



Pengaruh Pengetahuan, Perspektif, dan Religuitas Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Agus Sujianto ¹, Diah Ayu Triramdhani ², Adam Giovanni ³,

Luk Luk UI Muyasaroh ⁴

^{1,2,3,4} UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Korespondensi penulis: adiah1187@gmail.com

Abstract. *While the number of customers of Islamic banking has increased, it is noted that the market share of Islamic banking as a financial institution in Indonesia is relatively low. To address this issue, a study was conducted to examine the factors that influence individuals to save in Islamic banks. The study involved a literature review and data collection through documentation. The findings reveal three significant factors: knowledge, perception, and religiosity, that play a crucial role in shaping people's intent to save in Islamic banks.*

Keywords: *Islamic Bank; Interest in saving; Knowledge; Perspective; Religiosity*

Abstrak. Dilihat dari sisi kuantitas nasabah, total nasabah yang dimiliki perbankan syariah meningkat, namun demikian pangsa pasar perbankan syariah sebagai lembaga keuangan di Indonesia masih relatif kecil. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggali faktor-faktor yang mendorong kecenderungan masyarakat untuk menabung di bank syariah. Kajian literatur dilakukan, dan data dikumpulkan melalui dokumentasi. Sesuai temuan, penelitian ini mengidentifikasi tiga faktor kunci: pengetahuan, persepsi, dan religiusitas, yang memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Kata kunci: Bank syariah; Minat menabung; Pengetahuan; Perspektif; Religuitas

LATAR BELAKANG

Perbankan syariah menjadi salah satu *sub-sector* jasa keuangan syariah di Indonesia yang memiliki peranan penting bagi perkembangan ekonomi syariah secara global. Menurut data (Otoritas Jasa Keuangan, 2021) dilihat dari total asset keuangan syariah, porsi asset perbankan syariah per tahun 2021 sebesar Rp 693,80 triliun atau setara dengan 33,83% berada di posisi kedua setelah asset pasar modal syariah, angka tersebut bahkan tercatat tumbuh positif sebesar 13,94% dari tahun sebelumnya.

Hasil dari Survei Nasional Literasi (SNL) dan Inklusi Keuangan 2022 menjabarkan penilaian atas indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68%, meningkat dari tahun 2019 sebesar 38,03% dan indeks inklusi keuangan tahun ini mencapai 85,10 persen, naik dari 76,19 persen selama SNLIK 2019. Hal ini menunjukkan bahwa kesenjangan antara tingkat literasi dan tingkat inklusi semakin menyempit dari 38,16% pada tahun 2019 berubah menjadi 35,42% pada tahun 2022. Meskipun demikian, perkembangan ini belum sepenuhnya mendongkrak *market share* perbankan syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan data *statistic* yang dihimpun dari laman (Otoritas Jasa Keuangan, 2021) mengenai perbankan syariah yang baru menyentuh angka 6,74% artinya 93,26% *market share* perbankan nasional masih dikuasai oleh perbankan konvensional.

Tabel 1. Total Nasabah Perbankan Syariah Tahun 2022

Januari	April	Juli	Oktober	Desember
35.145.095	36.659.281	38.321.197	40.602.938	41.472.879

Sumber : (Otoritas Jasa Keuangan, 2022)

Dilihat dari tabel 1, kenaikan inklusi keuangan syariah secara global sejalan dengan kenaikan jumlah nasabah di perbankan syariah nasional. Sepanjang tahun 2022 jumlah nasabah yang tercatat sebesar 35 juta mengalami kenaikan menjadi 41 juta di akhir tahun 2022. Dengan demikian, dalam kurun waktu tersebut pertumbuhan nasabah perbankan syariah kurang lebih mencapai 17%. Angka tersebut, secara tidak langsung menjadi sinyal positif bahwa eksistensi perbankan syariah di Indonesia semakin diminati oleh masyarakat.

Berkaitan dengan keputusan masyarakat menjadi nasabah perbankan syariah dikaitkan dengan beberapa factor internal yang mendorong perilaku nasabah. Menurut (Parastika et al., 2021) perilaku masyarakat untuk menabung di bank syariah berkorelasi dengan tingkat keimanan dan kepercayaan. Pandangan ini dikaitkan dengan sikap religuitas dari para nasabah perbankan syariah. Menurut (Faha et al., 2022) perilaku nasabah bank syariah mengambil keputusan untuk menggunakan bank syariah karena mengutamakan agama yang ada. Dengan begitu, masyarakat mendukung bank syariah sebagai bentuk ketaatan pada prinsip syariah.

(Faha et al., 2022; Sulistiowati et al., 2023) menemukan keterkaitan antara religuitas dengan minat menabung di bank syariah, hasilnya menunjukkan pengaruh positif signifikan. Sebaliknya, penelitian (Hariyanto & Nafi'ah, 2022) menemukan bahwa religuitas tidak mempengaruhi niat menabung komunitas muslim di Jawa Timur. Hal ini dikarenakan, agama bukanlah faktor substansial yang mampu mempengaruhi nasabah baru perbankan syariah, namun lebih disebabkan oleh factor kualitas layanan, kenyamanan, dan jaringan kantor cabang (Butt et al., 2018).

Senada dengan pendapat (Deliana et al., 2022) menyebut terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu, termasuk keputusan untuk menabung atau tidak. Salah satunya adalah faktor pengetahuan tentang produk dan manfaat menabung di bank syariah. Pengetahuan tentang produk perbankan syariah memiliki peran penting bagi masyarakat dalam menghasilkan niat menabung disamping reputasi dan citra bank. Pendapat ini dibuktikan dengan hasil penelitian (Ilfita & Canggih, 2021) menjabarkan adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di perbankan syariah.

Pada studi berbeda yaitu (Mujaddid & Nugroho, 2019; Sulistyono, 2016) menjabarkan bahwa pengetahuan akan keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Lebih lanjut disebutkan banyak mahasiswa yang masih percaya bahwa sistem pelayanan operasional dan transaksi bank syariah tidak berbeda secara substansial dengan bank konvensional, meskipun mereka memiliki pengetahuan tentang hal tersebut. Pernyataan tersebut secara tidak langsung menjabarkan bahwa perspektif masyarakat juga menjadi factor penentu minat penggunaan bank syariah.

Perspektif nasabah dapat disetarakan dengan persepsi terhadap perbankan syariah. Persepsi adalah kesan seseorang atau pandangan individu terhadap suatu objek yang diperoleh melalui penginderaan atau hasil intepretasi terhadap objek, yang akan membuat tanggapan berupa tindakan apa yang akan dilakukan (Faha et al., 2022). Menurut (Damayanti, 2016) perspektif masyarakat untuk memilih perbankan syariah juga dilihat dari keyakinan masyarakat akan sistem yang diterapkan di bank syariah yang dapat memberikan manfaat menguntungkan bagi nasabah. Perbankan syariah sangat mementingkan pandangan islam, karena pemahaman mereka tentang pandangan ini dapat menyebabkan preferensi terhadap bank syariah karena sistem bagi hasil, dibandingkan dengan bank konvensional yang beroperasi dengan sistem bunga.

Berdasarkan uraian dan penjelasan bahwa terdapat factor internal yang mendorong masyarakat untuk menjadi nasabah perbankan syariah, serta adanya inkonsistensi tentang hasil penelitian yang membahas pengaruh pengetahuan, religuitas, dan perspektif masyarakat maka penelitian ini berfokus untuk menjabarkan bagaimana peran pengaruh tiga variable tersebut terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

KAJIAN TEORITIS

Planned Behaviof Theory

Theory of Planned Behavior menunjukkan bahwa pertimbangan kepribadian, sosial, dan informasi memengaruhi perilaku individu (Rawi et al., 2023). Faktor kepribadian (personal) adalah sikap umum dari seorang individu mengenai intelegensi, nilai-nilai kehidupan, emosi, dan sifat-sifat kepribadian. Agama, etnis, jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan adalah faktor sosial. *Theory of Planned Behavior* diciptakan sebagai perpanjangan dari *Theory of Reasoned Action*, karena ada perilaku tertentu yang berada di luar kendali penuh individu, tidak seperti yang ditegaskan oleh TRA - bahwa hampir semua perilaku dipengaruhi oleh niat individu untuk melakukan tindakan tertentu. (Rawi et al., 2023). Menurut teori ini, perilaku manusia adalah hasil pengambilan keputusan secara sadar yang memperhitungkan semua informasi yang tersedia.

Pengetahuan

Pengetahuan konsumen mencakup berbagai informasi mengenai produk atau layanan tertentu yang dimiliki oleh individu. Pengetahuan tersebut mempengaruhi proses pengambilan keputusan individu dalam memilih model jasa tertentu untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya, serta pemanfaatan jasa yang menawarkan produk tersebut. Ini adalah komponen integral dari keseluruhan informasi yang berkaitan dengan posisi konsumen di pasar.

Pengetahuan pelanggan di sini mengacu pada semua informasi yang didapatkan pelanggan tentang berbagai produk dan layanan, serta pengetahuan lain yang relevan dengan fungsinya sebagai pelanggan, terutama pengetahuan perbankan Islam. Jika kesadaran perbankan syariah rendah, maka pandangan dan keinginan untuk menjadi nasabah perbankan syariah juga ikut rendah (Hasanah, 2019)

Perspektif

Menurut (Faha et al., 2022) persepsi dapat dipengaruhi oleh beberapa karakter dari masing-masing individu yang dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:

- a) Sikap, dua individu yang sama tetapi pandangan terhadap objek masing-masing individu berbeda satu sama lain;
- b) Motif, kebutuhan seseorang yang tidak terpuaskan akan mendorong individu tersebut memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsinya;
- c) Kepentingan, kepentingan kita dengan kepentingan orang lain akan mengalami perbedaan, oleh karena itu fokus perhatian seseorang dalam satu situasi dapat berbeda di depan yang lain dan memiliki selera yang berbeda;
- d) Pengalaman, Karakter individu dapat dipengaruhi oleh peristiwa masa lalu, serta kepentingan atau minat individu. Seseorang akan merasakan pengalaman masa lalu terhadap sesuatu yang berhubungan dengan hal-hal yang akan terjadi di masa depan;
- e) Harapan, harapan dapat mengubah persepsi orang yang terlihat dari harapan mereka saat ini

Religuitas

Religiusitas diartikan sebagai bagian dari ekspresi spiritual seseorang yang dikaitkan dengan sistem kepercayaan, nilai-nilai, dan hukum yang berlaku (Mangunwijaya, 1982). Seperti dikemukakan (Hasibuan, 2020). Religiusitas cenderung menghargai nilai-nilai universal agama secara substansi. Keyakinan agama berdampak besar pada pilihan yang kita buat dalam sikap dan perilaku sosial kita. Individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, seperti umat Islam yang taat, cenderung menerapkan ajaran agamanya dalam segala aspek kehidupannya, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Misalnya, seorang muslim yang saleh akan memilih lembaga keuangan yang sejalan dengan prinsip syariah Islam.

METODE PENELITIAN

Artikel ini dirancang menggunakan metode studi pustaka, yaitu metode yang menggunakan teknik pemahaman dan pengumpulan data dari berbagai teori dan sumber literature yang berkaitan (Adlini et al., 2022). Sumber data yang dipakai untuk atikel ini berasal dari dokumentasi berbagai artikel penelitian terdahulu yang menggunakan variable terkait dengan artikel ini. Berbagai data yang dihimpun dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif yang mana nantinya akan menjabarkan opini ataupun argumentasi berdasarkan pendapat dari para ahli dan data tersedia untuk menguraikan terkait pengaruh minat menabung di bank syariah. Beberapa variable yang digunakan antara lain minat menabung di bank syariah sebagai varibel terikat, sedangkan variable tidak terikat terdiri atas pengetahuan, perspektif, dan religuitas masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data berupa studi terdahulu yang membahas factor – factor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah, dirangkum dalam tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Ringkasan Studi Terdahulu

No	Penulis	Hasil Penelitian
1.	(Parastika et al., 2021)	Keputusan menabung di bank syariah dipengaruhi secara positif oleh religiusitas dan pengetahuan.
2.	(Ilfita & Canggih, 2021)	Religuitas secara signifikan berpengaruh mendorong keinginan siswa untuk menabung di bank syariah
3.	(Hasanah, 2019)	Keinginan mahasiswa UMP untuk menyimpan uang di bank syariah secara signifikan dipengaruhi oleh tingkat religiusitas dan pengetahuan mahasiswa, terlihat pada pengaruh yang positif
4.	(Sulistiowati et al., 2023)	Keinginan untuk menyimpan uang di bank syariah banyak dipengaruhi secara positif oleh religiusitas
5.	(Saptasari & Aji, 2020)	Pengetahuan dan Religuitas memberikan pengaruh positif terhadap keinginan menabung di bank syariah
6.	(Fajar Sodik et al., 2022)	Pengetahuan yang baik terhadap berbagai produk yang ditawarkan bank syariah berdampak besar terhadap kecenderungan mahasiswa FEBI yang kuliah di UIN Sunan Kalijaga untuk menyimpan uangnya di bank-bank tersebut, sedangkan religiusitas tampaknya tidak berpengaruh.
7.	(Faha et al., 2022)	Studi kasus di BSI KCP Mojokerto Bangsal, niat menabung dipengaruhi secara positif oleh religiusitas dan persepsi

Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berkaitan dengan minat menabung menyatakan bahwa perilaku seseorang yang muncul dipengaruhi oleh respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan nasabah untuk mencari informasi terkait dengan apa yang dicari (Faha et al., 2022). Senada dengan teori *Theory of Planned Behavior*, pengetahuan bank syariah termasuk dalam elemen pengetahuan kategori keyakinan kontrol, dimana kategori tersebut memperkuat argumen bahwa perilaku atau kerja dapat dilakukan dengan percaya diri. Pendapat tersebut selanjutnya didukung oleh (Utamy & Widhiastuti, 2020) bahwa pengetahuan bagian dari identitas penting bagi perumusan tindakan seseorang. Pengetahuan yang difokuskan pada pemahaman akan memudahkan menentukan pilihan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fajar Sodik et al., 2022; Hasanah, 2019; Ilfita & Canggih, 2021; Parastika et al., 2021; Saptasari & Aji, 2020) menemukan bukti bahwa pengetahuan secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Dalam dunia perbankan syariah, keputusan untuk menabung berbanding lurus dengan tingkat pengetahuan seseorang tentang hal tersebut. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan seseorang memilih untuk menabung di bank syariah. Sebaliknya, jika pengetahuan seseorang tentang perbankan syariah terbatas, maka keputusannya untuk menabung di lembaga tersebut cenderung akan menurun. Tingkat pengetahuan seseorang tentang bank syariah dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pemahaman dan keyakinan kontrol. Keyakinan kontrol mengacu pada kepercayaan individu pada kemampuan mereka untuk terlibat dalam perilaku atau tugas tertentu. Misalnya, siswa yang memiliki pengetahuan tentang bank syariah, termasuk prinsip dan produk, mungkin merasa lebih cenderung untuk menabung di lembaga tersebut.

Pengaruh Religuitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Religuitas memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat dengan membentuk sebuah kepercayaan, pengetahuan, dan sikap seseorang (Soma et al., 2017). Menurut (Hasanah, 2019) religiusitas merujuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Makna yang serupa, religuitas diartikan sebagai ekpresi atau gambaran dari sistem kepercayaan yang dianut sehingga membawa pada perilaku dalam mengambil keputusan. Religiusitas dapat dipandang sebagai standar bagi individu untuk mengukur tingkat pemahaman, keimanan, keikutsertaan dalam ritual, ketaatan pada prinsip-prinsip agama dan penghormatan terhadap agamanya (Faha et al., 2022).

Sikap seseorang untuk menggunakan perbankan syariah didasari pada keyakinan terhadap agama untuk menarik minat menjadi manifestasi dari *Theory of Planned Behavior*. Secara umum, tindakan masyarakat untuk mengambil langkah menyimpan uang di bank syariah didasarkan pada factor personal. Beberapa penelitian (Faha et al., 2022; Hasanah, 2019; Ilfita & Canggih, 2021; Parastika et al., 2021; Saptasari & Aji, 2020; Sulistiowati et al., 2023) menemukan bahwa factor religuitas secara signifikan membawa pengaruh positif terhadap keinginan atau minat menabung nasabah di

perbankan syariah. Dengan demikian unsur sikap mempengaruhi minat untuk berperilaku tertentu. Religiusitas juga dapat diusulkan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Secara khusus, ini bisa menjadi faktor penentu potensial bagi konsumen untuk menerima produk keuangan Islam (Hasanah, 2019).

Pengaruh Perspektif terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Cara pandang atau perspektif seseorang dalam menilai sesuatu akan menjadi landasan untuk pengambilan keputusan, termasuk di dalamnya keputusan untuk menyimpan dana di perbankan syariah. Sebuah perspektif cenderung menciptakan persepsi yang menjadi salah satu sebab munculnya sebuah minat. Sebuah persepsi juga memunculkan adanya keingintahuan atas informasi sebuah objek. Menurut (Imran & Hendrawan, 2018) persepsi masyarakat menggunakan layanan bank syariah terbagi atas persepsi terhadap cara pandang bunga dan bagi hasil. Hasil uji penelitian menjabarkan bahwa persepsi terhadap bunga dan bagi hasil secara signifikan positif memberikan dampak terhadap minat menggunakan jasa bank syariah. Perspektif masyarakat yang meyakini bahwa bunga bank adalah sebuah keharaman, akan memunculkan perspektif bahwa menabung di perbankan syariah lebih baik dibandingkan dengan menyimpan uang di bank konvensional.

Menurut (Damayanti, 2016) sistem perbankan syariah dicirikan oleh prinsip bagi hasil, yang menawarkan alternatif perbankan yang menguntungkan baik bank maupun masyarakat. Sistem ini menekankan investasi yang beretika, transaksi yang adil, mengutamakan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam produksi, serta menghindari aktivitas yang berifat spekulatif dalam transaksi keuangan. Guna menawarkan berbagai macam produk dan layanan perbankan dengan skema keuangan yang lebih variatif, perbankan syariah menjadi alternatif terpercaya bagi seluruh masyarakat Indonesia, tanpa terkecuali. Cara pandang masyarakat yang meyakini bahwa bagi hasil dengan bunga adalah hal yang berbeda juga menjadi dasar yang melatarbelakangi minat nasabah terhadap keinginan menabung di bank syariah. Merujuk pada *Theory of Reasoned Action* bahwa perilaku pengambilan keputusan dilandasi dengan norma subyektif, maka perilaku masyarakat yang memutuskan menjadi nasabah perbankan syariah berkaitan dengan persepsi yang dilandasi dengan adanya sikap, kepentingan, dan harapan.

Sebagaimana hasil penelitian (Rakhmah, 2016) bahwa adanya pengaruh positif signifikan antara persepsi dengan minat menabung di bank syariah mahasiswa FKIP Universitas Jember, dilandasi dengan munculnya perspektif mahasiswa terhadap perbankan syariah mengacu pada evaluasi atau kesan mereka terhadap bank syariah tersebut. Dimana ada mahasiswa yang memiliki kesan positif dan baik terhadap bank syariah, maka mahasiswa tersebut akan mau menabung di bank syariah tersebut. Sebaliknya, jika kesan siswa terhadap perbankan syariah negatif/buruk, maka motivasi siswa untuk menabung akan rendah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa peningkatan pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sama halnya dengan perspektif atau cara pandang yang diidentikkan dengan persepsi masyarakat, serta factor religuitas juga menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hasil ini senada dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyebutkan bahwa perilaku atau keputusan seseorang dilandasi dengan norma subjektif.

Implikasi dari temuan ini, perlu adanya program untuk mendorong percepatan pemahaman masyarakat terkait dengan perbankan syariah agar menambah pengetahuan, perspektif maupun persepsi masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menjabarkan secara spesifik dengan mengambil studi kasus tertentu, serta membahas berbagai macam variabel eksternal yang mendorong seseorang untuk melakukan pelayanan di perbankan syariah.

DAFTAR REFERENSI

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul Jurnal Pendidikan*, 6(1).
- Butt, I., Ahmad, N., Naveed, A., & Ahmed, Z. (2018). Determinants of low adoption of Islamic banking in Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 655–672. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2017-0002>
- Damayanti, S. (2016). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1).
- Deliana, M., Poluan, N. A., & Hidayat, N. (2022). Knowledge Of Sharia Banking On The Interest In Saving Of The Community In Nangka Binjai Utara Village Viewed From Social Demography Aspect. *Quantitative Economics Journal*, 11(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.24114/qej.v11i2.41516>
- Faha, Y. M., Masruchin, M., & Latifah, F. N. (2022). The Influence of Religiosity and Customer Perception on Interest in Savings. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 5(1), 153–166. <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1803>
- Fajar Sodik, M. Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, & Raida Nadia Syahita. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123–143. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.132.123-143>
- Hariyanto, H., & Nafi'ah, B. (2022). Analysis of Factors Affecting on Saving Intention in Islamic Bank: The Case in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 28. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4308>
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE :Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Hasibuan, I. A. (2020). The Effect Of Religiosity On Saving Intention At Sharia Bank In Medan City. *Journal Basic Science and Technology*, 9(2), 71–78.
- Ilfita, K., & Canggih, C. (2021). The Influence Of Sharia Financial Literacy, Religiosity, And Perception Of Saving Students' Interest In Sharia Banks. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 3(2), 113–134. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>
- Imran, I., & Hendrawan, B. (2018). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal Of Applied Business Administration. JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION*, 1(2), 209–218. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.621>
- Mangunwijaya, Y. . (1982). Agama dalam Kehidupan Manusia. Rainbow.

- 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).
- Otoritas Jasa Keuangan, O. (2021). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/>
- Otoritas Jasa Keuangan, O. (2022). Statistik Perbankan Syariah. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/>
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177–187. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>
- Rakhmah, S. M. (2016). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah. *Jurnal Pendidikan EKonomi*, 10(1).
- Rawi, J. D. N., Luthfiyanti, Y., & Widyaning, M. (2023). Pengaruh Theory Of Planned Behavior Terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN RMS Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 12(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36272/jes.v12i1A.241>
- Saptasari, K., & Aji, H. M. (2020). Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic bank: Religiosity, knowledge, and perceived quality. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 6(2), 165–180. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol6.iss2.art7>
- Soma, A. M., Primiana, I., Wiryono, S. K., & Febrian, E. (2017). Religiosity and Islamic Banking Product Decision: Survey on Employees of PT Telekomunikasi Indonesia. *ETIKONOMI*, 16(1), 25–42. <https://doi.org/10.15408/etk.v16i1.4379>
- Sulistiowati, S., Suwarsinah, H. K., & Simajuntak, M. (2023). The Factors Affecting Intention to Save at Indonesian Islamic Banks Using The Theory of Planned Behavior (TPB). *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.1.91>
- Sulistyono, M. A. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi Dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Pt. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condongcatur Yogyakarta). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 1(1), 1–25.
- Utamy, O. D. B., & Widhiastuti, R. (2020). The effect of Sharia bank knowledge, promotion, and facilities on savings decisions at Sharia banks with savings interest as mediation variables. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business (JIEMB)*, 1(1), 1–28. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2019.1.1.3986>