yang cukup jauh antara variabel x dan variabel y.

2. Koefisien regresi dari variabel Literasi Perbankan Syariah adalah 0,148. Angka ini menunjukkan bahwa apabila literasi perbankan syariah terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia jika nilai Literasi Perbankan Syariah naik satu-satuan, maka Minat Menabung pada Bank Syariah

Indonesia akan naik sebesar 0,148. Hal ini berarti bahwa Literasi Perbankan Syariah mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Menabung.

3. Koefisien regresi dari variabel Pengetahuan Produk adalah 0,203. Angka ini menunjukkan bahwa apabila Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia jika nilai Pengetahuan Produk naik satu-satuan, maka Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia akan naik sebesar 0,203. Hal ini berarti bahwa Pengetahuan Produk mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Menabung.
4. Koefisien regresi dari variabel Kepercayaan Masyarakat adalah 0,588. Angka ini menunjukkan bahwa apabila Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia, jika nilai Kepercayaan Masyarakat naik satu-satuan, maka Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia naik sebesar 0,588. Hal ini berarti bahwa Kepercayaan Masyarakat mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Menabung.

#### IV.5. Uji Hipotesis.

##### IV.5.1. Uji Parsial (Uji t).

Pengujian suatu hipotesis uji t keriterianya yaitu; Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sebaliknya Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Tabel IV.7.  
 Tabel Uji Hipotesis.

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,236	1,437		-,164	,870
	Literasi Perbankan Syariah (X1)	,148	,076	,133	1,958	,051
	Pengetahuan Produk (X2)	,203	,073	,190	2,784	,006
	Kepercayaan Masyarakat (X3)	,588	,061	,513	9,672	,000

Sumber: Data diolah SPSS 26,2022

Berdasarkan hasil uji parsial pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu variabel Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia di Masyarakat Kecamatan Pamijahan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Literasi Perbankan Syariah.

Nilai t hitung untuk variabel ini sebesar 1,958, nilai t tabel dengan uji dua arah dan  $\alpha = 5\%$  (0,05) sebesar 1,969. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai t hitung < t tabel,  $1,958 < 1,969$  dan signifikan yang dihasilkan  $0,051 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Perbankan Syariah tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Maka hal ini berarti bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh dan signifikan (nyata) Literasi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia.

2. Pengetahuan Produk.

Nilai t hitung untuk variabel ini sebesar 2,784, nilai t tabel dengan uji dua arah dan  $\alpha = 5\%$  (0,05) sebesar 1,969. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai t hitung > t tabel,  $2,784 > 1,969$  dan signifikan yang dihasilkan  $0,006 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Maka hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh dan signifikan (nyata) Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia.

3. Kepercayaan Masyarakat.

Nilai t hitung untuk variabel ini sebesar 9,672, nilai t tabel dengan uji dua arah dan  $\alpha = 5\%$  (0,05) sebesar 1,969. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai t hitung > t tabel,  $9,672 > 1,969$  dan signifikan yang dihasilkan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Masyarakat berpengaruh terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Maka hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh dan signifikan (nyata) Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia.

IV.5.2. Uji Simultan (Uji F).

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya suatu pengaruh variabel Literasi

Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Hasil Pengujian uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.8.  
 Tabel Uji F.

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3940,721	3	1313,574	110,369	,000b
	Residual	3165,830	266	11,902		
	Total	7106,552	269			

Sumber: Data diolah SPSS 26,2022

Berdasarkan Tabel di atas diketahui nilai F hitung sebesar 110.369 sedangkan nilai dari F tabel distribusi dengan tingkat kesalahan 0,05 adalah sebesar 2,64 yang didapatkan pada rumus  $F(k: n-k)$ , dimana “k” adalah jumlah variabel independen (variabel bebas atau X) sementara “n” adalah jumlah responden atau sampel penelitian. Dalam penelitian ini jumlah “k” adalah 3 yakni variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_1$ ), Pengetahuan Produk ( $X_2$ ), dan Kepercayaan Masyarakat ( $X_3$ ). Sementara jumlah “n” adalah 270 responden. Dengan rumus di atas maka menghasilkan angka F  $(3: 270-3) = (3:267)$ , angka ini dijadikan acuan untuk mencari atau melihat F tabel pada distribusi nilai F tabel statistik. Maka ditemukan nilai F tabel adalah sebesar 2,64. Karena nilai F hitung  $> F_{tabel}$  ( $110.369 > 2,64$ ) dan besarnya nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Maka perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas terdiri dari Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Masyarakat secara simultan berpengaruh terhadap variabel

dependen Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang nyata antara variabel dari Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Masyarakat dengan Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia.

#### IV.5.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia). Koefisien determinasi menyatakan besarnya presentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati maka presentase kontribusinya dianggap semakin kuat. Hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel IV.9.  
 Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,745a	,555	,549	3,44987

Sumber: Data diolah SPSS 26,2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,555 atau 55,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Masyarakat) mempengaruhi variabel (Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia) secara simultan memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 55,5% dan sisanya 44,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## V. SIMPULAN.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai “Analisis Literasi Perbankan Syariah, Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia”. maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Literasi Perbankan Syariah (X1) tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dari nilai  $t$  hitung  $1,958 < t$  tabel  $1,969$  dan signifikan yang dihasilkan  $0,051 > 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Perbankan Syariah tidak mempengaruhi secara parsial terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia.
2. Pengetahuan Produk (X2) berpengaruh terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dari nilai  $t$  hitung  $2,784 > t$  tabel  $1,969$  dan signifikan yang dihasilkan  $0,006 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Perbankan Syariah mempengaruhi secara parsial terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia.
3. Kepercayaan Masyarakat (X3) berpengaruh terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dari nilai  $t$  hitung  $9,672 > t$  tabel  $1,969$  dan signifikan yang dihasilkan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Perbankan Syariah mempengaruhi secara parsial

terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia.

4. Secara simultan faktor Pengetahuan Produk dan Kepercayaan Masyarakat berpengaruh dan nyata terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F$  hitung  $> F_{tabel} 110,369 > 2,64$  dengan tingkat sig  $,000$ . Maka dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. dan melihat nilai dari hasil koefisien determinasi  $R$  Square sebesar  $0,555$  atau  $55,5\%$  selebihnya  $44,5\%$  dipengaruhi oleh variabel lain.

## DAFTAR PUSTAKA.

### A. Buku.

- Al-Qur'an dan Terjemahan*. 2008. Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro.
- Abdurrahman, M., Muhidin, S. A., & Somantri, A. .2011. *Dasar-dasar Metode Statistik untuk Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Alwasilah. 2021. *Pokoknya Rekayasa Literasi*. Bandung: PT Revika Aditama.
- Antonio, M. S. 2001. *Dalam Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Djaali. 2008. *Skala Likert*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*

- IBMM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, E. S. 2020. *Penguatan Literasi Di Era Digital. Prosiding Seminar Nasional PBSI-III*.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah, Edisi ke-1*. Jakarta: Kencana.
- Jahja, Y. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2005. *Dalam Manajemen Pemasaran jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mardani. 2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia.
- Rivai, V., & Arifin, A. 2010. *Islamic Banking Sebuah Teori*. Jakarta: Bumi Askara.
- Sagadji, E. M., & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Salam, B. 2000. *Pengantar Filsafat*. Jakarta: Bumi Aksara .
- Sholeh, A. R., & Wahab, M. A. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Prenada Media.
- Sjahdeini, Remy Sutan. 2007. *Perbankan Islam, Edisi ke-3* Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Siswanto, & Sucipto, A. 2008. *Teori dan Perilaku Organisasi*. UIN Malang.
- Soemitra, A. 2009. *Dalam Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Edisi ke-2*. Jakarta: Kencana.
- Stanton, W. 1996. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-1 diterjemahkan oleh Lamarto..* Jakarta: Erlangga.
- Sugiono. 2017. *Dalam Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Bandung: Alfabeta.
- Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Swasta, B., & Irawan. 2005. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tampubolon. 1991. *Mengembangkan Minat dan Kebiasaan Membaca pada Anak*. Bnadung: Angkasa.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usanti, T. P. 2013. *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wibowo, E., & Wibowo, U. H. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah?, Edisi ke-1*. Bogor: Ghalia Indonesia.

## B. Skripsi dan Jurnal.

- Asyifa, A. N. 2020. *Analisis Literasi Perbankan Syariah Mahasiswa, Universitas Muhammadiyah Magelang*, Skripsi.
- Fariani, E., Riyaldi, M. H., & Furda, Y. P. 2021. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia*. Jurnal Syari'ah dan Peradilan Islam.
- Husen, M., Trihantana, R., & Anwar, M. (2021). Analisis Minat Masyarakat dalam Mengajukan Pembiayaan di PT. BPRS Amanah Ummah Kantor Cabang Cicurug (Studi pada Kecamatan Cicurug Kabupaten Sukabumu, Jawa Barat). Sahid Banking Journal, 1(01), 77-96.
- Indi, I. 2019. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah*. Universitas Negeri Makassar: 27.
- Kusumadewi, R., & Yusuf, A. A. 2019. *Literasi Keuangan Syariah di*

- Kalangan Pondok Pesantren*. CV Elsi Pro.
- Maulani, D., Thantawi, T. R., & Anwar, M. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Layanan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bogor Dramaga. *Sahid Banking Journal*, 2(01), 67-82.
- Mulyati. 2012. *"Belajar Aktif Vs Aktif Belajar Menggagas Pembelajaran Bahasa Indonesia Berbasis Kearifan Lokal"*. Penguatan Kearifan Lokal dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Bandung : Rizqi Press.
- Murti, P. W., & Santika, W. 2016. *Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk dan Bauran Lokasi terhadap Transaksi Nasabah*. E-Jurnal Manajemen UNUD vol.5 No.1.
- Mustakim, Z., Thantawi, T. R., & Mursyidah, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Anggota Kepolisian untuk Menabung di Bank Syariah (Studi pada Markas Kepolisian Resor Bogor Sektor Gunung Putri). *Sahid Banking Journal*, 1(01), 165-184.
- Nastiti, N., Hartono, A., & Ulfah, I. F. 2018. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan pelayanan Perbankan, dan Pengetahuan Bagi HSasil terhadap Preferensi menggunakan Jasa Perbankan Syariah.*, Universitas Muhammadiyah Ponorogo: *Jurnal Ilmial Bidang Manajemen dan Bisnis*. Vol.1, No.1.
- Nengsih, T. A., Arsa, & Putri, P. S. 2021. *Determinasi Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah*. Studi Empiris di Kota Jambi. *Journal of Business and Banking*.
- Nurwahyuni, I. 2015. *Pe-ngembangan Model Edukasi Literasi Keuangan Islam dan Produk Halal dengan ADDIE*. *Jurnal FKIP UNS*.
- Purnaed, A. C., Thantawi, T. R., & Suryani, E. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Masyarakat dalam Pembiayaan Rumah dengan Prinsip Syariah. *Sahid Banking Journal*, 1(02), 1-10.
- Purnama Subardi, H. M., & Fitri, I. Y. 2019. *Efektivitas Gerakan Literasi Keuangan Syariah dalam Mengedukasi Masyarakat Memahami Produk Keuangan Syariah*. *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah* vol. 5 No. 1.
- Rusmana, O., & Ardianti, L. 2018. *Analisis Perbedaan Literasi Keuangan Masyarakat Anggota Credit Union dengan Anggota Baitul Tamwil (Studi Kasus pada Credit Union Cikai Mas Purwokerto dan Baitul Tamwil Muhammadiyah Dana Mentari Patikraja)*. Universitas Jendral Soedirman.
- Sari, W. P. 2021. *Analisis Tingkat Pengetahuan Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah*. State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Siregar, E. S. 2017. *Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah* Di Indonesia. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Yusdani.2018. *Perbankan Syariah Berbasis Floting Market*. Jurnal Millah Vol 04 No.2.

### C. Website.

Faqir, A. A. 2021. *Rendahnya Literasi Perbankan Syariah RI jadi PR besar Pemerintahan dan industri*, diakses dari <http://m.merdeka.com/perbankan/rendahnya-literasi-perbankan-syariah-ri-jadi-pr-besar-pemerintah-dan-industri.html>, pada 22 September 2021.

NISP, R. O. .2021. Diambil kembali dari OCBC NISP, diakses dari <https://www.ocbnisp.com/id/artice/2021/07/15/literasi-keuangan>, pada 4 Juli 2022.

Putranto,E.D.2017.REPUBLIKA.co.iddiaksesdari<https://www.republika.co.id/berita/ow7zw1382/bsm-kembangkan-usaha-mikro-iburumah-tangga-kabupaten-bogor>., pada 3 September 2017.

Sayekti, S. 2021. *Masa Depan Unit Usaha Syariah 2021*, diakses dari <http://amp.kontan.co.id/news/masa-depan-unit-usaha-syariah-2021>, pada 2 Februari.

Republik Indonesia, *Undang-Undang tentang Perbankan*, Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, Lembaran Pengesahan Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 31.Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3472, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995 Nomor 64, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3790.

### D. Undang-Undang, Peraturan Pemerintah.

Republik Indonesia, *Undang-Undang tentang Perbankan Syariah*, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomer 94, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5687.