



**PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK, PROMOSI DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK
SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG JEMBER**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ekonomi
Pada Minat Program Studi Akuntansi*

Diajukan Oleh:

NELA WIDIYAWATI

NIM : 19.104447

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

2023

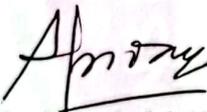
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER
PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK, PROMOSI DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK
SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG JEMBER

Nama : Nela Widiyawati
NIM : 19104447
Program Studi : Akuntansi
Minat Studi : Akuntansi Syariah

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Asisten


Dr. Yuniowita Indah Handayani, MBA.
NIDN.0012056702


Wiwik Fitria Ningsih, S.E., M.Akun
NIDN.0726068403

Mengetahui,

Ka. Prodi Akuntansi



Nurshadrina Kartika Sari, S.E., M.M
NIDN.0714088901

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER
PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK, PROMOSI DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK
SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG JEMBER

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi pada:

Hari/Tanggal : 07 Juli 2023
Jam : 11.00 WIB
Tempat : ITS Mandala Jember

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi:

Dr. Diana Dwi Astuti, M.Si

Ketua Penguji

Wiwik Fitria Ningsih, S.E., M.Akun

Sekretaris Penguji

Dr. Yunionita Indah Handayani, S.E., MBA

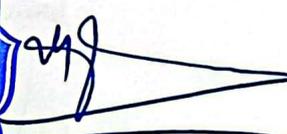
Anggota Penguji

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi


Nurshadrina Kartika Sari, S.E., M.M
NIDN.0714088901

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Muhammad Firdaus, S.P., M.M., M.P
NIDN.0008077101

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nela Widiyawati
NIM : 19104447
Program Studi : Akuntansi
Minat Studi : Akuntansi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul : PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK, PROMOSI, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENBUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH INDONESIA CABANG JEMBER merupakan hasil karya ilmiah yang saya buat sendiri. Apabila terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya siap menanggung risiko dibatalkan skripsi yang saya buat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan sejujurnya.

22 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Nela Widiyawati

MOTTO

“Sesulit dan seberat apapun rintangannya jangan pernah menyerah, Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al Baqarah : 286)

“Jangan takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Yang takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah. Jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua”

(Buya Hamka)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT dan junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana S1 Akuntansi di Institut Teknologi Sains Mandala Jember.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan beberapa pihak, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan anugerah dan berkah yang melimpah dalam menjalankan proses dan tanggung jawab penulis sebagai mahasiswi Institut Teknologi Sains dan Mandala Jember.
2. Bapak Dr. Suwignyo Widagdo, S.E., M.M., M.P selaku Rektor Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
3. Bapak Dr. Muhammad Firdaus, S.P., M.M., M.P selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
4. Ibu Nurshadrina Kartika Sari, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Akuntansi di Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
5. Ibu Dr. Yuniorita Indah Handayani, S.E., MBA selaku Dosen Pembimbing Utama yang memberi semangat dan pengarahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Wiwik Fitria Ningsih, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Asisten yang selalu memberikan semangat dan pengarahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.

7. Seluruh civitas akademika Institut Teknologi dan Sains Mandala yang membantu penulis selama proses studi.
8. Kantor Bank Syariah Indonesia Cabang Jember, yang telah memberikan waktu dan tempat sehingga penulis bisa melakukan penelitian ini.
9. Kepada Ibu Yusnita, kakak Elmi dan Bapak Haris, yang telah membantu menjebatani penulis dalam melaksanakan penelitian ini.
10. Kedua orang tua, “Bapak Misrun” dan “Ibu Wiwin Susiati” yang selalu menjadi motivasi dan alasan penulis untuk terus menjadi orang yang bermanfaat dan pantang menyerah, serta yang selalu mendukung semua kegiatan penulis di Institut Teknologi dan Sains Mandala baik dalam segi finansial sampai dengan doa-doa baiknya.
11. Kepada adik penulis “Muhammad Bayu Samudro” yang telah menjadi pendengar terbaik untuk semua masalah yang sedang penulis hadapi selama proses studi.
12. Seluruh mahasiswa program studi akuntansi angkatan 2019, terumata teman-teman kelas AA yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan di Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
13. Seluruh teman-teman penulis (Septia dan Laila) yang selalu memberikan dorongan untuk terus belajar dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari adanya kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini, karena itu penulis menerima kritik, saran dan masukan dari pembaca sehingga penulis dapat lebih baik di masa yang akan datang.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Terima kasih

Jember, 22 Juni 2023

Penulis,

Nela Widiyawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PEGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
2.2 Kajian Teori.....	21
2.2.1 Pengertian Pengetahuan	21
2.2.1.1 Jenis-jenis Pengetahuan	22
2.2.1.2 Cara Memperoleh Pengetahuan	23
2.2.2 Produk Bank Syariah	24
2.2.3 Promosi	28
2.2.4 Literasi Keuangan	29
2.2.5 Minat Menabung	31
2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Hipotesis.....	35
2.4.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Dibank Syariah Indonesia.....	35

2.4.2	Pengaruh Produk Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Dibank Syariah Indonesia.....	36
2.4.3	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Dibank Syariah Indonesia.....	36
2.4.4	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Dibank Syariah Indonesia.....	37
2.4.5	Pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Gambaran Objek Penelitian.....	37
3.2	Populasi dan Sampel	37
3.3	Jenis Penelitian	38
3.4	Identifikasi Variabel Penelitian	38
3.4.1	Independent Variabel (Variabel Bebas).....	38
3.4.2	<i>Dependent Variabel</i> (Variabel Terikat)	38
3.5	Definisi Operasional Variabel	38
3.6	Metode Pengumpulan Data	46
3.7	Metode Analisis Data	47
3.7.1	Uji Instrumen	47
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.3	Analisis Regresi Berganda	49
3.7.4	Koefisien Determinasi (R^2)	50
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Hasil Penelitian.....	54
4.1.1	Data Responden	54
4.1.2	Diskripsi Variabel	58
4.2	Analisis Hasil Penelitian	65
4.2.1	Uji Instrumen	65
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	67
4.2.3	Regresi Linier Berganda	70
4.2.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.2.5	Uji Hipotesis	73
4.3	Interpretasi Hasil Penelitian	75

4.3.1	Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.	75
4.3.2	Pengaruh Produk terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.	77
4.3.3	Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.	78
4.3.4	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.	79
4.3.5	Pengaruh Pengetahuan, Produk, Promosi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.	80
BAB V PENUTUP.....		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Implikasi.....	83
5.3	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		85

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Perbedaan dan Persamaan Penelitian	14
Tabel 3. 1 Indikator Pengetahuan.....	39
Tabel 3. 2 Indikator Produk	40
Tabel 3. 3 Indikator dan Item Pertanyaan Variabel Produk.....	43
Tabel 3. 4 Indikator dan Item Pertanyaan Variabel Literasi Keuangan.....	45
Tabel 3. 5 Indikator dan Item Pertanyaan Variabel Minat Menabung.....	45
Tabel 4. 1 Hasil Karakteristik Berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4. 3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kampus	56
Tabel 4. 4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	56
Tabel 4. 5 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Memiliki Rekening Syariah	57
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Pengetahuan (X1).....	58
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Produk (X2)	60
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Promosi (X3).....	61
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X4).....	62
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Minat Menabung (Y)	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Data	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Data	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Hetersokedastisitas.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner	98
Lampiran 3 Uji Validitas.....	104
Lampiran 4 Uji Reabilitas	109
Lampiran 5 Uji Normalitas	111
Lampiran 6 Uji Multikolonieritas	112
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas	113
Lampiran 8 Regresi Linier Berganda.....	114
Lampiran 9 Koefisien Determinasi (R^2)	115
Lampiran 10 R Tabel	116
Lampiran 11 Uji t.....	118
Lampiran 12 t Tabel	119
Lampiran 13 Hasil Uji F	121
Lampiran 14 F Tabel.....	122

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK, PROMOSI DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG JEMBER

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. Penelitian ini mengambil empat variabel bebas diantaranya pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan serta satu variabel terikat yaitu minat menabung. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Data yang digunakan. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dengan sampel adalah mahasiswa dengan kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 50 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan uji regresi liner berganda, uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial variabel pengetahuan dan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, untuk variabel promosi dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan secara simultan variabel pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: Pemahaman, Produk, Pemasaran, Literasi Keuangan, Keinginan Menabung, Bank Syariah Indonesia

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE, PRODUCTS, PROMOTIONS AND FINANCIAL LITERACY ON STUDENT INTEREST IN SAVING AT THE INDONESIAN SHARIA BANK (BSI) JEMBER BRANCH

This study aims to determine the effect of knowledge, products, promotions and financial literacy on student interest in saving at Bank Syariah Indonesia Jember Branch. This study takes four independent variables including knowledge, products, promotions and financial literacy and one dependent variable, namely interest in saving. This type of research uses quantitative research methods using interview techniques and questionnaires. The data used in the research is primary data with the sample being students with certain criteria. This study used a sampling technique, namely purposive sampling with a sample size of 50 students. This study This study multiple regression, t-test, and F-test. The results of this study indicate that partially the variables of knowledge and products have no significant effect on saving interest, for promotional variables and financial literacy have a significant effect on saving interest. While simultaneously the variables of knowledge, products, promotion and financial literacy have a significant effect on students' interest in saving at Bank Syariah Indonesia.

Keywords: *Understanding, Products, Marketing, Financial Literacy, Desire to Save, Bank Syariah Indonesia*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan pasar yang memiliki kemampuan untuk mengembangkan keuangan syariah. Hal ini dikarenakan Indonesia termasuk negara dengan jumlah umat muslim terbesar di dunia. Menteri Agama (Menag) mengatakan bahwasannya secara nasional, proporsi penduduk muslim Indonesia adalah 87,2 persen dari total populasi penduduk tanah air. Sesuai dengan tujuan ekonomi Islam yaitu, pemerataan kekayaan tanpa adanya mudharat, diwujudkan dengan adanya perbankan syariah yang diharapkan dapat berpedoman pada hukum Islam. Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syariah (hukum Islam). Dengan dibentuknya sistem ini sebagai upaya menjawab kegelisahan masyarakat terkait larangan meminjam dengan pengenaan bunga pinjaman. Hal ini diperkuat lagi dengan pendapat para ulama di Indonesia yang diwakili oleh fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 1 Tahun 2004 tentang bunga (Interest/Fa'idah) yang memutuskan bahwa praktek pembungaan hukumnya haram, baik dilakukan oleh bank, asuransi, pasar modal, pegadaian, koperasi dan lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu (Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

Bank di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu bank syariah dan bank konvensional. Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional, dimana bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada nasabahnya. Bank syariah tidak mengenal yang namanya sistem bunga,

baik itu bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Quran dan Hadist. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Quran dan Hadist Rasulullah SAW. Sedangkan dalam praktik perbankan konvensional terdapat kegiatan yang melanggar syariat agama Islam, seperti menerima dan membayar bunga (riba), membiayai kegiatan produksi dan perdagangan barang-barang yang dilarang syariah (Ismail, 2011).

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas beragama muslim sehingga akan menjadi sebuah permasalahan bagi masyarakat mayoritas muslim dengan jumlah pengguna bank konvensional yang masih lebih unggul. Kurangnya pengetahuan dan minat khususnya mahasiswa terhadap perbankan syariah, serta perkembangan sektor perbankan yang tidak terlepas dari perilaku konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan jasa perbankan, merupakan penyebab dari mendominasinya bank konvensional. Minat menabung masyarakat khususnya mahasiswa diibaratkan sebagai minat beli, yaitu perilaku yang timbul sebagai reaksi terhadap objek yang menjelaskan keinginan konsumen. Perilaku konsumen dapat dijadikan petunjuk bagi perbankan syariah dalam menerapkan manajemen pemasaran yang tepat terhadap masyarakat. Menurut Kotler & Keller, perilaku konsumen dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu: faktor budaya, sosial, kepribadian dan kejiwaan. Masing-masing dari faktor tersebut memiliki sub faktor yang menjadi elemen pembentukannya. Seperti, sub budaya, kelas sosial,

keluarga, peran dan status, usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan.

Perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Sedangkan apabila kita berbicara mengenai fungsi bank syariah, bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah (Andrianto & Firmansyah, 2019).

Bank syariah hadir di tengah-tengah perbankan konvensional untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Sebagaimana dikatakan oleh para ekonom muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syariah, yaitu: adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya; serta dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (*selfishness*).

Perbankan Syariah pada era saat ini menjadi perbincangan disemua kalangan. Begitu pula dikalangan mahasiswa. Hal-hal yang menjadi perbincangan adalah fungsi bank mengenai penghimpunan dana meliputi tabungan, deposito, dan giro akan tetapi yang paling dominan dibahas yaitu tabungan. Antusias mahasiswa dalam membahas bank syariah ini dapat di lihat dari banyaknya mahasiswa membuka tabungan baik itu di Bank Syariah Indonesia. Pola menabung dari mahasiswa ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang mendasar yang mengakibatkan mahasiswa tertarik untuk menabung di bank syariah diantaranya pengetahuan mahasiswa mengenai bank syariah, prduk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah promosi yang dilakukan oleh bank syariah serta literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa (Al Aswad dan Patimbagi, 2022).

Para nasabah bank syariah tersebar dari segala kalangan salah satunya dari kalangan mahasiswa. Dalam hal ini kalangan mahasiswa merupakan golongan dari kaum terdidik dan berperan sebagai salah satu aspek yang dapat berkontribusi dalam meningkatkan pembangunan bangsa, dimana setiap keputusan yang telah diambil dilakukan dengan bijak dan dapat dipertanggungjawabkan. Salah satunya ialah melakukan keputusan untuk membuka rekening dan menabung dibank syariah. Dalam upaya untuk menentukan suatu keputusan tentunya dipengaruhi oleh faktor prioritas dan faktor yang paling dekat dengan lingkungan mahasiswa tersebut (Cindy Claudia Thohari & Luqman Hakim, 2021).

Faktor pertama yang meyebabkan mahasiswa tertarik menabung yaitu pengetahuan. Menurut (Kristiyadi & Hartiyah, 2016) menjelaskan bahwa tingginya pengetahuan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat

menabung. Pemahaman akan pengetahuan perbankan syariah yang baik akan meningkatkan minat menabung di Bank Syariah. Dimana pengetahuan dapat mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Faktor kedua adalah produk bank, penelitian (Andespa, 2017) menyatakan produk bank merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pada minat menabung di Bank Syariah. (Rusdianto & Ibrahim , 2016) menjelaskan ciri khas yang ada pada produk Bank Syariah memberikan manfaat serta berdampak yang baik kepada nasabah ataupun lembaga keuangan.

Faktor ketiga yaitu promosi, menurut (Rianto, 2010) adalah salah satu langkah penting yang harus dilakukan bank untuk menarik minat calon nasabah. Tujuannya adalah untuk menginformasikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini diperkuat oleh pernyataan (Arif, 2019) yang menyatakan bahwa promosi juga dinilai sebagai sarana yang paling ampuh untuk mempertahankan nasabahnya. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan menabung di perbankan syariah ialah literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan pengetahuan yang dimiliki setiap individu seputar keuangan dan kemampuan mengelolanya yang bertujuan untuk mengadakan keputusan keuangan yang efektif (Margaretha & Pambudhi, 2015). Menurut (Nasihah & Listiadi, 2019) atau lebih sederhananya bahwa literasi keuangan berarti pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen keuangan pribadi. Menurut (Das, 2016) Tingkat literasi keuangan yang rendah secara khusus mampu menyebabkan akses yang didapatkan seputar lembaga keuangan syariah sedikit serta akan terhambatnya pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti pada bagian *Customer Service* dan *Teller* di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember masih banyak mahasiswa khususnya wilayah jember belum mengetahui lebih detail tentang Bank Syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa yang masih melakukan pembayaran UKT kampus dengan cara manual (melalui *Teller*) karena masih belum bisa mengoperasikan secara maksimal fasilitas yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Selain itu, terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi mahasiswa masih belum mengetahui tentang Bank Syariah Indonesia karena dari kalangan mahasiswa sudah terlebih dahulu sudah mempunyai rekening tabungan konvensional yang membuat mahasiswa berfikir tidak perlu memiliki banyak rekening. Dan kebanyakan dari mereka banyak yang belum mengetahui manfaat dan keuntungan yang didapatkan dengan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Baik keuntungan dari segi syariah maupun *finance*. Mahasiswa juga beranggapan bahwa Bank Syariah Indonesia masih belum tersebar luas dibandingkan Bank konvensional.

Berdasarkan paparan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana ‘‘Pengaruh Pengetahuan, Produk, Promosi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember’’.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan tentang Bank Syariah berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia?

2. Apakah produk Bank Syariah berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia?
5. Apakah pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan Bank Syariah secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh produk Bank Syariah secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.
5. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam menerapkan teori yang telah diperoleh selama berada dibangku perkuliahan.

2. Bagi Bank Syariah

Diharapkan hasil dari penelitian mampu memberikan dampak positif dan kontribusi yang menguntungkan dan mampu memberikan informasi serta sebagai bahan penunuk penyusuna strategi marketing, edukasi, dan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah bagi perkembangan usahanya

3. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk peneliti lainnya yang berkaitan dengan bidang akuntansi syariah.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang jauh dari tujuan penelitian maka akan dibatasi masalah yaitu, dalam penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di wilayah Jember diantaranya dari Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember, Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan sudah memiliki rekening Bank Syariah di wilayah Jember.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Hasil penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini. Penelitian yang menjadi referensi yaitu:

1. Maskur Rosyid, Halimatu Saidiah (2016), meneliti tentang tingkat pengetahuan santri dan guru pondok pesanren babus salam terhadap minat menabung di Bank Syariah. Teknik analisis data yang digunakan adalah model regresi sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan perbankan berpengaruh terhadap minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh pengetahuan perbankan terhadap minat menabung.
2. Putri Dyah Wardani, Susanti (2019), tujuan penelitian ini untuk mengetahui beberapa faktor internal dan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya perilaku menabung di Bank Syariah. Teknik analisis data yang digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis data secara simultan maupun secara parsial kontrol diri, religiusitas, literasi keuangan, inklusi keuangan berpengaruh signifikan serta memiliki hubungan positif terhadap perilaku menabung di bank syariah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
3. Fadhilatul Hasanah (2019), tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh mahasiswa secara parsial dan simultan tingkat religiusitas,

pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayan terhadap preferensi menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP) pada Bank Syariah. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial tingkat religiusitas berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah yaitu berupa kepatuhan agama karena bagi mahasiswa menggunakan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam namun secara parsial tidak ada pengaruh pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada Bank Syariah, sedangkan secara simultan menunjukkan tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayan berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada Bank Syariah.

4. Muhammad Richo Rianto, Tutiek Yoganingsih (2020), tujuan penelitian ini merupakan penelitian yang dibangun untuk mempelajari hubungan religiusitas, pengaruh sosial dan dukungan pemerintah terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik wawancara dengan kuesioner. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa religiusitas dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah mandiri – Bekasi, namun dukungan pemerintah memberikan hasil yang berbeda dimana dukungan pemerintah tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank

syariah mandiri – Bekasi. Penelitian ini fokus kepada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah Mandiri – Bekasi. Penelitian ini diharapkan akan memberikan gambaran kepada Bank Syariah Mandiri dalam mempertimbangkan keputusan bisnis dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

5. Nur Syamsi Adilla, Eliyanora dan Desi Handayani (2021), tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. Teknik analisis yang digunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung adalah religiusitas dan pengetahuan mahasiswa. Oleh karena itu, diharapkan bank syariah selalu melakukan sosialisasi secara terus menerus tentang bank syariah dan juga dibarengi dengan program yang dapat meningkatkan keimanan seseorang, sehingga masyarakat terutama mahasiswa dapat beralih ke bank syariah. Sehingga perbankan syariah dapat lebih maju ke depannya dan begitu juga dengan system keuangan syariah yang semakin berkembang.
6. Syaeful Bakhri, Fitrohtul Laeli, Moh. Mabruri Faozi (2021), tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat menabung santri pondok pesantren Ar-Ridwan di bank syariah. Teknik analisis yang digunakan metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah,

promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah, artinya secara bersama-sama pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah.

7. Cindy Claudia Thohari, Luqman Hakim (2021), tujuan Penelitian ini dilakukan untuk bahan analisis pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah dan *product knowledge* dengan religiusitas sebagai variabel moderating terhadap keputusan menabung di bank syariah. Teknik analisis yang digunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 140 mahasiswa. Hasil analisis penelitian ini didapatkan bahwa pembelajaran perbankan syariah dan *product knowledge* berpengaruh positif serta signifikan sedangkan literasi keuangan syariah mampu mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah meskipun kurang signifikan terhadap variabel keputusan menabung di bank syariah. Kemudian religiusitas tidak dapat memoderasi pembelajaran perbankan syariah dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah sedangkan religiusitas mampu memperkuat *product knowledge* terhadap keputusan menabung di bank syariah.
8. Alifah Dwi Novianti , Luqman Hakim (2021), tujuan penelitian untuk menganalisis pengetahuan perbankan syariah, produk bank dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah dengan persepsi sebagai variabel moderating. Teknik analisis yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh pengetahuan

perbankan syariah terhadap minat menabung, terdapat pengaruh produk bank terhadap minat, terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating produk bank dengan minat menabung, persepsi merupakan variabel moderating religiusitas dengan minat menabung.

9. Al Aswad , Andi Patimbangi (2022), tujuan penelitian ini untuk pengaruh pengetahuan, produk dan promosi terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Metode yang digunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan objek atau hasil penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank. Variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah .
10. Luthfi Zamakhsyari, Dwi Winarni, Wage (2022), tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang riba terhadap minat menabung di bank syariah (studi pada mahasiswa manajemen universitas muhammadiyah purwokerto). Teknik analisis yang digunakan adalah teknik sampling untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran yang akan dijadikan sumber data sebenarnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengetahuan tentang

riba dan produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah, sedangkan secara parsial pengetahuan tentang riba dan produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.

Tabel 2. 1 Ringkasan Perbedaan dan Persamaan Penelitian

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Maskur Rosyid, Halimatu Saidiah (2016)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan perbankan berpengaruh terhadap minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari dari t table, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti adanya pengaruh pengetahuan perbankan terhadap minat menabung.	Variabel independen: Pengetahuan, Produk Variabel dependen: Minat Menabung	Variabel dependen: pengaruh minat guru dan santri. Objek Penelitian: BankSyariah Tangerang Tahun penelitian 2016
2.	Putri Dyah Wardani, Susanti (2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis data secara simultan maupun secara parsial kontrol diri, religiusitas, literasi keuangan, inklusi keuangan berpengaruh signifikan serta memiliki hubungan positif	Variabel independen: Pengetahuan literasi Variabel dependen: Minat Menabung Mahasiswa	Variabel Independen: pengaruh kontrol diri, religiusitas, inklusi keuangan. Objek penelitian: Bank Syariah Surabaya.

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		terhadap perilaku menabung di bank syariah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.		
3.	Fadhilatul Hasanah (2019)	Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial tingkat religiusitas berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah yaitu berupa kepatuhan agama karena bagi mahasiswa menggunakan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam namun secara parsial tidak ada pengaruh pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada Bank Syariah, sedangkan secara simultan menunjukkan tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk	Variabel independen: Pengetahuan, dan Produk Variabel dependen: Minat Menabung Mahasiswa	Variabel Independen: tingkat religiusitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan Objek penelitian: Bank Syariah Palembang Tahun penelitian 2019

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		dan kualitas pelayan berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada Bank Syariah.		
4.	Muhammad Richo Rianto, Tutiek Yoganingsih (2020)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa religiusitas dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah mandiri – Bekasi, namun dukungan pemerintah memberikan hasil yang berbeda dimana dukungan pemerintah tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah mandiri – Bekasi. Penelitian ini fokus kepada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah Mandiri – Bekasi. Penelitian ini diharapkan akan memberikan gambaran kepada Bank Syariah Mandiri dalam mempertimbangan keputusan bisnis dalam meningkatkan	Variabel dependen: Minat Menabung Mahasiswa	Variabel independen: pengaruh religiusitas, pengaruh sosial dan dukungan pemerintah. Objek penelitian Bank Mandiri Syariah Bekasi Tahun penelitian 2020

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		kinerja perusahaan.		
5.	Nur Syamsi Adilla, Eliyanora dan Desi Handayani (2021)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung adalah religiusitas dan pengetahuan mahasiswa. Oleh karena itu, diharapkan bank syariah selalu melakukan sosialisasi secara terus menerus tentang bank syariah dan juga dibarengi dengan program yang dapat meningkatkan keimanan seseorang, sehingga masyarakat terutama mahasiswa dapat beralih ke bank syariah. Sehingga perbankan syariah dapat lebih maju ke depannya dan begitu juga dengan system keuangan syariah yang semakin berkembang.	Variabel independen : pengetahuan Variabel dependen: Minat Menabung Mahasiswa	Variabel independen: pendapatan dan religiusitas. dan tahun penelitian dilakukan tahun 2021
6.	Syaeful Bakhri, Fitrohtul Laeli, Moh. Mabruri	Hasil penelitian menunjukan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap	Variabel independen : pengaruh dan promosi Variabel dependen :	Objek penelitian: Bank Syariah Semarang Tahun penelitian 2021

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Faozi (2021)	minat menabung santri di bank syariah, promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah, artinya secara bersama-sama pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah.	minat menabung	
7.	Cindy Claudia Thohari, Luqman Hakim(2021)	Hasil analisis penelitian ini didapatkan bahwa pembelajaran perbankan syariah dan product knowledge berpengaruh positif serta signifikan sedangkan literasi keuangan syariah mampu mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah meskipun kurang signifikan terhadap variabel keputusan menabung dibank syariah. Kemudian religiusitas tidak dapat memoderasi pembelajaran perbankan syariah dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan	Variabel dependen: Minat Menabung Mahasiswa	Variabel independen: Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating pembelajaran Perbankan Syariah -tahun penelitian tahun 2021

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		menabung dibank syariah sedangkan religiusitas mampu memperkuat product knowledge terhadap keputusan menabung dibank syariah.		
8.	Alifah Dwi Novianti , Luqman Hakim (2021)	Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung, terdapat pengaruh produk bank terhadap minat, terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating produk bank dengan minat menabung, persepsi merupakan variabel moderating religiusitas dengan minat menabung.	Variabel Independen: Pengetahuan, Produk Variable dependen: Minat Menabung	Objek: Religiusitas dan tahun penelitian 2021
9.	Al Aswad , Andi	Hasil penelitian ini menunjukkan	Variabel independen:	Objek penelitian: Bank Syariah

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Patimbangi (2022)	bahwa secara parsial variabel Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank. Variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.	Pengetahuan, Produk Dan Promosi Variabel dependen: Minat Menabung Mahasiswa	Bone
10.	Luthfi Zamakhsyari, Dwi Winarni, Wage (2022)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengetahuan tentang riba dan produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah, sedangkan secara parsial pengetahuan tentang riba dan produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap	Variabel independen: Pengetahuan Produk Variabel dependen: Minat Menabung Mahasiswa	Variabel independen: Pengetahuan Mahasiswa Tentang Riba - Objek dan tahun penelitian 2022

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.		

Berdasarkan hasil di atas yang membahas mengenai pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan sudah ada akan tetapi tidak ada yang membahas langsung empat variable tersebut, dan belum ada yang meneliti dikalangan mahasiswa. Maka dari itu peneliti memilih untuk meneliti empat variabel yakni pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan, dan menjadikan mahasiswa sebagai sebagai sampel.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (telinga, hidung, mata, dan lain-lain). Pada waktu penginderaan sampai menghasilkan pengetahuan tersebut sangat dipengaruhi intensitas perhatian dan persepsi terhadap objek. Sebagian besar pengetahuan seseorang diperoleh melalui indera pendengaran, dan indera penglihatan (Notoadmodjo, 2005).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengetahuan yaitu suatu hal yang dipahami berkenaan pada proses pembelajaran. Proses belajar ini terpengaruhi dari berbagai faktor yang mengenai motivasi dan faktor dari luar berupa sarana informasi yang tersediakan serta pada keadaan sosial budaya.

Pengetahuan merupakan suatu yang diperoleh dalam pengalaman dan membaca. Pengetahuan berbeda halnya dengan ilmu pengetahuan sebab ilmu

pengetahuan ialah suatu pengetahuan yang diambil dalam bentuk keterangan (analisis). Contoh dengan membaca berita di media sosial, kita menjadi tahu tentang adanya suatu kejadian tertentu dalam suatu berita. Oleh sebab itu adanya pengetahuan dapat membuat kita dari sebelumnya tidak mengerti menjadi mengerti (Nurdin, 2004).

2.2.1.1 Jenis-jenis Pengetahuan

Jenis pengetahuan dapat dibedakan menjadi pengetahuan ilmiah dan pengetahuan biasa (pengetahuan prailmiah). Dalam memperoleh pengetahuan ilmiah, mesti harus menjalani berbagai persyaratan yang di antaranya ialah: memiliki objek tertentu baik itu non formal ataupun formal dan mesti mempunyai sistem serta memiliki cara atau metode tertentu yang sifatnya secara umum (Wiratha, 2006).

Pengetahuan dapat dibedakan menjadi empat bentuk menurut (Muhammad Nurdin, 2004) ialah:

1. Pengetahuan teologis, ialah suatu pengetahuan yang mengenai keagamaan, pengetahuan mengenai pemberian dari tuhan.
2. Pengetahuan filosofis, ialah ilmu yang istimewa dalam mencoba menjawab berbagai istilah yang tidak dapat terjawab oleh ilmu biasa, sering disebut dengan filsafat.
3. Pengetahuan ilmiah, ialah suatu pengetahuan mengenai adanya cara atau metode dan sistem tertentu, disebut dengan ilmu pengetahuan.

4. Pengetahuan biasa, ialah suatu pengetahuan mengenai hal-hal yang biasa, yang terjadi pada kehidupan sehari-hari, yang disebut dengan pengetahuan.

2.2.1.2 Cara Memperoleh Pengetahuan

Pengetahuan memiliki berbagai cara untuk dapat diperoleh. Seseorang mengetahui segala sesuatu dapat diperoleh berdasarkan dari pengalaman yang ia peroleh dan juga seseorang dapat mengetahui yang disebabkan ia diberi tahukan oleh orang lain serta pengetahuan juga dapat dimiliki dari tradisi. Sebagai contoh bahwa seseorang yang lebih tua itu mesti dihormati, alangkah lebih baiknya mandi dua kali sehari dan makan tiga kali sehari. Sehingga manusia tersebut memperoleh pengetahuan dari pengalaman dan orang lain (Prasetyo dan Jannah, 2006).

Menurut (Prasetyo dan Jannah, 2006) pengetahuan memiliki sumber utama yang menyebabkan seseorang memperoleh pengetahuan, yaitu:

1. *Agreement Reality* (AR) adalah pengetahuan bersumber yang didasari adanya kesempatan-kesempatan pada diantara orang lain dengan diri sendiri. *Agreement reality* memiliki bentuk macammacamnya, yaitu didasarkan pada tradisi, kebiasaan dan informasi dari orang lain.
2. *Experiential Reality* (ER) merupakan pengetahuan yang bersumber diperoleh pada metode atau cara mengalami sendiri. Dengan demikian pengalaman yang mereka punya maka mereka akan menjadi tahu atas suatu hal.

Secara umum bahwa pengalaman ialah guru yang baik. Pengalaman sebagai pengetahuan akan di dapatkan dengan belajar dari pengalaman diri sendiri. Pengalaman yang dijalani setiap harinya apabila durenungkan maka akan memberikan berupa pengetahuan yang luas.

2.2.2 Produk Bank Syariah

Produk perbankan syariah mempunyai berbagai bentuk yang ditawarkan pada bidang penghimpun dana dari masyarakat yang juga hampir sama halnya dengan funding yang ada pada bank konvensional. Produk yang ditawarkan antara kedua lembaga perbankan sama sama bernama seperti tabungan, deposito dan giro. Akan tetapi, memiliki perbedaan diantara kedua lembaga tersebut yaitu dalam hal akad dan prinsip yang dipergunakan sehingga bentuk keuntungan yang diterima masyarakatpun juga berbeda (Nofinawati, 2014).

2.2.2.1 Tabungan Syariah

Tabungan syariah adalah tabungan yang menjalankan kegiatannya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Dewan Syariah Nasional (DSN) mengeluarkan aturan atau fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang telah dibenarkan ialah tabungan yang didasarkan dengan prinsip mudharabah dan wadi'ah.

1. Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah adalah suatu produk yang menghimpun dana oleh bank syariah dalam menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Tabungan mudharabah yang mana bank syariah bertindak sebagai pengelola dana (mudharib) sedangkan nasabahnya sebagai pemilik dana (shahibul maal). Bank syariah mempunyai

tindakan bebas dalam mengelola dana, sebab dengan hal ini nasabah tidak dapat memperoleh batasan-batasan kepada bank syariah dalam mengelola dananya. Bank syariah setelah mengelola dana nasabah, kemudian bank syariah akan mempunyai keuntungan dari investasi yang dilaksanakannya. Ketika bank syariah memperoleh keuntungan maka bank syariah harus membagi keuntungan yang diperoleh kepada nasabah sesuai dengan adanya kesepakatan nasabah bagi hasil pada awal membuka rekening (Ismail, 2011).

2. Tabungan wadiah

Tabungan wadiah suatu bentuk simpanan yang sangat terkenal pada kalangan masyarakat Indonesia baik itu masyarakat perdesaan maupun masyarakat kota. Tabungan wadiah adalah produk pada bank syariah yang merupakan simpanan dari nasabah dalam jenis rekening tabungan bertujuan sebagai pemakaian dan keamanannya. Menurut undang-undang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008 tabungan ialah berupa simpanan yang berdasarkan wadiah dan investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan ketentuan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut ketentuan dan syarat yang telah disepakati (ATM, buku rekening, slip penarikan dan lain-lain), akan tetapi tidak bisa ditarik dengan bilyet giro, cek atau suatu alat lain yang sama dengan itu (Wiroso, 2009)

2.2.2.2 Deposito Syariah

Deposito merupakan produk perbankan syariah yang masuk dalam produk penghimpun dana dengan menjalankannya berdasarkan prinsip syariah. Dewan

Syarian Nasional MUI mengeluarkan fatwa tentang deposito yang diperbolehkan ialah deposito berdasarkan prinsip mudharabah.

Deposito ialah dana nasabah yang ada di bank dengan bentuk penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat jangka waktu atau jatuh tempo yang telah disepakati. Produk deposito ini bank melakukan prinsip bagi hasil (Anshari, 2007).

2.2.2.3 Giro Syariah

Giro ialah bentuk simpanan yang ada di bank dengan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan bilyet giro, cek, dengan pemindahbukuan atau sarana perintah bayar lainnya yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dewan Syariah Nasional mengeluarkan fatwa bahwa giro diperbolehkan secara syariah adalah giro yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah.

1) Giro mudharabah

Giro mudharabah merupakan giro yang dijalankan dengan prinsip mudharabah. Prinsip mudharabah yang memiliki dua bagian yaitu mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah. Perbedaan antara kedua bagian mudharabah tersebut terletak pada ada dan tidak adanya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank yang akan mengelola dananya, baik dari bentuk tempat, sisi waktu ataupun objek investasinya. Bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul maal (pemilik dana).

Nasabah yang memiliki rekening giro mudharabah berhak mendapatkan bagi hasil dari nisbah yang telah ditentukan di awal pembukaan rekening. Bank syariah yang akan menanggung semua segala biaya operasional giro dengan menggunakan nisbah bagi hasil sesuai dengan haknya. Bank syariah juga tidak diperbolehkan mengurangi nisbah nasabah tanpa adanya persetujuan dari nasabah. Sesuai dengan aturan yang berlaku, PPH bagi hasil giro mudharabah dibebankan langsung pada rekening giro mudharabah disaat perhitungan bagi hasil (Karim, 2007).

2) Giro wadiah

Giro wadiah adalah titipan dana yang berasal dari pihak ketiga (nasabah) pada bank syariah dengan sistim penarikannya dilakukan setiap saat dengan menggunakan bilyet giro, kartu ATM, cek, dengan cara pemindahbukuan atau sarana perintah pembayaran lainnya. Nasabah yang mempunyai simpanan giro wadiah akan mendapatkan nomor rekening dan giran (pemegang rekening giro) wadiah.

Giro wadiah menggunakan akad wadiah yad dhamanah yang mana bank diperbolehkan mengelola dana nasabah yang terhimpun dengan tujuan mencari keuntungan dalam bentuk kegiatan yang berjangka pendek agar memenuhi kebutuhan likuiditas bank, tetapi selama dana itu tidak ditarik. Bank biasanya tidak mengelola dana ini pada pembiayaan bagi hasil dikarekan sifatnya yang jangka pendek. Adapun keuntungan bank dapat diperoleh dengan penggunaan dana ini menjadi milik bank.

2.2.3 Promosi

2.2.3.1 Pengertian Promosi

Promosi atau bisa juga dikatakan dengan komunikasi pemasaran merupakan suatu sarana perusahaan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung terhadap suatu produk atau merek yang akan dijual, promosi sebagai sarana dialog perusahaan dan membangun hubungan dengan konsumen untuk mempresentasikan suara perusahaan atau mereknya (Kotler dan Keller, 2009). Dalam promosi, disini bank dituntut untuk mempromosikan produk atau jasanya baik langsung maupun secara tidak langsung.

2.2.3.2 Tujuan dan Fungsi Promosi

Tujuan dan fungsi promosi terbagi dengan sendiri sendiri, seperti ketika menginformasikan keberadaan produk dapat dilakukan dengan iklan, untuk melakukan citra bank terhadap nasabah dapat dilakukan dengan publisitas, untuk memberi rangsangan terhadap nasabah dapat dilakukan menggunakan sales promotion. Berikut ini tujuan dan fungsi promosi antara lain :

1. Membujuk dan mempengaruhi, Promosi selain sebagai informasi juga bisa digunakan untuk membujuk para konsumen potensial.
2. Memberikan informasi, Suatu barang atau jasa dapat bertambah nilai dengan memberikan informasi terhadap para konsumen.
3. Alat mencapai tujuan, cara mencapai tujuan promosi yaitu dengan menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi.

4. Menciptakan kesan, promosi akan memberikan kesan tersendiri terhadap para konsumen untuk produk yang diiklankan sehingga pihak perusahaan akan menciptakan promosi dengan sebaik mungkin (Walangitan, 2017).

2.2.4 Literasi Keuangan

2.2.4.1 Pengertian Literasi Keuangan

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (2016) menjelaskan Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan dengan cerdas finansial dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan. *Organisation for Economic Co-operation and Development* atau OECD (2016) mendefinisikan literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman keuangan serta risiko-risiko keuangan yang dapat dipraktikkan oleh masyarakat atau individu dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well being*) dan membantu perekonomian.

Literasi keuangan artinya kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menilai serta memahami data penting sehingga dapat memilih keputusan menggunakan pemahaman tentang apa yang akan terjadi pada hal finansial. Literasi keuangan artinya kebutuhan fundamental untuk setiap individu agar terhindar dari persoalan keuangan. Persoalan keuangan tidak hanya ditinjau dari seberapa tinggi atau rendahnya pendapatan seorang, tetapi dicermati dari bagaimana cara dalam mengelolanya (*missmanagement*) seperti halnya kesalahan pada penggunaan kredit dan tidak adanya perencanaan keuangan yang baik (Rasyid, 2012).

2.2.4.2 Dimensi Literasi Keuangan

Menurut (Nurkhin, 2017) membagi dimensi literasi keuangan menjadi tiga yaitu:

1. **Pemahaman Mengelola Keuangan**

Pemahaman mengelola keuangan merupakan pemahaman individu terkait perhitungan matematika tentang nilai uang dan bunga, inflasi serta produk-produk keuangan. Indikator yang digunakan untuk mengukur pengetahuan keuangan yaitu *basic knowledge* (kemampuan melakukan perhitungan sederhana, pemahaman tentang bunga majemuk, inflasi, *time value of money* dan ilusi uang) dan *advance knowledge* (pengetahuan tentang investasi, aset keuangan, seperti saham, obligasi dan reksadana, risk and return, diversifikasi risiko, fungsi pasar saham, serta hubungan antara harga obligasi dan tingkat suku bunga (Rooij, Lusardi dan Alessie, 2012).

2. **Sikap**

Sikap keuangan merupakan respon berupa pernyataan yang menyatakan suka atau tidak suka terkait uang dan perilaku keuangan yang akan datang. Indikator untuk mengukur sikap keuangan adalah mengendalikan pengeluaran, pentingnya menabung dengan rutin, pentingnya membandingkan keuntungannya jasa keuangan, pentingnya memiliki dana cadangan, pentingnya menyusun tujuan (Potrich et al, 2016).

3. **Perilaku**

Perilaku keuangan merupakan tindakan yang mencerminkan perilaku yang baik terhadap uang dan cara yang tepat dalam mengelolanya. Indikator yang

mencerminkan perilaku keuangan adalah membayar tagihan dengan tepat waktu, kebiasaan membuat catatan pengeluaran, mengontrol pengeluaran, kebiasaan menabung setiap bulan sekali, kepemilikan dana darurat untuk beberapa bulan ke depan, (Potrich et al, 2016) dan active saving serta considered purchase, OECD (2016).

2.2.5 Minat Menabung

2.2.5.1 Pengertian Minat

Menurut kamus psikologi dan filsafat, minat ialah kesukaan (kecendrungan hati), perhatian, keinginan dan perhatian yang terkandung atas unsur-unsur dari dorongan dengan berbuat sesuatu, suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran atas harapan, prasangka, perasaan dan rasa takut ataupun kecendrungankecendrungan lain yang mengarahkan diri sendiri kepada sebuah pilihan tertentu (Ulfa,2018).

Minat dapat dijadikan situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, sebagai dasar minat berarti penggerak atau pendorong untuk memperkirakan perilaku tindakan tersebut. Minat adalah suatu perangsang keinginan, gairah dan penggerak untuk mencapai tujuan tertentu (Nusrifida,2011).

Minat menabung adalah keinginan yang datang dari diri sendiri untuk melakukan penyimpanan harta dalam bentuk uang atau benda berharga lainnya pada bank dengan tujuan tertentu. Adapun lainnya minat menabung adalah suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk perbankan, dan ingin mencoba, menggunakan dan memiliki produk tersebut dalam hal ini tabungan. Fijriah, N. (2021)

2.2.5.2 Unsur-unsur Minat

Menurut (Nur Jannah, 2014) minat memiliki beberapa unsur menurut, antara lain:

1. **Motif**, Motif ialah sebab atau alasan seseorang untuk melakukan sesuatu. Dalam kamus psikologi dan filsafat motif diartikan sebagai kekuatan untuk mendorong yang menyebabkan seseorang mulai bergerak untuk menganbil sebuah tindakan. Motif juga dapat diartikan sebagai keinginan atau kehendak yang muncul dalam diri seseorang sehingga menyebabkan orang tersebut melakukan sesuatu. Pembentukan motif sangat berhubungan erat dengan tujuan seseorang dalam memenuhi segala kebutuhannya.
2. **Perasaan tertarik**, Perasaan ialah ungkapan pernyataan hati nurani yang dapat dihayati baik secara suka maupun tidak suka. Tertarik ialah suatu yang dirasakan baik itu berupa senang (ingin, suka dan sebagainya), terpicat (hatinya oleh) dan menaruh minat (perhatian).
3. **Perhatian**, Menurut Agus Sujanto bahwa perhatian adalah konsentrasi atau aktivitas jiwa seseorang terhadap pengertian, pengamatan dan sebagainya dengan mensampingkan yang lain dari pada itu. Sedangkan menurut Wasty Soemanto menyatakan bahwa perhatian bisa diartikan menjadi dua macam yaitu perhatian untuk pendayagunaan kesadaran sebagai memahami suatu aktivitas dan perhatian juga sebagai pusat kekuatan atau tenaga jiwa yang tertuju pada suatu objek-objek.

4. Perasaan senang, Perasaan senang berarti puas dan lega, tanpa ada rasa kecewa atau susah, suka dan gembira. Menurut W.S Winkel mengemukakan bahwa terdapat hubungan timbal baik antara minat dengan perasaan senang, dengan demikian tidak menjadi heran apabila seseorang berperasaan tidak senang, sehingga hal ini dapat mengakibatkan pada berkurang minat dan sebaliknya. Perasaan senang merupakan kegiatan psikis yang didalamnya terdapat subjek menghayati nilai-nilai dari sebuah objek.

2.2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

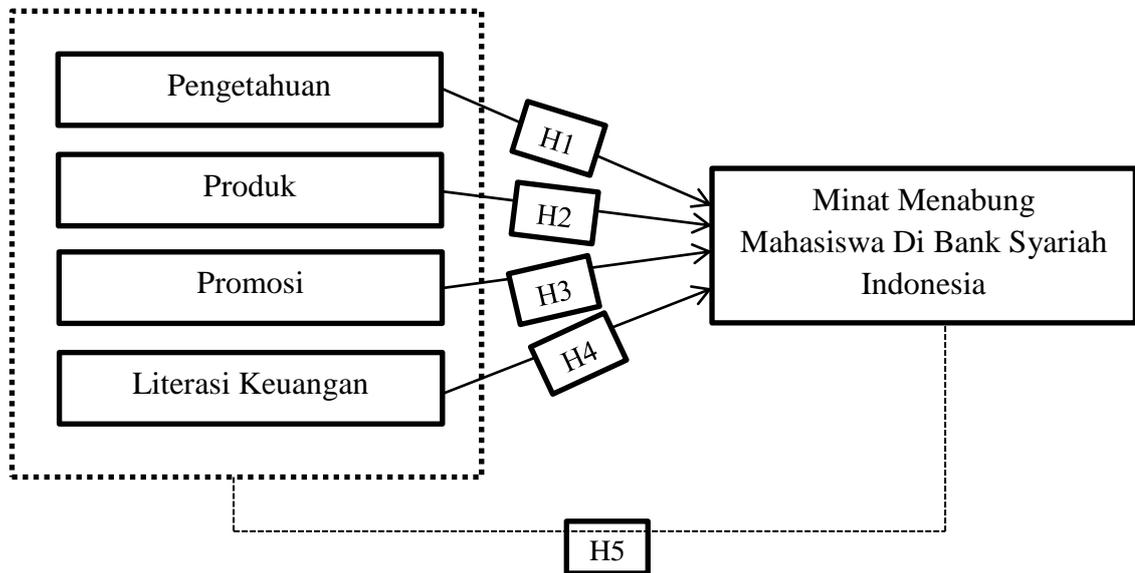
Menurut (Nur Jannah, 2014) menerangkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat, sebagai berikut:

1. Faktor intrinsik, adalah suatu keadaan yang berasal dari dalam diri sendiri untuk dapat mendorong agar melakukan segala tindakan tertentu. Dalam melakukan tindakan, ada perasaan senang dan membutuhkan sesuatu yang berkaitan dengan tindakan tersebut. misalnya melakukan tindakan belajar disertai dengan perasaan senang dan terdapat kebutuhan pada materi tersebut.
2. Faktor ekstrinsik, adalah suatu keadaan yang berasal dari luar diri sendiri atau individu yang juga dapat mendorong agar melakukan segala bentuk kegiatan.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah inti dari sebuah teori yang sudah dikembangkan serta dapat mendasari dalam perumusan hipotesis. Berikut ini digambarkan

kerangka konseptual yang berfungsi sebagai acuan sekaligus mencerminkan pola pikir yang digunakan dalam perumusan dan penyusunan hipotesis.



Gambar 2. 1 Gambar Kerangka Konseptual

Keterangan :

- > : Uji Simultan
 —————> : Uji Parsial

Kerangka konseptual diatas menggambarkan adanya hubungan variabel baik secara simultan maupun parsial. Garis lurus menggambarkan bahwa variable Pengetahuan (X1), Produk (X2), Promosi (X3), Literasi Keuangan (X4) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah Indonesia, sedangkan garis putus-putus menggambarkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Dibank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah, hal ini berarti bahwa peningkatan pengetahuan akan meningkatkan minat menabung.

Dari hasil analisis tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Zubair Hippy pada tahun 2014 bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, dan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Feti Rukmana Sari pada tahun 2017 bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Perbankan syariah akan semakin tinggi pertumbuhannya apabila masyarakat atau calon nasabah memiliki antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai bank syariah.

H1 : Diduga pengetahuan tentang BankSyariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung.

2.4.2 Pengaruh Produk Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Dibank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil pengujian data yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Terkait dengan produk bank syariah sebagai produk jasa tentu sangat tergantung pada kualitas dan keragaman produk yang dibutuhkan nasabah, untuk memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga mampu menarik minat untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin bagus dan lengkapnya produk yang ditawarkan di Bank Syariah maka akan semakin meningkat minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. (Al,Aswad, Andi Patimbangi)

H2 : Diduga Produk Bank Syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung

2.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Dibank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil analisis data diatas diperoleh hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah, hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik Promosi yang dilakukan Bank Syariah maka akan semakin meningkat minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Ryzka Amalia pada tahun 2019 bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Kosasih dan Liu

yang mengatakan bahwa promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan, semakin sering promosi dilakukan melalui berbagai media dapat mempengaruhi motivasi pelanggan, sehingga menarik minat pelanggan.

H3 : Diduga promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung

2.4.4 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Dibank Syariah Indonesia

Literasi keuangan suatu kemampuan seseorang mengenai pemahaman konsep keuangan serta kepercayaan diri dalam pengelolaan keuangan pribadinya serta mampu membuat keputusan dengan tetap memperhatikan perubahan kondisi ekonomi. Literasi keuangan berlaku pada semua kalangan masyarakat termasuk mahasiswa. Tentunya tingkat literasi keuangan setiap individu berbeda-beda, inilah yang mempengaruhi seseorang dalam berperilaku. Literasi keuangan yang dimaksud berhubungan dengan pengetahuan. Pengetahuan keuangan dirasa sangat penting. Karena seseorang dengan tingkat literasi keuangan rendah akan memiliki masalah dalam keuangannya. Hal ini didukung oleh Gathergood (2012) didalam penelitiannya menjelaskan individu dengan literasi keuangan rendah cenderung lebih mudah terlilit hutang yang tinggi. Upaya untuk meningkatkan literasi keuangan tidak hanya dilakukan terbatas pada bahan cetak atau bentuk lain dari media umum tetapi pendekatan yang lebih terstruktur, agar nantinya menjadi individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang memadai sehingga memungkinkan untuk mengelola keuangan pribadi secara efisien (Jamal, et al, 2015). Literasi keuangan tidak hanya wajib dipelajari pada saat di bangku

perkuliahan, literasi keuangan atau pengetahuan keuangan juga harus dipelajari serta diberikan pada saat menempuh pendidikan di tingkat dasar dan tingkat menengah.

H4 : Diduga Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung

2.4.5 Pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia

H5 : Pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Objek Penelitian

Objek Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa wilayah Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI).

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa di wilayah Jember.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono,(2016). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari proposal itu. Sedangkan untuk pengukuran sampel penelitian menurut Roscoe dalam Sugiyono menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pernyataan Roscoe dalam Sugiyono nomer 3, dimana bahwa sampel penelitian multivariate pada umumnya 10 kali atau lebih dari berapa jumlah variable yang diteliti. Maka dari itu menurut pendapat roscoe jumlah sampel minimal adalah 50 responden yang diperoleh dari (10 x 5 variabel). Untuk

memenuhi jumlah sampel minimal disebarkan 100 kuisisioner dengan harapan 50 persen kuisisioner yang disebar kembali.

3.3 Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuisisioner kepada responden. Cara memperoleh data menggunakan sekunder diantaranya adalah studi pustaka dan artikel ilmiah.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

3.4.1 Independent Variabel(Variabel Bebas)

Independent Variabel (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sujarweni, 2015). Variable bebas dalam penelitian ini adalah Pengetahuan (X_1), Produk (X_2), Promosi (X_3), dan Literasi keuangan (X_4).

3.4.2 Dependent Variabel (Variabel Terikat)

Dependent Variabel (Variabel Terikat) adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia (Y).

3.5 Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Bebas

Variabel Bebas, adalah yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (sugiyono,2017). Variabel bebas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a) Pengetahuan

Menurut Kristiyadi & Hartiyah (2016) menjelaskan bahwa tingginya pengetahuan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung. Dengan pemahaman akan pengetahuan perbankan syariah yang baik akan meningkatkan minat menabung di bank syariah. Pengetahuan nasabah dalam hal ini terkait semua informasi yang dimilikinasabah mengenai berbagai macam produk dan pelayanan serta pengetahuan lainnya yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah , khususnya pengetahuan akan perbankan syariah.

Tabel 3. 1 Indikator Pengetahuan

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Pengetahuan	Pengetahuan landasan dan asas perbankan syariah	Bank Syariah adalah bank yang berdasarkan hukum Al Quran, As sunnah, fatwa ulama, dan pemerintah.
	Landasan DPS	Di dalam bank syariah terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi operasionalnya
	Pengetahuan prinsip perbankan syariah	Saya mengetahui bahwa bank syariah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah
		Saya mengetahui bahwa Bank Syariah Indonesia menerapkan prinsip bagi hasil
		Sistem bunga didalam bank konvensional tidak digunakan didalam bank syariah karena riba.
	Pengetahuan tentang fungsi dan peran perbankan syariah	Saya mengetahui fungsi Bank Syariah Indonesia untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana pada masyarakat dengan prinsip syariah
		Didalam bank syariah terdapat penyaluran dana zakat, infaq, waqaf, dan sadaqah
Pengetahuan tentang jasa layanan	Bank syariah memudahkan transfer dengan layanan e-banking dan mobile banking	

Sumber : (Aurefanda V.,2018)

b) Produk

Produk bank, penelitian Andespa (2017) menyatakan produk bank merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung di bank syariah . Rusdianto & Ibrahim (2016) menjelaskan ciri khas yang ada pada produk bank syariah memberikan manfaat serta berdampak yang baik kepada nasabah ataupun lembaga keuangan . Berikut beberapa indikator produk Bank Syariah diantaranya:

1. Karakteristik atau atribut produk. Atribut produk suatu produk dibagi menjadi atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik suatu produk, sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen
2. Manfaat produk. Konsumen akan merasakan dua jenis manfaat setelah mengonsumsi suatu produk yaitu manfaat fungsional (manfaat yang dirasakan konsumen secara psikologis) dan manfaat psikososial (yang menyangkut aspek psikologis seperti perasaan, emosi, dan suasana hati).
3. Kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. Kepuasan yang diberikan oleh suatu produk juga tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Tabel 3. 2Indikator Produk

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Produk	Karakteristik atau atribut produk	Bank syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya juga menggunakan prinsip titipan atau simpanan (Al-Wadiah) untuk memberikan kemudahan bagi nasabah
	Manfaat produk	Saya memahami produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia bebas bunga dan berprinsip syariah.

	Keaneragaman produk	Saya mengetahui Bank Syariah Indonesia memiliki produk-produk perbankan yang beragam, menarik, inovatif dan menjawab kebutuhan nasabah.
	Kepuasan bagi nasabah	Kejelasan bagi hasil di Bank Syariah Indonesia memberikan kepuasan bagi saya.

Sumber: (Assegaf, A.,2021)

c) Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenalakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut Gitosudarmo,(2014, p.101). Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen Alma,(2011, p. 179). Dalam kegiatan promosi dibutuhkan empat sarana yaitu (Fajar Laksana, 2008:147-162 dan Indriyo, 2000:238-240):

1. Periklanan

Iklan menurut Kotler (2001:578) adalah segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Berdasarkan pengertian tersebut maka pengiklanan dilakukan perusahaan yang beriklan ke berbagai target pasar (konsumen). Faktor kunci utama periklanan adalah iklan harus menggugah perhatian calon konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, kemudian para konsumen dibuat untuk memerhatikan produk yang memberikan manfaat atau alasan bagi mereka untuk membeli dan mengingatkan kembali apa alasan

konsumen membeli produk (Agus Hermawan, 2012: 72). Contoh iklan yang dilakukan pihak Bank Syariah Indonesia yaitu iklan yang dikeluarkan setiap divisi, misalnya iklan mengenai produk bulan tertentu special kurban dari divisi prioritas pusat dan nantinya akan di sebarakan ke seluruh cabang untuk di publikasikan beserta dengan keterangan gambar atau iklan.

2. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat promosi lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Contoh promosi yang dilakukan pihak Bank Syariah Indonesia yaitu dengan menjual produk tabungan yang berjenis mudharabah atau bagi hasil, dimana nasabah jika membuka tabungan mudharabah dan menabung dengan nominal yang telah ditentukan, maka nasabah akan mendapatkan keuntungan seperti mendapatkan hadiah tanpa diundi.

3. Penjualan tatap muka

Penjualan tatap muka adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli untuk tujuan penciptakan penjualan. Contoh yang dilakukan pihak bank yaitu salah satunya R1 yang artinya Radius 1 km, dimana semua pegawai bank menawarkan produk dan jasa yang ada pada Bank Syariah Indonesia secara langsung kepada calon nasabah yang berada disekitar kantor cabang Bank Syariah Indonesia.

4. Publisitas

Publisitas adalah ruang editorial yang terdapat disemua media yang dibaca, dilihat atau didengar untuk membantu mencapai tujuan- tujuan penjualan dan tidak dibayar. Publisitas disebut juga hubungan masyarakat atau *public relation*. Contoh yang dilakukan pihak bank dalam publisitas yaitu dengan menyebarkan pamflet produk dan jasa ke media sosial masing-masing, sehingga dengan begitu banyak masyarakat akan mengetahui tentang produk dan jasa Bank Syariah Indonesia.

Tabel 3. 3 Indikator dan Item Pertanyaan Variabel Produk

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Promosi	Periklanan	Saya tertarik menyimpan dana ditabungan karena adanya iklan yang dilakukan Bank Syariah sangat menarik melalui media elektronik maupun media cetak
	Promosi penjualan	Saya tertarik menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia karena Bank sedang mengadakan promosi.
		Saya tertarik menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia karena pemberian hadiah secara langsung tanpadi undi.
	Penjualan tatap muka	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena promosi yang dilakukan oleh bank secara langsung ke nasabahnya
Publisitas	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena publisitas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia melalui kegiatan pameran,event atau kegiatan lainnya.	

Sumber : (Karmila, 2020)

d) Literasi Keuangan

Manajemen keuangan yang baik tentunya tidak luput dari adanya literasi keuangan yang baik pula. Literasi biasanya berkaitan dengan pengetahuan ,

dimana pengetahuan itu merupakan salah satu hal yang mengarah pada perilaku seseorang, (Antara,dkk,2016). Pada kalangan mahasiswa literasi keuangan telah diperoleh melalui pendidikan di perguruan tinggi, mahasiswa telah mendapatkan beberapa mata kuliah tentang keuangan untuk mengatasi masalah keuangannya. (Gathergood,2012) menemukan bahwa rendahnya literasi keuangan akan berdampak pada permasalahan keuangan seseorang misalnya tingkat tabungan seseorang yang rendah dan akan meluas, permasalahan utang yang berlebihan. Pentingnya literasi keuangan dijelaskan dalam penelitian (Bhabha et . al,2014) literasi keuangan diperlukan untuk membuat keputusan keuangan sehingga kesejahteraan individu dapat tercapai. Indikator yang terletak didalam literasi keuangan menurut (Shobah,2017) yaitu sebagai berikut: sebagai berikut:

1. Pemahaman, adalah kemampuan seseorang dalam aspek yang wajib dimiliki oleh masyarakat dalam konsep literasi keuangan, untuk bisa mengontrol keuangan dengan efektif. Bagi masyarakat supaya mampu untuk meningkatkan mutu dan kesejahterannya.
2. Kepercayaan, banyak dari sebahagian masyarakat tidak percaya diri akan dirinya sendiri, sehingga perlu merencanakan dan meningkatkan kepercayaan diri untuk kebutuhan jangka panjang.
3. Kemampuan, dapat diartikan sebagai definisi apabila seseorang atau masyarakat yang mempunyai tingkat literasi cukup tinggi untuk memmanifestasikan keputusan keuangan yang tepat dan efektif. Pengutipan keputusan menjadi salah satu yang paling utama untuk konteks didalam pemahaman keuangan.

4. Perilaku, pada manajemen keuangan pribadi perilaku yang memiliki arti kemampuan pada seseorang untuk memahami dan mengetahui pendapatan dana tunai, mengeluarkan sejumlah keharusan, pendidikan mengenai pembukaan rekening pada bank syariah, mengaju penanggungan dan melaksanakan rancangan keuangan pribadi masa depan.

Tabel 3. 4 Indikator dan Item Pertanyaan Variabel Literasi Keuangan

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Literasi Keuangan	Pemahaman tentang mengelola keuangan	Saya memiliki pengetahuan terhadap pengelolaan keuangan saya pribadi
	Kepercayaan yang dimiliki mahasiswa	Saya percaya bahwa dengan kemampuan yang saya miliki dapat meningkatkan keuangan dalam jangka panjang
	Kemampuan dalam mengelola keuangan	Saya memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam pengambilan keputusan terhadap uang saya
	Perilaku atau Sikap yang diambil dalam mengelola keuangan	Saya memutuskan menabung di Bank Syariah untuk perencanaan keuangan di masa depan.

Sumber : (Fijriah, N.,2021)

2. Variabel Terikat

Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia cabang Jember.

Tabel 3. 5 Indikator dan Item Pertanyaan Variabel Minat Menabung

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Minat Menabung	Informasi mengenai produk dan jasa	Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia karena memperoleh informasi mengenai produk dan jasa Bank Syariah Indonesia melalui orang sekitar atau secara langsung
		Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena dengan pengetahuan yang saya miliki tentang produk Bank Syariah Indonesia.

	Persyaratan menabung	Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia sering bertanya mengenai informasi syarat menabung di Bank Syariah kepada orang-orang disekitar saya.
	Tersedia ATM di banyak tempat	Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena Bank Syariah Indonesia bekerja sama dengan bank lain dalam penarikan tunai melalui ATM.
	Tersedia banyak pilihan jenis tabungan	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena Bank Syariah Indonesia karena memberikan banyak pilihan, seperti pembukaan rekening dengan menggunakan akad wadiah atau titipan.
	Realisasi minat mahasiswa	Jika saya memiliki uang lebih, saya akan menyimpan di Bank Syariah Indonesia.
		Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena mendapatkan informasi yang baik dari nasabah.
		Saya merekomendasikan teman saya terkait produk di Bank Syariah Indonesia.

Sumber: (Fijriah, N.,2021).

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara peneliti dalam memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan sesuai dengan kegunaan dan juga tujuan tertentu dari penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan narasumber dan beberapa karyawan yang bersangkutan dengan peneliti

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dan dokumentasi merupakan referensi data yang diperoleh dari jurnal dan literature yang berhubungan dengan penelitian ini sebelumnya.

3. Kuesioner

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebar kuesioner secara langsung kepada responden. Kuesioner adalah beberapa daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Daftar pertanyaan yang diajukan dalam bentuk kuesioner dan responden diminta untuk menjawab sesuai dengan dengan pendapat responden. Untuk mengukur pendapat responden menggunakan skala likert 5 point yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS).

3.7 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis data, yaitu sebagai berikut :

3.7.1 Uji Instrumen

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan valid dan reliable sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian . Adapun alat analisis uji kualitas data yang digunakan yaitu:

3.7.1.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan

pada setiap butir pertanyaan untuk diuji validitasnya. Apabila hasilnya menunjukkan r hitung dibandingkan dengan r table dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r table $<$ r hitung maka valid (Sujarweni, 2015).

3.7.1.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan poin pertanyaan dalam kuesioner. Uji reabilitas dapat dilakukan bersama terhadap poin pertanyaan. dikatakan reliabel ketika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60 (Sujarweni, 2015).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Analisis yang dilakukan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

3.7.2.1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik adalah data yang terdistribusi secara normal. Uji Normalitas dapat dilakukan dengan cara uji Kolmogorov-Smirnov. Uji Normalitas dapat dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2013).

3.7.2.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel-variabel bebas (variabel independent).

Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel-variabel bebas. Uji Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) yang dihasilkan 1 – 10 maka akan terjadi multikolinearitas. Nilai yang umum digunakan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau nilai VIF > 10 (Ghozali, 2013).

3.7.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat adanya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Uji heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varian konstan dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2013). Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan grafik plot (scatterplot) dimana penyebaran titik – titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta arah penyebarannya berada di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y.

3.7.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, serta menunjukkan arah hubungan variabel independen dan variabel dependen (Sujarweni, 2015:h.144). Adapun persamaannya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi Pertama

β_2 = Koefisien regresi Kedua

β_3 = Koefisien regresi Ketiga

β_4 = Koefisien regresi Keempat

β_5 = Koefisien regresi Kelima

X1 = Pengetahuan

X2 = Produk

X3 = Promosi

X4 = Literasi Keuangan

X5 = Pengetahuan, Produk, Promosi dan Literasi Keuangan

e = Error

3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2016).

3.7.5 Pengujian Hipotesis

3.7.5.1.1 Uji t (Parsial)

Uji Parsial ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menentukan nilai t, ditentukan dengan tingkat signifikansi

0,05 atau 5% dengan derajat kebebasan $df = (n - k - 1)$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel (Ghozali, 2013).

Langkah – langkah menguji hipotesis dengan distribusi t adalah :

1. Merumuskan hipotesa

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

2. Menentukan taraf nyata (level signifikansi = α)

Taraf nyata / derajat keyakinan yang digunakan sebesar $\alpha = 5\%$. Derajat bebas (df) dalam distribusi F ada 2 yaitu:

df numerator = $df_1 = df = k$

df denominator = $df_2 = df_2 = n - k - 1$

Dimana:

df = degree of freedom/derajat kebebasan

n = jumlah sampel

k = banyaknya koefisien regresi

3. Pengambilan Keputusan

a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $prob < 0,05$ maka variabel X secara individu (Parsial) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y .

b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $prob > 0,05$ maka variabel X secara individu (Parsial) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel.

3.7.5.1.2 Uji F (Simultan)

Uji Simultan ini digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2013). Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05, apabila nilai signifikansi < 0,05 artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi > 0,05 artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus uji F dilihat menggunakan df (degree of freedom) sebagai berikut :

df1 (pembilang) = k

df2 (penyebut) = n – k

dimana df = degree of freedom

k = jumlah variabel independen

n = jumlah data observasi

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika F hitung > F tabel maka berpengaruh atau jika sig < 0,05 maka berpengaruh
- Jika F hitung < F tabel maka tidak berpengaruh atau jika sig > 0,05 tidak berpengaruh.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada sub bab ini akan dibahas mengenai hasil survei yang telah diperoleh. Data yang diperoleh ditabulasikan terlebih dahulu menggunakan Microsoft Excel, kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS Versi 25.

4.1.1 Data Responden

Kuesioner dibagikan secara langsung kepada responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia cabang Jember. Responden dalam penelitian ini yaitu responden yang memiliki tabungan Bank Syariah Indonesia sebanyak 50 orang.

a. Data Responden Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan usia digolongkan antara 19 – 23 tahun. Hasil rekapitulasi responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4. 1 Hasil Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persen
19 Tahun	0	0%
20 Tahun	5	10%
21 Tahun	19	38%
22 Tahun	18	36%
23 Tahun	8	16%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel karakteristik berdasarkan usia diatas, dapat dilihat bahwa dari hasil penyebaran kuesioner secara langsung, responden yang berumur 19 tahun

0 responden atau 0%, responden yang berumur 20 tahun sebanyak 5 responden atau 10%, responden yang berusia 21 tahun sebanyak 19 responden atau 38%, responden yang berusia 22 tahun sebanyak 18 responden atau 36%, responden yang berusia 23 tahun sebanyak 8 responden atau 16%. Hal tersebut membuktikan bahwa minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember didominasi oleh responden yang berusia 21 tahun.

b. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin digolongkan menjadi laki-laki dan perempuan. Hasil rekapitulasi responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.2

Tabel 4. 2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-laki	14	28%
Perempuan	36	72%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel karakteris jenis kelamis diatas, maka jumlah responden terbesar adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 36 orang atau 72%. Sedangkan jumlah responden terendah adalah responden berjeniskelamin laki-laki yaitu 14 orang atau 28%. Maka disimpulkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan.

c. Responden Berdasarkan Asal Kampus

Responden berdasarkan asal kampus dilakukan di wilayah Jember. Hasil rekapitulasi responden berdasarkan asal kampus disajikan pada tabel 4.3 berikut.

Tabel 4. 3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kampus

Asal Kampus	Frekuensi	Persen
Institut Teknologi dan Sains Mandala	17	34%
Universitas Jember	11	22%
Universitas Muhammadiyah Jember	18	36%
UIN Khas Jember	4	8%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel karakteristik asal kampus dengan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yang mengunjungi Bank Syariah Indonesia dari bulan April – Mei. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa, asal kampus dari Institut Teknologi dan Sains Mandala sebanyak 17 responden atau 34%, responden asal kampus Universitas Jember sebanyak 11 responden atau 22%, responden asal kampus Universitas Muhammadiyah Jember sebanyak 18 responden atau 36%, responden asal kampus UIN Khas Jember sebanyak 4 responden atau 8%. Hal tersebut membuktikan bahwa responden asal kampus minat mahasiswa disominasi oleh kampus Universitas Muhammadiyah Jember dan paling sedikit adalah UIN Khas Jember.

d. Responden Berdasarkan Program Studi

Responden berdasarkan program studi dilakukan di wilayah Jember. Hasil rekapitulasi responden berdasarkan asal kampus disajikan pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4. 4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Frekuensi	Persen
Akuntansi	23	46%
Manajemen	18	36%
Ekonomi Pembangunan	5	10%
Perbankan Syariah	4	8%
Jumlah	50	100%

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan tabel karakteristik program studi, dapat dilihat bahwa hasil penyebaran kuesioner melalui media sosial maupun langsung responden program studi akuntansi sebanyak 23 responden atau 46%, responden program studi manajemen sebanyak 18 responden atau 36%, responden program studi ekonomi pembangunan sebanyak 5 responden atau 10%, responden program studi perbankan syariah sebanyak 4 responden atau 8%.

e. Responden Berdasarkan Lama Memiliki Rekening Syariah

Responden berdasarkan lama memiliki rekening bank syariah. Hasil rekapitulasi responden berdasarkan asal kampus disajikan pada tabel 4.5 berikut.

Tabel 4. 5 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Memiliki Rekening Syariah

Lama Memiliki Rekening Syariah	Frekuensi	Persen
<1 tahun	23	46%
1 - 2 tahun	15	30%
>2 tahun	12	24%
Jumlah	50	100%

Sumber :Data diolah,2023

Berdasarkan tabel karakteristik lama memiliki rekening syariah, dapat dilihat bahwa hasil penyebaran kuesioner secara langsung responden lama memiliki rekening syariah <1 tahun sebanyak 23 responden atau 46%, responden lama memiliki rekening syariah 1-2 tahun sebanyak 15 responden atau 30%, responden lama memiliki rekening syariah >2 tahun sebanyak 12 responden atau 24%.

4.1.2 Diskripsi Variabel

a. Pengetahuan

Penilaian responden terhadap masing-masing pernyataan yang berkaitan dengan pengetahuan Bank Syariah Indonesia (X1). Disajikan pada tabel 4.6 berikut.

Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Pengetahuan (X1)

Indikator	Frekuensi					Total
	SS	S	N	TS	STS	
Bank Syariah adalah bank yang berdasarkan hukum Al Quran, As sunnah, fatwa ulama, dan pemerintah.	27	22	1	0	0	50
Di dalam bank syariah terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi operasionalnya	24	24	2	0	0	50
Saya mengetahui bahwa bank syariah beroperasi sesuai dengan Prinsip-Prinsip Syariah	18	27	5	0	0	50
Saya mengetahui bahwa Bank Syariah Indonesia menerapkan prinsip bagi hasil	23	22	3	1	1	50
Sistem bunga didalam bank konvensional tidak digunakan didalam bank syariah karena riba.	24	22	3	1	0	50
Saya mengetahui fungsi Bank Syariah Indonesia untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana pada masyarakat dengan prinsip syariah	26	21	3	0	0	50
Didalam bank syariah terdapat penyaluran dana zakat, infaq, waqaf, dan sadaqah	27	18	4	1	0	50
Bank syariah memudahkan transfer dengan layanan net- banking dan mobile banking	32	13	5	0	0	50

Sumber : Hasil kuesioner penelitian,2023

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui variabel pengetahuan Bank Syariah Indonesia terdiri dari beberapa pernyataan. Pada pernyataan pertama 27 orang atau lebih dari 50% responden menyatakan sangat setuju, artinya bahwa responden memahami dasar hukum yang dipahami bank syariah dalam melakukan operasinya. Jawaban pernyataan kedua rata-rata 24 orang menyatakan sangat setuju dan orang menyatakan setuju, artinya bahwa responden memahami bahwa

bank syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. Jawaban pernyataan ketiga 27 responden atau lebih dari 50% menyatakan setuju, artinya bahwa responden memahami bahwa bank syariah beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Jawaban pernyataan keempat rata-rata responden sangat setuju dan setuju, dimana 23 orang sangat setuju dan 22 orang setuju, artinya bahwa responden mengetahui bahwa bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil. Jawaban pernyataan kelima rata-rata responden sangat setuju dan setuju, dimana 24 orang sangat setuju dan 22 orang, artinya bahwa responden mengetahui bahwa bank syariah tidak menerapkan sistem bunga dalam menjalankan operasinya. Jawaban pernyataan keenam 26 orang atau lebih dari 50% responden menyatakan sangat setuju, artinya bahwa responden memahami fungsi bank syariah untuk menghimpun dan menyalurkan dana dengan prinsip syariah. Jawaban pernyataan ketujuh 27 orang atau lebih dari 50% responden menyatakan sangat setuju, artinya bahwa responden mengetahui bahwa bank syariah terdapat penyaluran dana melalui zakat, infaq dan lain-lain. Jawaban pernyataan kedelapan 32 orang atau lebih dari 50% responden sangat setuju, artinya bahwa responden mengetahui bahwa bank syariah memudahkan nasabah dalam transfer dana melalui mobile banking maupun net banking.

b. Produk

Penilaian responden terhadap masing-masing pernyataan yang berkaitan dengan produk bank syariah Indonesia (X2). Disajikan pada tabel 4.7

Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Produk (X2)

Indikator	Frekuensi					Total
	SS	S	N	TS	STS	
Bank syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya juga menggunakan prinsip titipan atau simpanan (Al-Wadiah) untuk memberikan kemudahan bagi nasabah	26	23	1	0	0	50
Saya memahami produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia bebas bunga dan berprinsip syariah	23	17	10	0	0	50
Saya mengetahui Bank Syariah Indonesia memiliki produk-produk perbankan yang beragam, menarik, inovatif dan menjawab kebutuhan nasabah.	20	23	5	7	0	50
Kejelasan bagi hasil di Bank Syariah Indonesia memberikan kepuasan bagi saya.	26	17	7	0	0	50

Sumber : Hasil kuesioner penelitian,2023

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui variabel produk Bank Syariah Indonesia terdiri dari beberapa pernyataan. Pada pernyataan pertama 26 orang atau lebih dari 50% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden mengetahui bahwa bank syariah dalam menjalankan kegiatan operasional perbankan menggunakan prinsip titipan (al wadiah) untuk kemudahan nasabah. Jawaban pernyataan kedua 23 orang atau 46% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden memahami produk bank syariah berprinsip syariah. Jawaban pernyataan ketiga 23 orang atau hampir 50% responden setuju. Artinya responden mengetahui bahwa bank syariah memiliki produk-produk yang beragam, menarik, inovatif dan menjawab kebutuhan nasabah. Jawaban pernyataan keempat 26 orang atau lebih dari 50% responden sangat setuju. Artinya responden mengetahui tentang kejelasan bagi hasil dalam operasinya.

c. Promosi

Penilaian responden terhadap masing-masing pernyataan yang berkaitan dengan promosi Bank Syariah Indonesia (X3). Disajikan pada tabel 4.8

Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Promosi (X3)

Indikator	Frekuensi					Total
	SS	S	N	TS	STS	
Saya tertarik menyimpan dana ditabungan karena adanya iklan yang dilakukan Bank Syariah sangat menarik melalui media elektronik maupun media cetak	18	24	6	2	0	50
Saya tertarik menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia karena Bank sedang mengadakan promosi.	10	31	8	1	0	50
Saya tertarik menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia karena pemberian hadiah secara langsung tanpadi undi.	10	27	10	2	1	50
Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena promosi yang dilakukan oleh bank secara langsung ke nasabahnya nasabahnya	16	24	9	2	0	50
Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena publisitas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia melalui kegiatan pameran,event atau kegiatan lainnya.	11	28	10	1	0	50

Sumber : Hasil kuesioner penelitian,2023

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui variabel promosi Bank Syariah Indonesia terdiri dari beberapapernyataan. Pada pernyataan pertama 24 orang atau 48% responden setuju. Artinya bahwa responden mengetahui nasabah tertarik menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia karena melihat promosi melalui media elektoktronik. Jawaban pernyataan kedua 31 orang atau lebih dari 50% responden setuju. Artinya bahwa responden mengetahui nasabah tertarik menyimpan dana karena terdapat promosi pada Bank Syariah Indonesia. Jawaban pernyataan ketiga 27 orang atau lebih dari 50% responden setuju. Artinya bahwa responden mengetahui nasabah tertarik menyimpan dana karena mengetahui promosi pembukaan rekening dan mendapatkan hadiah tanpa diundi. Jawaban

pernyataan keempat 24 orang atau hampir 50% responden setuju. Artinya bahwa responden mengetahui nasabah tertarik menyimpan dana karena terdapat promosi yang dilakukan pihak bank. Jawaban pernyataan kelima 28 orang atau lebih dari 50% responden setuju. Artinya bahwa responden mengetahui bahwa nasabah tertarik menyimpan dana di bank syariah karena adanya publisitas yang dilakukan pihak bank.

d. Literasi Keuangan

Penilaian responden terhadap masing-masing pernyataan yang berkaitan dengan literasi keuangan Bank Syariah Indonesia (X4). Disajikan pada tabel 4.9

Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X4)

Indikator	Frekuensi					Total
	SS	S	N	TS	STS	
Saya memiliki pengetahuan terhadap pengelolaan keuangan pribadi saya	31	14	4	1	0	50
Saya percaya bahwa dengan kemampuan yang saya miliki dapat meningkatkan keuangan dalam jangka panjang	25	22	2	1	0	50
Saya memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam pengambilan keputusan terhadap uang saya	24	24	1	1	0	50
Saya memutuskan menabung di Bank Syariah untuk perencanaan keuangan di masa depan.	19	22	9	0	0	50

Sumber : Hasil kuesioner penelitian,2023

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui variabel literasi keuangan Bank Syariah Indonesia terdiri dari beberapa pernyataan. Pada pernyataan pertama 31 orang atau lebih dari 50% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden memahami pengetahuan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Jawaban pernyataan kedua 25 orang atau 50% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden memahami kemampuan mengelola keuangan dengan baik dapat

meningkatkan keuangan dalam jangka panjang. Jawaban pernyataan ketiga rata-rata 24 orang memilih sangat setuju dan setuju. Artinya bahwa responden memahami kemampuan dan pengetahuan dalam pengambilan keputusan terhadap uang pribadi. Jawaban responden kelima 22 orang atau hampir 50% responden setuju. Artinya bahwa responden memahami keputusan dalam menabung di bank syariah untuk perencanaan keuangan dimasa depan.

e. Minat Menabung

Penilaian responden terhadap masing-masing pernyataan yang berkaitan dengan minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia (Y). Disajikan pada tabel 4.10

Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Minat Menabung (Y)

Indikator	Frekuensi					Total
	SS	S	N	TS	STS	
Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia karena memperoleh informasi mengenai produk dan jasa Bank Syariah Indonesia melalui orang sekitar atau secara langsung	25	17	8	0	0	50
Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia sering bertanya mengenai informasi syarat menabung di Bank Syariah kepada orang-orang disekitar saya	18	24	7	0	1	50
Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena Bank Syariah Indonesia bekerja sama dengan bank lain dalam penarikan tunai melalui ATM	21	18	10	1	0	50
Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena dengan pengetahuan yang saya miliki	22	22	6	0	0	50
Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena Bank Syariah Indonesia karena memberikan banyak pilihan, seperti pembukaan rekening dengan menggunakan akad wadiah atau titipan.	26	20	4	0	0	50
Jika saya memiliki uang lebih, saya akan menyimpan di Bank Syariah Indonesia.	23	20	7	0	0	50

Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena mendapatkan informasi yang baik dari nasabah	23	20	7	0	0	50
Saya merekomendasikan teman saya terkait produk di Bank Syariah Indonesia	25	21	4	0	0	50

Sumber : Hasil kuesioner penelitian,2023

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui variabel minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia terdiri dari beberapa pernyataan. Pada pernyataan pertama 25 orang atau 50% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden berminat menabung karena memperoleh informasi mengenai produk atau jasa Bank Syariah Indonesia melalui orang sekitar. Jawaban pernyataan kedua 24 orang atau 48% responden setuju. Artinya bahwa responden berminat menabung karena sering bertanya mengenai informasi syarat menabung di Bank Syariah Indonesia. Jawaban pernyataan ketiga 21 orang atau 42% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden berminat menabung karena Bank Syariah Indonesia bekerja sama dengan pihak bank terkait ATM dalam penarikan tunai. Jawaban responden keempat rata-rata 22 orang menjawab sangat setuju dan setuju. Artinya bahwa responden memutuskan menabung karena memiliki pengetahuan yang dimiliki. Jawaban responden kelima 26 orang atau lebih dari 50% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden berminat menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia karena dalam bank tersebut memiliki banyak pilihan produk maupun jasa. Jawaban pernyataan keenam 23 orang atau 46% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden berminat menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia jika memiliki uang lebih. Jawaban responden ketujuh 23 orang atau 46% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden berminat menabung di Bank Syariah Indonesia karena mendapatkan informasi yang baik dari nasabah.

Jawaban pernyataan kedelapan 25 orang atau 50% responden sangat setuju. Artinya bahwa responden dapat merekomendasikan produk Bank Syariah Indonesia kepada orang sekitar.

4.2 Analisis Hasil Penelitian

4.2.1 Uji Instrumen

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan valid dan reliabel sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Adapun alat analisis ujikualitas data yang digunakan yaitu uji validitas datadan uji reliabilitas.

4.2.1.1 Uji Validitas Data

Pengujian validitas data digunakan untuk membuktikan apakah suatu pernyataan dalamkuesioner telah valid. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kuesioner dikatakan valid jika r tabel $<$ r hitung maka valid.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Pernyataan	r-hitung (Pearson Correlation)	Sig.(2 Tailed)	r-table 0,05	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,391	0,00	0.2353	Valid
	X1.2	0,642	0,00	0.2353	Valid
	X1.3	0,399	0,00	0.2353	Valid
	X1.4	0,614	0,00	0.2353	Valid
	X1.5	0,587	0,00	0.2353	Valid
	X1.6	0,802	0,00	0.2353	Valid
	X1.7	0,643	0,00	0.2353	Valid
	X1.8	0,619	0,00	0.2353	Valid

Produk (X2)	X2.1	0,509	0,00	0.2353	Valid
	X2.2	0,894	0,00	0.2353	Valid
	X2.3	0,853	0,00	0.2353	Valid
	X2.4	0,778	0,00	0.2353	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0,761	0,00	0.2353	Valid
	X3.2	0,791	0,00	0.2353	Valid
	X3.3	0,707	0,00	0.2353	Valid
	X3.4	0,755	0,00	0.2353	Valid
	X3.5	0,803	0,00	0.2353	Valid
Literasi Keuangan (X4)	X4.1	0,794	0,00	0.2353	Valid
	X4.2	0,73	0,00	0.2353	Valid
	X4.3	0,617	0,00	0.2353	Valid
	X4.4	0,644	0,00	0.2353	Valid
Minat Menabung (Y)	Y1.1	0,747	0,00	0.2353	Valid
	Y1.2	0,745	0,00	0.2353	Valid
	Y1.3	0,572	0,00	0.2353	Valid
	Y1.4	0,738	0,00	0.2353	Valid
	Y1.5	0,566	0,00	0.2353	Valid
	Y1.6	0,757	0,00	0.2353	Valid
	Y1.7	0,764	0,00	0.2353	Valid
	Y1.8	0,774	0,00	0.2353	Valid

Sumber : Data diolah,2023

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa antara seluruh indikator dengan masing-masing variabel, pengetahuan, produk, promosi, literasi keuangan dan minat menabung, menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel yang telah ditentukan yaitu 0,2306 dengan nilai signifikan kurang dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner berdasarkan pada indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen untuk pengumpulan data penelitian.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,727	Reliabel
Produk (X2)	0,774	Reliabel
Promosi (x3)	0,815	Reliabel
Literasi Keuangan (X4)	0,648	Reliabel
Minat Menabung	0,855	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2023

Data tabel 4.12 diketahui bahwa hasil pengujian reliabel pada variabel pengetahuan (X1), produk (X2), promosi (X3), literasi keuangan (X4) dan minat menabung (Y), menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner reliabel artinya kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang handal.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dimaksud adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* yaitu untuk menentukan data yang didistribusikan itu normal atau tidak.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.30744888
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.061
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa hasil pengujian normalitas data dengan *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan hasil asymp sebesar 0,200 lebih besar dari signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05 artinya data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada kuesioner dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*Independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

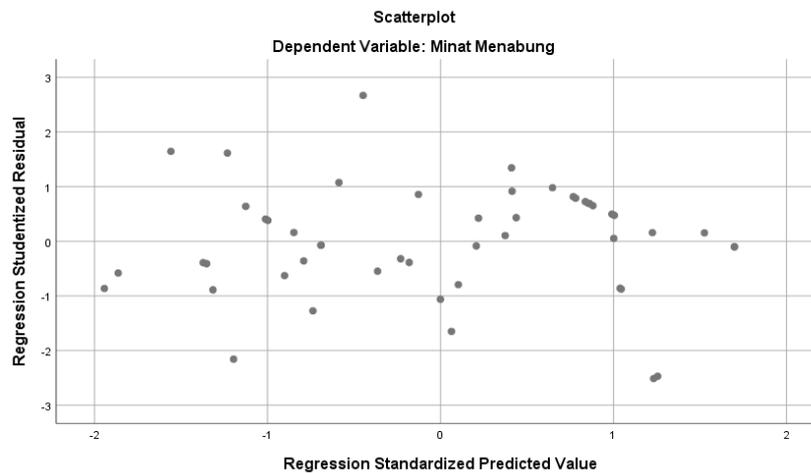
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan Tolerance Value > 0,1 dan VIF < 10
Pengetahuan	0,385	2,596	Bebas Multikolinearitas
Produk	0,300	3,336	Bebas Multikolinearitas
Promosi	0,561	1,783	Bebas Multikolinearitas
Literasi Keuangan	0,395	2,534	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data dioalah, 2023

Dari tabel 4.14 diketahui bahwa dari hasil pengujian multikolinearitas, masing-masing variabel memiliki nilai VIF < 10 dan tolerance > 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan (X1), produk (X2), promosi (X3) dan literasi keuangan (X4) tidak terjadi gejala multikolinearitas sehingga model regresi layak digunakan.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menguji gejala heteroskedastisitas, dalam penelitian ini menggunakan grafik lot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).



Gambar 4. 1 Hasil Uji Hetersokedastisitas

Dari gambar 4.1 dari hasil pengujian terlihat pada grafik *scatterplot* bahwa titik-titik menyebar secara acak baik diatas 0 maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, titik-titik tidak membentuk pola yang jelas seperti segitiga, lingkaran maupun lainnya, titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu yang teratur seperti bentuk gelombang, menyempit maupun melebar. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

4.2.3 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara pengetahuan (X1), produk (X2), promosi (X3), literasi keuangan (X4) terhadap minat menabung (Y). Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini disajikan pada Tabel 4.15 sebagai berikut.

Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.082	4.120		-.020	.984
	Pengetahuan	.292	.177	.225	1.656	.105
	Produk	.113	.284	.061	.398	.693
	Promosi	.451	.159	.319	2.834	.007
	Literasi Keuangan	.754	.282	.358	2.672	.010

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : data diolah (2023)

Hasil regresi linier berganda menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,082 + 0,292X_1 + 0,113 X_2 + 0,451X_3 + 0,754X_4$$

Dari Persamaan regresi di atas dapat kita simpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (α) menunjukkan nilai sebesar -0,082, menjelaskan keadaan ketika variabel independen pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan diasumsikan nol maka besarnya minat menabung mahasiswa adalah negative atau dengan kata lain tidak ada minat menabung di Bank Syariah Indonesia.
- Nilai koefisien regresi pengetahuan sebesar 0,292 dan bernilai positif berartise makin tinggi pengetahuan tentang bank syariah, maka minat menabung mahasiswa semakin tinggi.
- Nilai koefisien regresi produk sebesar 0,113 dan nilai positif yang berarti semakin baik produk yang ditawarkan bank semakin tinggi minat menabung di Bank Syariah Indonesia.
- Nilai koefisien regresi promosi sebesar 0,451 dan nilai positif yang berarti semakin gencar promosi yang dilakukan bank semakin tinggi minat menabung di Bank Syariah Indonesia.

- e. Nilai koefisien regresi literasi keuangan sebesar 0,754 dan nilai positif yang berarti semakin baik mahasiswa dalam literasi keuangan semakin tinggi minat menabung di Bank Syariah Indonesia.

4.2.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali,2016).

Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.653	2.408

a. Predictors: (Constant), LITERASI KEUANGAN, PENGETAHUAN, PROMOSI, PRODUK

Sumber :Data diolah,2023

Berdasarkan tabel hasil koefisien determinasi diatas, diketahui nilai *adjusted R Square* sebesar 0,653 atau 65%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, produk, promosi, literasi keuangan yang diangkat dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien 65%. Sedangkan sisanya sebesar 35% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model regresi penelitian ini.

4.2.5 Uji Hipotesis

4.2.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melihat seberapa besar pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan terhadap minat menabung.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Tingkat Sig	t tabel	t Hitung	Hasil Sig	Keterangan
Pengetahuan	0,05	1,679	1,656	0,105	Tidak Signifikan
Produk	0,05	1,679	0,398	0,693	Tidak Signifikan
Promosi	0,05	1,679	2,834	0,007	Signifikan
Literasi Keuangan	0,05	1,679	2,672	0,01	Signifikan

Sumber : Data diolah, 2023

Dari data diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hasil thitung berdasarkan rumus $t \text{ tabel} = \alpha ; n - k - 1$

Keterangan :

α : Nilai probabilitas

n : Jumlah sampel

k : Jumlah variabel

Jadi $t \text{ tabel} = 0,05 ; 50 - 4 - 1 = 0,05 ; 45 = 1,679$ (dilihat panduan t tabel statistik).

Pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a. Pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia

Nilai t hitung 1,656 dan t tabel 1,679. Sehingga nilai t hitung $1,656 < t$ tabel 1,679 atau nilai Sig lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia, artinya H1 ditolak.

- b. Produk terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia
- Nilai t hitung 0,398 dan t tabel 1,679 atau nilai Sig lebih besar 0,05. Sehingga nilai t hitung $0,398 < t$ tabel 1,679. Hal ini menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia, artinya H2 ditolak.
- c. Promosi terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia
- Nilai t hitung 2,834 dan t tabel 1,679 atau nilai Sig lebih besar dari 0,05. Sehingga nilai t hitung $2,834 < t$ tabel 1,679. Hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia, artinya H3 diterima.
- d. Literasi Keuangan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia
- Nilai t hitung 2,672 dan t tabel 1,679 atau nilai Sig lebih besar dari 0,05. Sehingga nilai t hitung $2,672 < t$ tabel 1,679. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia, artinya H4 diterima.

4.2.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan ini digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel dependen atau independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model

mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. (Ghozali,2013).

Tabel 4. 18 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tingkat SIG	Hasil SIG	F Tabel	F Hitung	Keterangan
0,05	0,000	2,57	24,045	Berpengaruh

Sumber : Datadiolah,2023

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat dilihat F hitung sebesar 24,045 berarti nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 2,57 yang diperoleh dari $F=(k;n-k) : F(4;50-4)$ maka $F=(4;46)$ yaitu 2,57. Hal ini menunjukkan F hitung $>$ F Tabel atau bisa dilihat melalui nilai signifikan apabila $Sig < 0,05$ maka berpengaruh dan apabila $sig > 0,05$ maka tidak berpengaruh, berdasarkan kedua kriteria tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.

4.3 Interpretasi Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia cabang Jember. Berikut merupakan hasil interpretasi dalam penelitian ini.

4.3.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.

Pengetahuan merupakan sebuah kelebihan seseorang yang diperoleh dari pengalaman maupun pembelajaran yang dialami secara langsung. Dimana

dengan pengetahuan dapat mempermudah seseorang untuk bisa bersosialisasi dan juga menjadikan seseorang dalam menentukan pilihan yang diinginkan, salah satu contohnya ialah dalam memilih bank untuk menyimpan dana maupun untuk bertransaksi lainnya.

Dari hasil analisis mengenai pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa ditolak. Meskipun jika dilihat pada hasil jawaban responden terhadap pernyataan variabel pengetahuan mengenai pemahaman tentang bank syariah yang ada pada kuesioner, banyak responden menjawab sangat setuju dan setuju. Maka hal ini berarti dengan pengetahuan saja yang dimiliki mahasiswa terhadap bank syariah tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia.

Dari analisis tersebut sejalan dengan penelitian Feti Rukmana Sari pada tahun 2017 bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Perbankan syariah akan semakin tinggi pertumbuhannya apabila masyarakat atau calon nasabah memiliki antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai bank syariah, dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aswad, A., & Patimbangi, A. (2022) bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

4.3.2 Pengaruh Produk terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.

Pada hasil uji analisis mengenai pengaruh produk terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia secara parsial menunjukkan pengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan. Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh produk terhadap minat menabung mahasiswa ditolak. Hal ini bisa dilihat juga dari hasil penyebaran kuesioner dalam variabel pengetahuan tentang produk bank syariah, dimana hasil dari beberapa pernyataan tersebut banyak responden menjawab sangat setuju. Maka hal ini berarti dengan pengetahuan produk saja yang dimiliki mahasiswa terhadap bank syariah tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap mahasiswa berminat menabung di Bank Syariah Indonesia.

Dengan pemahaman mengenai produk yang ada pada bank syariah juga dianggap penting dalam pengambilan keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia, namun dalam temuan penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan minat menabung khususnya dikalangan mahasiswa.

Dari analisis ini tidak sejalan dengan penelitian Muh Zubair Hippy pada bank Muamalat tahun 2014 bahwa faktor produk berpengaruh signifikan terhadap minat penyimpanan masyarakat terkait dengan produk bank syariah sebagai produk jasa tentu sangat tergantung pada kualitas dan keragaman produk yang dibutuhkan nasabah, untuk memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga mampu menarik minat untuk menggunakan jasa perbankan

syariah Hal ini mengindikasikan bahwa semakin bagus dan lengkapnya produk yang ditawarkan di Bank Syariah maka akan semakin meningkat minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah.

4.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah Salah satu tujuan promosi bank adalah segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik nasabah calon yang baru . Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah terhadap produk , mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

Pada hasil uji analisis mengenai promosi terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia secara parsial menunjukkan pengaruh positif dan berpengaruh signifikan. Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh promosi terhadap minat menabung mahasiswa diterima. Hal ini bisa dilihat juga pada hasil jawaban responden tentang variabel promosi terhadap kuesioner yang telah disebarkan, banyak dari responden menjawab setuju dari beberapa pernyataan yang ada. Maka yang berarti dengan adanya promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia dapat meningkatkan minat menabung khususnya kalangan mahasiswa dan berpengaruh signifikan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiwit Ayu Dwi Rahmawati (2019) dengan judul “Pengaruh Promosi, Religiusitas,

Kepercayaan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang) yang menyatakan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah sering melakukan promosi terhadap mahasiswa maka akan meningkatkan mahasiswa untuk menabung di bank syariah, namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Feti Rukmana Sari (2017) dimana dalam penelitiannya promosi tidak berpengaruh secara signifikan antara promosi terhadap minat menggunakan jasa pegadaian emas.

4.3.4 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.

Literasi keuangan mempengaruhi minat siswa untuk menabung di bank syariah. Hasil ini dapat dijelaskan dengan semakin baik pemahaman dan keyakinan mahasiswa tentang lembaga keuangan, produk jasa keuangan, karakteristik jasa keuangan, pemahaman tentang manfaat dan risiko produk jasa keuangan, pengetahuan tentang hak dan kewajiban terkait dengan produk jasa keuangan dan kemampuan menggunakan produk dan jasa keuangan mencerminkan meningkatnya tingkat literasi dan minat keuangan di kalangan mahasiswa.

Pada hasil uji analisis mengenai literasi keuangan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia secara parsial menunjukkan pengaruh positif dan berpengaruh signifikan. Hipotesis yang menyatakan adanya

pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung mahasiswa diterima. Hal ini bisa dilihat juga pada hasil jawaban responden tentang variabel literasi keuangan terhadap kuesioner yang telah tersebar, banyak dari responden menjawab sangat setuju dari beberapa pernyataan yang ada. Maka dapat disimpulkan dengan adanya pemahaman literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan minat menabung khususnya kalangan mahasiswa dan berpengaruh signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Nurahmah & Purbayati (2020) dan Lestari (2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Masyarakat memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan Syariah dan landasan hukum lembaga keuangan dan mengetahui dasar keuangan Syariah seperti akad, tabungan, deposito, giro dan lainnya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukharomah (2021) pada masyarakat Kabupaten Banyumas, yang menyatakan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

4.3.5 Pengaruh Pengetahuan, Produk, Promosi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.

Pengujian pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia, menunjukkan bahwa secara simultan mempunyai hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah

Indonesia Cabang Jember. Maka hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh pengetahuan, produk, promosi, dan literasi keuangan terhadap minat menabung mahasiswa secara simultan diterima. Hal ini juga dapat dilihat dari jawaban responden dari beberapa pernyataan tentang pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan terhadap minat menabung pada kuesioner yang telah tersebar, rata-rata responden menjawab pernyataan sangat setuju dan setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman mengenai pengetahuan tentang Bank Syariah Indonesia, produk-produk yang ada pada Bank Syariah Indonesia, promosi yang sering yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia, serta pemahaman tentang literasi keuangan pada kalangan mahasiswa dapat mempermudah mahasiswa dalam pengambilan keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aswad, A., & Patimbangi, A. (2022) dimana pengetahuan, produk, promosi dapat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Dan penelitian oleh Nurahmah & Purbayati (2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Masyarakat memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah dan landasan hukum lembaga keuangan dan mengetahui dasar keuangan syariah seperti akad, tabungan, deposito, giro dan lainnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini didasarkan pada hasil analisis data yang telah diinterpretasikan dengan masalah penelitian yang telah dirumuskan. Dari berbagai pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa. Meskipun jika dilihat pada hasil jawaban responden terhadap pernyataan variabel banyak responden menjawab sangat setuju dan setuju. Maka hal ini berarti dengan pengetahuan saja yang dimiliki mahasiswa terhadap bank syariah tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap mahasiswa berminat menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa. Hal ini bisa dilihat juga dari hasil jawaban kuesioner dalam variabel pengetahuan tentang produk bank syariah banyak responden menjawab sangat setuju. Maka hal ini dengan pemahaman tentang pengetahuan produk saja tanpa pengetahuan lainnya tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat menabung.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa. Maka dengan adanya promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia dapat menarik dan meningkatkan minat menabung khususnya mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.

4. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa. Maka dengan pemahaman yang baik tentang literasi keuangan atau mengelola keuangan dengan baik, dapat meningkatkan minat menabung di Bank Syariah Indonesia.
5. Pengaruh pengetahuan, produk, promosi dan literasi keuangan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan dengan adanya pemahaman yang lebih banyak tentang Bank Syariah Indonesia dapat meningkatkan khususnya mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka implikasi dari hasil penelitian ini dapat disampaikan terkait minat menabung. Hasil penelitian ini menunjukkan hanya promosi dan literasi keuangan yang berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia (BSI). Perlu dilakukan upaya dalam meningkatkan minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia diantaranya, pihak Bank Syariah Indonesia bisa memberikan pemahaman terkait pengetahuan tentang bank Bank Syariah kepada masyarakat maupun mahasiswa salah satunya dapat menjelaskan bahwa dalam menjalankan usahanya bank syariah menggunakan akad sesuai dengan Al Quran dan Hadist, karena dengan adanya pengetahuan tentang bank syariah masyarakat maupun mahasiswa dapat mengerti lebih jauh tentang bank syariah dan dapat menentukan pilihan salah satunya dalam penyimpanan dana, serta pihak bank syariah juga bisa

menjelaskan produk apa saja yang ada pada bank syariah, karena untuk menarik masyarakat maupun mahasiswa untuk menabung di bank syariah perlu adanya pemahaman tentang bank syariah dan produk- produk apa saja yang ada pada bank tersebut.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia diharapkan mampu mempertahankan penerapan promosi dan literasi keuangan serta terus memberikan pemahaman tentang pengetahuan bank syariah dan produk-produk bank syariah agar dalam menarik masyarakat maupun mahasiswa minat menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independen seperti inklusi keuangan agar pembahasan selanjutnya lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswad, A., & Patimbangi, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah. (*Jurnal Akunsyah*), 1(1), 1-11.
- Adilla, N. S., & Handayani, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 14(2), 352-360.
- Assegaf, A. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepercayaan Masyarakat Jakarta Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia. *Skripsi Jakarta: Politeknik Negeri*.
- Anshari, G. Abdul. (2007). *Perbankan Syariah Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Aurefanda, V. (2018). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) *Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Azizah, N. (2021). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah STAI Auliaurasyidin Tembilahan) *Skripsi STAI Auliaurasyidin Tembilahan*.
- Aflili, H. A., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*.
- Andhita Dessy Wulansari, (2016)*Aplikasi Statistik Parametrik Dalam Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Felicha), 127.
- Bakhri, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Ridwan. *Inklusif (Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi Dan Hukum Islam)*, 6(2), 220-231.
- Danang Sunyoto, (2011)*Analisis Regresi dan Uji Hipotesis* (Yogyakarta: Caps)
- Fijriah, N. (2021). Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Metro) (Doctoral Dissertation, Iain Metro).*Skripsi*

- Fauzi, R. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1), 37-46.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hippy, M. Z. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Muamalat Cabang Gorontalo. *Skripsi*, 1(921410223).
- 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), 485-495.
- Ismail. (2011). *Perbankan syariah* (edisi 1). Jakarta: Kencana
- Karim, Adiwarmanto. (2007). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Lestari, Nuraini. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2017). *Skripsi*
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management*, diterjemahkan oleh Bob Sabran dengan judul, Manajemen Pemasaran, Jilid 2.(Jakarta: Penerbit Erlangga)
- Misaeni, M., Achdiyat, Y., & Machmud, A. (2020) Pengaruh Sikap Mahasiswa Mengenai Sistem Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 2(1), 120-128.
- Bakhri, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Ridwan. *Inklusif (Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi Dan Hukum Islam)*, 6(2), 220-231.
- Danang Sunyoto, (2011) *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis* (Yogyakarta: Caps)

- Fauzi, R. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1), 37-46.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hippy, M. Z. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Muamalat Cabang Gorontalo. *Skripsi*, 1(921410223).
- 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), 485-495.
- Ismail. (2011). *Perbankan syariah* (edisi 1). Jakarta: Kencana
- Karim, Adiwarmanto. (2007). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Lestari, Nuraini. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2017). *Skripsi*
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management*, diterjemahkan oleh Bob Sabran dengan judul, Manajemen Pemasaran, Jilid 2.(Jakarta: Penerbit Erlangga)
- Misaeni, M., Achdiyat, Y., & Machmud, A. (2020) Pengaruh Sikap Mahasiswa Mengenai Sistem Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 2(1), 120-128.
- Novianti, A. D., & Hakim, L. (2021) Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 116-122
- Nst, D. A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Singkohor Kabupaten Aceh Singkil) (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry). *Skripsi*

- Nusrifida. (2011). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan syariah. *Skripsi*. Pekanbaru: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau Pekanbaru.
- Nurdin, Muhammad. (2004). *Kiat Menjadi Guru Profesional*. Yogyakarta: Prismsophie.
- Nofinawati. (2014). Akad dan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal FITRAH*. 8 (2) 220- 227.
- Notoadmodjo, (2005) (diakses tanggal 15 Maret 2023) didapat dari: <http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id/2634/3/BAB%20II.pdf>
- O. S. P. S. Otoritas Jasa Keuangan, “Statistik Perbankan Syariah April 2021,” pp. 1-119, 2021, [Online]. Available: [https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-danstatistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/StatistikPerbankan-Syariah---April-2021/SPS April 2021](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-danstatistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/StatistikPerbankan-Syariah---April-2021/SPS%20April%202021)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No/POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Untuk Konsumen Dan/Atau Masyarakat*. Sekretariat OJK. Jakarta. [Http://www.Perbarindo.Or.Id](http://www.perbarindo.or.id)
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. (2006). *Motode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rahmawati, W. A. D. (2019). Pengaruh Promosi, Religiusitas, Kepercayaan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang) (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA). *Skripsi*
- Rianto, M. R., & Yoganingsih, T. (2020). Pengaruh religiusitas, pengaruh sosial dan dukungan pemerintah terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2).
- Robin, Djanuarko. (2021) “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dan Perilaku Menabung Pada Masyarakat Kota Batam.” *Jurnal Dimensi Vol. 20, No. 1 (March)*.
- Rukmanasari, Feti. (2017) “Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadain Syariah”. *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, Salatiga*.

- Rosyid, M., & Saidiah, H. (2016). Pengetahuan perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri dan guru. *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 7(2).
- Sugiyono, P. D. (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sunyoto, D. (2012). Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Baru Express
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 46-57.
- Usman, Mohammad Uzer. (2002). *Menjadi Guru Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ulfa, Mariah. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Pengunjung Pada Penginapan Pondok Musafir Tulungagung. *Skripsi*. Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri.
- V Wiratna Sujarweni,(2015) *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press)
- Wiratha, Made. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: ANDI.
- Wiroso. (2009). *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPEE Usakti.
- Wardani, P. D. (2019). Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*

- Yushita, A. N. (2017). *Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi*. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11-26.
- Zamakhsyari, L., Winarni, D., & Wage, W. (2022). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa tentang Riba terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 6 (2), 1.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Responden yang Terhormat,

Dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di ITS Mandala Jember, saya meminta ketersediaan Saudara/i sejenak meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Adapun tujuan penelitian ini adalah ununtuk mengetahui PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK, PROMOSI DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH INDONESIA CABANG JEMBER

Besar harapan saya bahwa Saudara/i bersedia untuk memberikan tanggapan pernyataan dalam kuesioner dengan sebenar-benarnya. Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis dan disajikan dalam bentuk keseluruhan (bukan individual). Jawaban yang diberikan tidak akan dinilai benar salahnya, melainkan sebagai informasi yang sangat bermanfaat untuk menentukan hasil penelitian yang saya lakukan.

Sesuai dengan etika penelitian bahwa jawaban yang adan berikan akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan dipublikasikan.

Akhir kata saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Saudara/i mengisi kuesioner ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

Nela Widiyawati

ITS Mandala

Sebelum mengisi kuesioner, dimohon untuk memberikan data-data sesuai dengan format dibawah ini:

1. IDENTITAS RESPONDEN

- 1) Nama Responden :
- 2) Jenis Kelamin : Laki Perempuan
- 3) Asal Kampus :
- 4) Usia :
- 5) Lama Memiliki Rekening Syariah : < 1 tahun 1-2 tahun
 >2 tahun

2. PENTUNJUK PENGISIAN:

- 1) Daftar pertanyaan dibawah ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyelesaian studi.
- 2) Berikan tanda (√) pada pertanyaan yang saudara/i setuju.
- 3) Jawaban terdiri dari:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Contoh Pengisian

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Bank Syariah adalah bank yang ber- dasarkan hukum Al Quran, As sunnah, fatwa ulama, dan pemerintah.				√	

1. Pengetahuan

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Bank Syariah adalah bank yang berdasarkan hukum Al Quran, As sunnah, fatwa ulama, dan pemerintah.					
2.	Di dalam bank syariah terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi operasionalnya					
3.	Saya mengetahui bahwa bank syariah beroperasi sesuai dengan Prinsip-Prinsip Syariah					
4.	Saya mengetahui bahwa Bank Syariah Indonesia menerapkan prinsip bagi hasil					
5.	Sistem bunga didalam bank konvensional tidak digunakan didalam bank syariah karena riba.					
6.	Saya mengetahui fungsi Bank Syariah Indonesia untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana pada masyarakat dengan prinsip syariah					
7.	Didalam bank syariah terdapat penyaluran dana zakat, infaq, waqaf, dan sadaqah					
8.	Bank syariah memudahkan transfer dengan layanan net-banking dan mobile banking					

Sumber: (Aurefanda, V.,2018).

2. Produk

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Bank syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya juga menggunakan prinsip titipan atau simpanan (Al-Wadiah) untuk memberikan kemudahan bagi nasabah					
2.	Saya memahami produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia bebas bunga dan berprinsip syariah.					
3.	Saya mengetahui Bank Syariah Indonesia memiliki produk-produk perbankan yang beragam, menarik, inovatif dan menjawab kebutuhan nasabah.					
4.	Kejelasan bagi hasil di Bank Syariah Indonesia memberikan kepuasan bagi saya.					

Sumber : (Assegaf, A. S,2021)

3. Promosi

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Saya tertarik menyimpan dana ditabungkan karena adanya iklan yang dilakukan Bank Syariah sangat menarik melalui media elektronik maupun media cetak					
2.	Saya tertarik menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia karena Bank sedang mengadakan promosi.					
3.	Saya tertarik menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia karena pemberian hadiah secara langsung tanpadi undi.					
4.	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena promosi yang dilakukan oleh bank secara langsung ke nasabahnya nasabahnya					
5.	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena publisitas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia melalui kegiatan pameran,event atau kegiatan lainnya.					

Sumber: (Karmila, 2020)

4. Literasi Keuangan

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Saya memiliki pengetahuan terhadap pengelolaan keuangan pribadisaya					
2.	Saya percaya bahwa dengan kemmpuan yang saya miliki dapat meningkatkan keuangan dalam jangka panjang					
3.	Saya memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam pengambilan keputusan terhadap uang saya					
4.	Saya memutuskan menabung di Bank Syariah untuk perencanaan keuangan di masa depan.					

Sumber: (Shobah,2017)

5. Minat Mahasiswa

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia karena memperoleh informasi mengenai produk dan jasa Bank Syariah Indonesia melalui orang sekitar atau secara langsung					
2.	Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia sering bertanya mengenai informasi syarat menabung di Bank Syariah kepada orang-orang disekitar saya					
3.	Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena Bank Syariah Indonesia bekerja sama dengan bank lain dalam penarikan tunai melalui ATM					
4.	Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena dengan pengetahuan yang saya miliki.					
5.	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena BankSyariah Indonesia karena memberikan banyak pilihan, seperti pembukaan rekening dengan menggunakan akad wadiah atau titipan.					
6.	Jika saya memiliki uang lebih, saya akan menyimpan di Bank Syariah Indonesia.					

7.	Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena mendapatkan informasi yang baik dari nasabah					
8.	Saya merekomendasikan teman saya terkait produk di Bank Syariah Indonesia					

Sumber: (Fijriah, N.,2021)

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner

No	Pengetahuan X1									Produk X2				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	T.X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	T.X2
1	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	5	4	5	19
3	4	4	3	4	3	4	4	5	31	4	3	3	3	13
4	4	4	3	5	2	4	5	5	32	4	3	4	4	15
5	5	4	4	4	4	5	4	5	35	5	4	4	4	17
6	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20
8	5	4	4	5	3	4	2	5	32	4	5	4	4	17
9	4	4	4	5	5	5	5	4	36	5	4	4	3	16
10	4	5	4	5	4	5	5	5	37	4	4	4	5	17
11	4	5	5	4	5	5	5	5	38	4	5	5	5	19
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
13	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	5	5	5	19
14	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	3	2	4	13
15	5	5	5	5	4	4	4	4	36	4	4	5	5	18
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20
17	4	5	4	4	4	4	5	5	35	4	5	5	5	19
18	5	5	3	5	5	5	5	5	38	5	4	4	4	17
19	4	4	5	1	3	4	5	5	31	5	3	2	5	15
20	4	4	3	3	4	4	4	3	29	3	3	3	4	13
21	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	5	5	20
22	5	5	5	4	4	4	5	5	37	5	4	4	4	17
23	4	5	4	5	4	5	5	5	37	4	5	4	5	18
24	5	4	4	5	5	5	4	5	37	5	5	5	4	19
25	5	5	4	5	4	5	5	5	38	5	5	5	5	20
26	5	5	4	5	4	5	5	5	38	4	5	5	5	19
27	5	4	4	5	4	5	4	5	36	5	5	5	5	20
28	5	5	4	4	5	5	5	5	38	5	5	5	5	20
29	5	4	5	4	5	5	5	4	37	5	4	4	5	18
30	5	4	5	4	4	5	5	5	37	5	5	4	5	19
31	4	4	4	4	4	4	3	5	32	4	3	4	3	14
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
33	5	5	4	4	5	3	4	4	34	5	3	4	4	16
34	5	3	5	4	4	4	3	4	32	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	3	3	14
36	5	4	5	4	5	5	5	5	38	4	5	5	5	19
37	4	4	4	3	4	3	3	3	28	4	3	4	3	14
38	5	4	5	3	4	3	3	4	31	5	3	4	3	15

39	5	5	4	4	5	5	4	5	37	5	5	5	5	20
40	3	5	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	20
41	5	4	5	5	5	4	5	5	38	5	4	4	3	16
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	5	17
45	4	5	4	4	4	4	5	3	33	5	3	3	4	15
46	4	4	4	5	5	4	4	5	35	4	5	4	5	18
47	4	5	4	5	4	5	5	5	37	5	5	5	5	20
48	5	3	3	5	5	4	5	3	33	4	4	3	4	15
49	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	4	5	5	19
50	4	5	4	5	5	5	4	5	37	5	5	5	4	19

No	Promosi X3						Literasi Keuangan X4				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	T.X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	T.X4
1	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	18
2	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	17
3	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16
4	4	3	4	3	3	17	5	4	4	4	17
5	5	3	3	3	3	17	5	5	5	4	19
6	5	4	4	5	3	21	5	5	5	4	19
7	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
8	5	4	3	3	4	19	5	4	4	3	16
9	4	4	3	5	4	20	5	4	5	4	18
10	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15
11	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
12	4	4	3	3	3	17	4	4	4	3	15
13	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
14	5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	19
15	4	5	4	5	4	22	5	5	4	4	18
16	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
17	4	5	4	3	3	19	5	5	5	4	19
18	4	3	4	3	4	18	5	4	5	3	17
19	4	5	2	5	5	21	4	4	5	5	18
20	3	3	5	3	4	18	4	4	4	3	15
21	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	19
22	4	4	4	4	4	20	5	5	4	3	17
23	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	19
24	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	20
25	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	20
26	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	20
27	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	19
28	5	4	4	4	4	21	5	5	4	5	19
29	4	4	5	4	4	21	5	5	5	5	20
30	4	4	4	5	5	22	5	5	4	5	19
31	4	4	5	4	4	21	3	3	4	5	15
32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
33	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	16
34	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
35	4	3	4	4	3	18	4	4	3	3	14
36	5	4	4	5	5	23	5	5	4	5	19
37	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	16
38	4	4	4	5	5	22	5	5	4	5	19
39	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20

40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
41	2	3	3	3	3	14	3	3	5	4	15
42	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
43	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
44	5	4	4	4	3	20	4	4	4	3	15
45	4	4	3	4	3	18	3	4	4	3	14
46	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
47	3	4	4	4	4	19	5	5	4	5	19
48	3	3	3	4	5	18	5	5	5	3	18
49	4	4	5	4	4	21	5	5	5	5	20
50	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	19

No	Minat Mahasiswa Y1								T.Y1
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	
1	5	5	5	5	5	5	4	5	39
2	5	4	5	4	4	5	4	5	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	1	4	4	4	4	4	4	30
5	4	4	4	5	5	5	4	5	36
6	5	4	5	5	5	5	5	5	39
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	3	3	4	5	4	3	4	31
9	5	4	5	4	3	4	4	4	33
10	5	5	4	5	5	5	5	5	39
11	4	4	3	4	4	4	4	4	31
12	3	3	3	3	4	4	4	4	28
13	4	4	4	4	4	5	4	4	33
14	5	4	3	4	5	5	5	5	36
15	5	4	5	5	4	4	5	5	37
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	4	5	5	3	4	5	4	35
18	3	4	4	4	5	4	4	5	33
19	5	5	2	5	4	3	4	5	33
20	3	4	4	3	3	3	3	3	26
21	4	4	5	4	4	4	4	4	33
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	5	5	5	5	5	5	4	39
24	4	5	5	5	5	5	5	5	39
25	5	5	5	5	5	5	5	4	39
26	5	5	4	5	5	5	5	5	39
27	5	5	5	4	5	5	5	5	39
28	5	5	5	5	4	5	5	5	39
29	5	5	5	5	4	5	5	5	39
30	5	5	5	4	5	5	5	5	39
31	3	3	5	3	5	3	5	5	32
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	5	3	3	4	5	5	5	34
34	4	4	4	5	4	4	3	4	32
35	4	4	3	4	5	5	4	4	33
36	5	5	4	5	5	4	5	5	38
37	3	3	4	4	4	3	5	3	29
38	5	4	3	5	5	4	4	5	35
39	4	5	4	4	5	5	5	4	36

40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	3	4	3	3	4	4	3	3	27
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	3	4	3	3	4	4	29
44	3	3	4	3	4	3	3	4	27
45	4	3	3	4	5	4	3	3	29
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	4	5	5	5	4	5	5	38
48	3	4	5	5	5	3	3	4	32
49	4	4	5	4	5	5	4	5	36
50	5	5	4	5	5	5	5	5	39

Lampiran 3 Uji Validitas

Pengetahuan (X1)

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	Pengetahuan
x1.1	Pearson Correlation	1	.101	.252	.098	.222	.186	.004	.164	.391**
	Sig. (2-tailed)		.483	.078	.496	.121	.196	.977	.254	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x1.2	Pearson Correlation	.101	1	.183	.354*	.236	.397**	.424**	.372**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.483		.203	.012	.100	.004	.002	.008	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x1.3	Pearson Correlation	.252	.183	1	-.150	.281*	.159	.112	.190	.399**
	Sig. (2-tailed)	.078	.203		.299	.048	.271	.438	.187	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x1.4	Pearson Correlation	.098	.354*	-.150	1	.290*	.480**	.289*	.320*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.496	.012	.299		.041	.000	.041	.023	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x1.5	Pearson Correlation	.222	.236	.281*	.290*	1	.395**	.281*	.032	.587**
	Sig. (2-tailed)	.121	.100	.048	.041		.005	.048	.825	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x1.6	Pearson Correlation	.186	.397**	.159	.480**	.395**	1	.562**	.570**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.196	.004	.271	.000	.005		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x1.7	Pearson Correlation	.004	.424**	.112	.289*	.281*	.562**	1	.275	.643**
	Sig. (2-tailed)	.977	.002	.438	.041	.048	.000		.053	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x1.8	Pearson Correlation	.164	.372**	.190	.320*	.032	.570**	.275	1	.619**
	Sig. (2-tailed)	.254	.008	.187	.023	.825	.000	.053		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pengetahuan	Pearson Correlation	.391**	.642**	.399**	.614**	.587**	.802**	.643**	.619**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Produk (X2)

		Correlations				
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Produk
x2.1	Pearson Correlation	1	.265	.309*	.181	.509**
	Sig. (2-tailed)		.063	.029	.208	.000
	N	50	50	50	50	50
x2.2	Pearson Correlation	.265	1	.736**	.654**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.063		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
x2.3	Pearson Correlation	.309*	.736**	1	.492**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.029	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
x2.4	Pearson Correlation	.181	.654**	.492**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.208	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
Produk	Pearson Correlation	.509**	.894**	.853**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Promosi (X3)

		Correlations					
		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	Promosi
x3.1	Pearson Correlation	1	.500**	.485**	.412**	.475**	.761**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
x3.2	Pearson Correlation	.500**	1	.462**	.519**	.597**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
x3.3	Pearson Correlation	.485**	.462**	1	.303*	.362**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.033	.010	.000
	N	50	50	50	50	50	50
x3.4	Pearson Correlation	.412**	.519**	.303*	1	.678**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.033		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
x3.5	Pearson Correlation	.475**	.597**	.362**	.678**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Promosi	Pearson Correlation	.761**	.791**	.707**	.755**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Literasi Keuangan (X4)

		Correlations				Literasi Keuangan
		x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	
x4.1	Pearson Correlation	1	.598**	.324*	.267	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.022	.061	.000
	N	50	50	50	50	50
x4.2	Pearson Correlation	.598**	1	.198	.242	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000		.169	.091	.000
	N	50	50	50	50	50
x4.3	Pearson Correlation	.324*	.198	1	.253	.617**
	Sig. (2-tailed)	.022	.169		.076	.000
	N	50	50	50	50	50
x4.4	Pearson Correlation	.267	.242	.253	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.061	.091	.076		.000
	N	50	50	50	50	50
Literasi Keuangan	Pearson Correlation	.794**	.730**	.617**	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Minat Menabung (Y)

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	Minat Menabung
y1	Pearson Correlation	1	.445**	.263	.664**	.235	.559**	.521**	.549**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.001	.065	.000	.101	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y2	Pearson Correlation	.445**	1	.289*	.528**	.290*	.541**	.541**	.531**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.001		.042	.000	.041	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y3	Pearson Correlation	.263	.289*	1	.366**	.155	.316*	.421**	.317*	.572**
	Sig. (2-tailed)	.065	.042		.009	.282	.025	.002	.025	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y4	Pearson Correlation	.664**	.528**	.366**	1	.369**	.372**	.414**	.478**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009		.008	.008	.003	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y5	Pearson Correlation	.235	.290*	.155	.369**	1	.487**	.310*	.482**	.566**
	Sig. (2-tailed)	.101	.041	.282	.008		.000	.029	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y6	Pearson Correlation	.559**	.541**	.316*	.372**	.487**	1	.518**	.503**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.025	.008	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y7	Pearson Correlation	.521**	.541**	.421**	.414**	.310*	.518**	1	.593**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.003	.029	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y8	Pearson Correlation	.549**	.531**	.317*	.478**	.482**	.503**	.593**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.025	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Minat Menabung	Pearson Correlation	.747**	.745**	.572**	.738**	.566**	.757**	.764**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Uji Reabilitas

Pengetahuan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	8

Produk (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	4

Promosi (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.815	5

Literasi Keuangan (X4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.648	4

Minat Menabung (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.855	8

Lampiran 5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.30744888
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.061
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

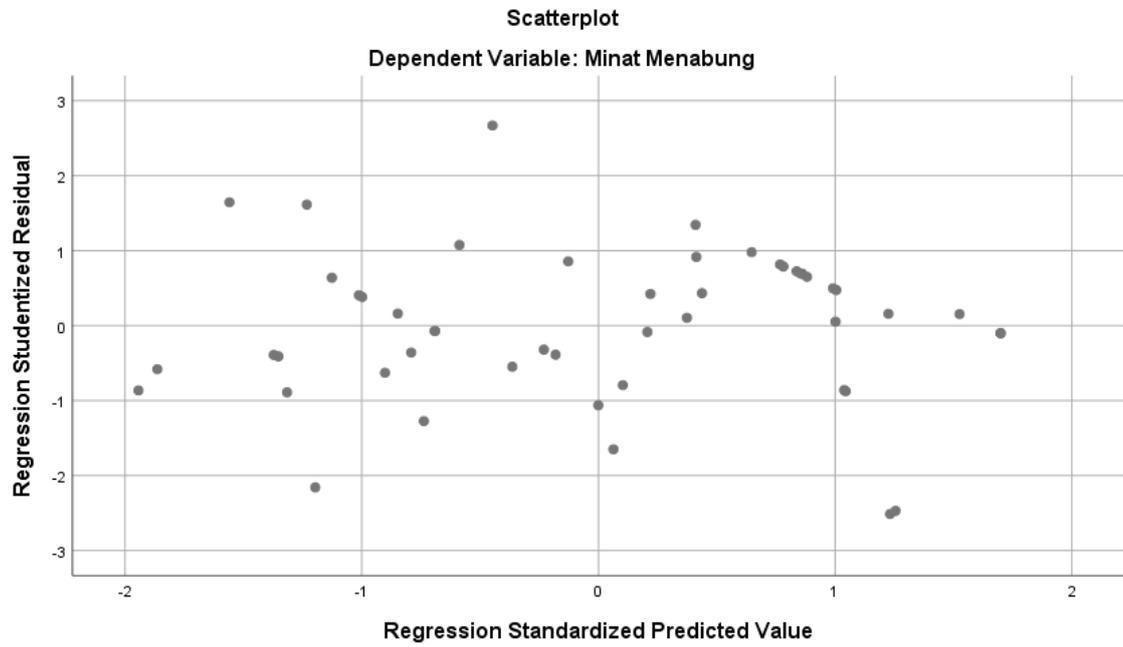
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 6 Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.082	4.120		-.020	.984		
	Pengetahuan	.292	.177	.225	1.656	.105	.385	2.596
	Produk	.113	.284	.061	.398	.693	.300	3.336
	Promosi	.451	.159	.319	2.834	.007	.561	1.783
	Literasi Keuangan	.754	.282	.358	2.672	.010	.395	2.534

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 8 Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Literasi Keuangan, Pengetahuan, Promosi, Produk ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.653	2.408

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Pengetahuan, Promosi, Produk

b. Dependent Variable: Minat Menabung

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	557.608	4	139.402	24.045	.000 ^b
	Residual	260.892	45	5.798		
	Total	818.500	49			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Pengetahuan, Promosi, Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.082	4.120		-.020	.984		
	Pengetahuan	.292	.177	.225	1.656	.105	.385	2.596
	Produk	.113	.284	.061	.398	.693	.300	3.336
	Promosi	.451	.159	.319	2.834	.007	.561	1.783
	Literasi Keuangan	.754	.282	.358	2.672	.010	.395	2.534

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Lampiran 9 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.653	2.408

a. Predictors: (Constant), LITERASI KEUANGAN, PENGETAHUAN, PROMOSI, PRODUK

Lampiran 10 R Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465

32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 11 Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.082	4.120		-.020	.984		
	Pengetahuan	.292	.177	.225	1.656	.105	.385	2.596
	Produk	.113	.284	.061	.398	.693	.300	3.336
	Promosi	.451	.159	.319	2.834	.007	.561	1.783
	Literasi Keuangan	.754	.282	.358	2.672	.010	.395	2.534

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Lampiran 12 t Tabel

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36

37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50

Lampiran 13 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	557.608	4	139.402	24.045	.000 ^b
	Residual	260.892	45	5.798		
	Total	818.500	49			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Pengetahuan, Promosi, Produk

Lampiran 14 F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang(N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94

39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87