



Malia: Jurnal Ekonomi Islam

Accreditation of Sinta 4 Number 36/E/KPT/2019

Volume 13 Number 1, December 2021, Pages 93-106

Print : 2087-9636

Online : 2549-2578

Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Muchamad Bagus Satrio Wibowo, Muhammad Iqbal

Perbanas Institute, Indonesia

bw31190@gmail.com, Iqbal@perbanas.id

Article Info

Article History:

Received Dec 21 th, 2021

Revised Dec 24 th, 2021

Accepted Dec 30 th, 2021

Keyword:

Knowledge,

Religiosity,

Customer Interest

ABSTRACT

This study aims to determine the knowledge and religiosity of Generation Z on interest in saving in Islamic banks. The data used are primary data using purposive sampling technique. The results of the multiple linear analysis test show that knowledge and religiosity variables can affect customer interest in saving in Islamic banks by 80.4%. These results provide opportunities for Islamic banks to increase knowledge by way of socializing about Islamic banks to the public. then by participating in religious activities, it can increase religiosity, so that people's interest in saving in Islamic banks is increasing.

Copyright@ 2021 Program Studi Ekonomi Syariah

Universitas Yudharta Pasuruan

All rights reserved.

DOI: <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2795>

Corresponding Author:

Muchamad Bagus Satrio Wibowo,

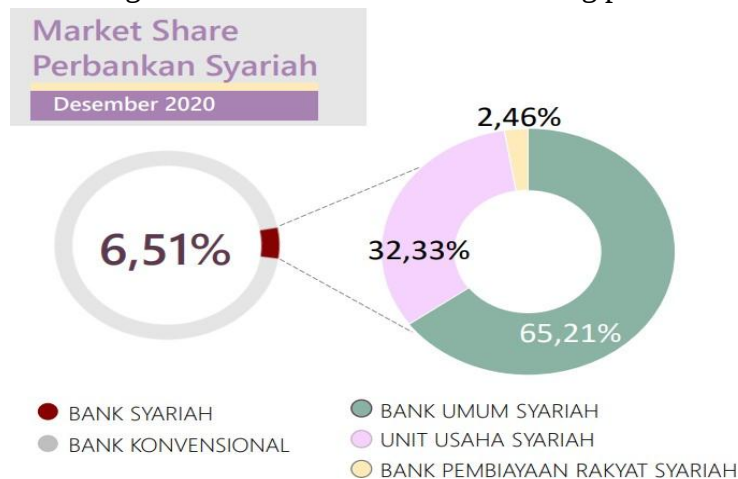
Perbanas Institute, Indonesia

Email: bw31190@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Bank syariah pertama kali muncul di Indonesia pada tahun 1998 yaitu Bank Muamalat Indonesia, sejak saat itu industri perbankan syariah terus berlanjut mengalami perkembangan dengan munculnya bank syariah lainnya seperti Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Rakyat Indonesia, Bank Negara Indonesia Syariah, Bank of Central Asia Syariah, dan sebagainya. Semakin maju perkembangannya bank syariah membuktikan bahwa masyarakat positif terhadap di perbankan islam. Industri perbankan syariah di Indonesia berpeluang yang sangat besar untuk maju, hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia.

Perbankan merupakan salah satu bagian terpenting dari kegiatan ekonomi di Indonesia. Bank dapat mengarahkan dan memberikan layanan lalu lintas pembayaran dan peredaran uang di masyarakat, perbankan berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, pembangunan dan kesejahteraan nasional hidup banyak orang. Perbedaan sistemnya yaitu bank konvensional menggunakan sistem suku bunga, sedangkan bank syariah menggunakan sistem pembagian keuntungan. Pertumbuhan perbankan syariah semakin meningkat, terutama dengan adanya berlaku sesuai dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Islam untuk mendorong pertumbuhan.

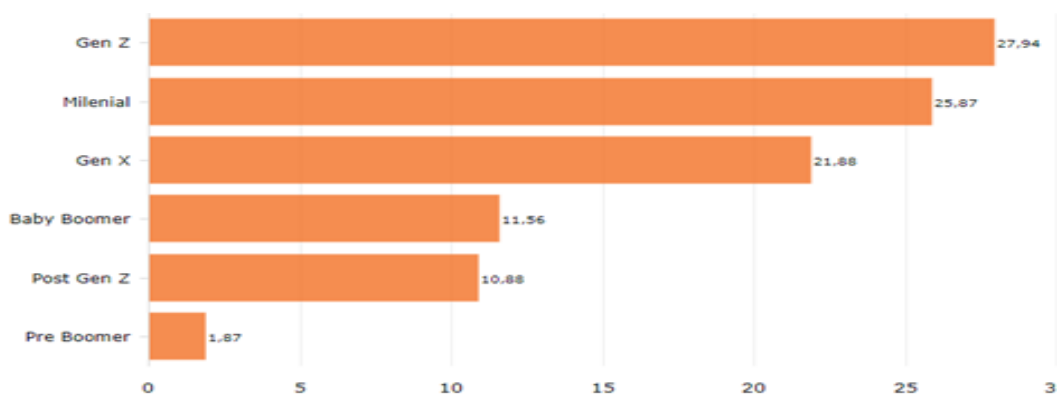


Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2021

Pangsa pasar bank syariah di Indonesia masih sangat kecil dibandingkan dengan bank konvensional. Bahwa pangsa pasar bank syariah hanya 6,51% dibandingkan bank konvensional yang memiliki pangsa pasar sebesar 93,49%. Padahal jika melihat potensi yang ada, sangat besar mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia.

Namun pada kenyataannya, pangsa pasar bank tradisional masih lebih tinggi dibandingkan bank syariah, hal ini menunjukkan bahwa penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam lebih menyukai bank konvensional.

Hal ini menjadi tantangan bagi bank syariah, karena dalam lingkungan ekonomi global yang bergejolak, perbankan syariah menuntut mereka untuk dapat mengatasi kondisi tersebut, selain itu bank syariah juga harus mampu bersaing dengan bank konvensional dalam menarik nasabah. Terlepas dari banyaknya faktor penghambat pertumbuhan bank syariah, hal ini menunjukkan bahwa reaksi masyarakat Indonesia yang sebagian besar beragama Islam masih kurang berminat terhadap bank syariah.



Sumber: Badan Pusat Statistik 2021

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar, Indonesia merupakan pangsa pasar yang sangat potensial bagi pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Untuk itu, kehadiran generasi Z dianggap penting bagi digitalisasi perbankan syariah untuk memasuki pasar yang sangat potensial. Wapres menjelaskan, saat ini penduduk Indonesia didominasi oleh generasi Z dan Y (milenial), yang memiliki potensi besar untuk pasar perbankan syariah. Potensi generasi penduduk Indonesia yang didominasi oleh generasi Z sekitar 74,93 juta atau 27,94%, sedangkan generasi Milenial berjumlah sekitar 69,38 juta atau 25,87%. Menurut Wapres, generasi Z merupakan generasi yang memilih gaya hidup yang dianggap sesuai dengan agama dan kepercayaannya, mengenal internet sejak dini, generasi ini juga memiliki minat yang besar terhadap pilihan gaya hidup yang sesuai dengan agama dan kepercayaannya. Dengan Jumlah tersebut maka generasi Z dan milenial merupakan segmen yang potensial bagi perbankan syariah di Indonesia.

Berdasarkan penelitian Abrori (2020) variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial di bank

Syariah. Pengetahuan adalah faktor yang sangat penting untuk mengambil tindakan keputusan dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Darmawan (2019) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah. Hal yang berbeda dengan sebuah penelitian Mujaddid dan Nugroho (2019) menunjukkan bahwa pengetahuan bukanlah mempengaruhi generasi milenial dalam minat menabung di bank syariah.

Selain variabel pengetahuan terdapat variabel religiusitas (agama) dengan tujuan terhindarnya dari riba merupakan faktor pendorong untuk pengambilan keputusan menabung di bank syariah. Berdasarkan penelitian Abhimantra (2013) yang telah dilakukan dihasilkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah. Berdasarkan penelitian Abrori (2020) bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Syariah. Hal yang berbeda dengan sebuah penelitian Maghfiroh menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh dalam minat menabung di bank syariah.

B. KAJIAN TEORI

1. Bank Syariah

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif).

Akad-akad dalam transaksi perbankan syariah yaitu:

a. Wadiah

Akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang.

b. Mudharabah

Akad kerjasama suatu usaha antara pihak pertama (malik, shahibul mal, atau bank syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua ('amil, mudharib, atau nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh Bank Syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.

c. Musyarakah

Akad kerjasama diantara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana masing-masing.

d. Murabahah

Akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.

e. Salam

Akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati.

f. Istisna'

Akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (mustashni') dan penjual atau pembuat (shani').

g. Ijarah

Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

h. Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik

Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang.

i. Qardh

Akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati.

2. Pengetahuan

Pengetahuan Pengetahuan merupakan informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman dan skema interpretasi yang dimilikinya (Indarti, 2014:14). Adapun menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui; kepandaian. Pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut.

Menurut Arikunto (2006) pengetahuan seseorang dapat diketahui dan diinterpretasikan dengan skala yang bersifat kualitatif, yaitu:

- a. Baik : Hasil presentase 76%-100%.
- b. Cukup : Hasil presentase 56% - 75%.
- c. Kurang : Hasil presentase >65%

3. Religiusitas

Kata religi merupakan bahasa serapan dari kata religion (Inggris) dan religie (Belanda). Kedua kata tersebut memiliki kata induk dari bahasa latin “religio” dari asal kata “relegare” yang berarti mengikat. Istilah agama ini muncul apa yang dinamakan religiusitas (Khotimah, 2018:40). Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktifitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktivitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktivitas yang tak tampak dan terjadi dalam hati seseorang. Sikap religiusitas merupakan integrasi secara komplek antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang.

4. Minat

Minat merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat konsumen adalah tahap di mana konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui

konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan.

C. METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner berkaitan dengan penelitian ini. Populasi penelitian ini adalah generasi z yang tinggal berdomisili Jabodetabek. Sedangkan sampel dalam penelitian ini yaitu minimal 100 responden. Teknik Sampel dalam penelitian ini adalah purpose sampling yang merupakan salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Variabel independen terdiri atas tingkat pengetahuan dan religiusitas, sementara itu variabel dependennya adalah minat menabung. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat analisis data yang berupa uji asumsi klasik (meliputi uji normalitas dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Analisis regresi linear bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Responden Berdasarkan Umur

Keragaman responden berdasarkan umur atau usia dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1
Hasil Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 Tahun	0	0,00%
18 Tahun	2	1,60%
19 Tahun	20	15,90%
20 Tahun	27	21,90%
21 Tahun	55	43,90%
22 Tahun	20	15,90%
23 Tahun	1	0,80%
Total	125	100%

Dari kuesioner yang disebar mendapatkan 125 responden yang terdiri dari berusia 17 tahun berjumlah 0 dengan persentase 0%, kemudian berusia 18

tahun berjumlah 2 dengan persentase 1,6%, berusia 19 tahun berjumlah 20 orang dengan persentase 15,9%, berusia 20 tahun berjumlah 27 orang dengan persentase 2,9%, berusia 21 tahun berjumlah 55 orang dengan persentase 43,9%, berusia 22 tahun berjumlah 20 orang dengan persentase 15,9%, dan terakhir berusia 23 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 0,8%. Dari data yang terkumpul berdasarkan umur didominasi berumur 21 tahun yaitu dengan jumlah sebanyak 55 orang atau 43,90%.

2. Responden Berdasarkan Umur

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 2
Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki - laki	29	23%
Perempuan	96	77%
Jumlah	125	100%

Berdasarkan hasil kuesioner bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 29 orang dengan persentase 23% sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 96 orang dengan persentase 77%.

Uji Validitas

Dari hasil pengujian validitas berupa kuesioner yang berisi dari 3 variabel terdapat 21 kuesioner yang telah diisi oleh 125 responden pada penelitian ini. Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, terlebih dahulu harus mencari nilai r tabelnya adalah $df = N-2$ jadi $125-2 = 123$, sehingga r tabel = 0,1767. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa r hitung $>$ r tabel ada 123 kuesioner yang dinyatakan valid karena r hitung lebih dari r tabel.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Maka dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas ini sangat penting dalam penelitian (Purnomo, 2016:79).

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,975	21

Hasil dari uji reliabilitas yaitu mendapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,975 > 0,175$ (r tabel) maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesioner "Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah" dinyatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

Uji Multikolinearitas

Untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda digunakan uji multikolinieritas. Jika ada korelasi tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan VIF (Variance Inflation Factor).

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	B	Tolerance	VIF
Constant	1,872		
Pengetahuan	0,426	0,219	4,659
Religiusitas	0,504	0,219	4,659

Nilai Varian Inflation Factor (VIF) dan tolerance lebih kurang dari 10 atau 0,10, maka terbebas dari multikonekteritas, Hasil perhitungan nilai VIF dan tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF dan tolerance kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi. Maka hasil uji dalam penelitian ini lolos Uji Multikolinearitas.

UJI HETEROKIDASTISITAS

Untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain digunakan uji heteroskedastisitas. Model regresi yang memenuhi persyaratan ketika terdapat kesamaan varians dari residual satu ke pengamatan lain.

Tabel 5
Hasil Uji Heterokidastisitas

Variabel	Sig
Pengetahuan	0,142
Religiusitas	0,910

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada 1 pun dari variabel independen nilainya lebih kecil dari 0,05. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikasinya diatas 5% atau 0,05. jadi, dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

UJI NORMALITAS

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut terdistribusi normal atautakah tidak. Teknik uji normalitas pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teori limit sentral yang artinya teorema yang menyatakan bahwa kurva distribusi sampling (untuk ukuran sampel 30 atau lebih) akan berpusat pada nilai parameter populasi dan akan memiliki semua sifat-sifat distribusi normal. Hasil uji teori limit sentral dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebaran mengikuti arah diagonal (membentuk garis lurus), maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

UJI ANALISIS LINEAR BERGANDA

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

Tabel 6
Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	T	Sig
Constant	1,872	1,297		1,444	0,151
Pengetahuan	0,428	0,083	0,438	5,163	0,000
Religiusitas	0,504	0,088	0,487	5,738	0,000

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,872 + 0,428 X_1 + 0,504 X_2$$

Keterangan:

X1 : Pengetahuan

β_1 : Koefisien arah regresi variabel X1

X2 : Religiusitas

β_2 : Koefisien arah regresi variabel X2

Y : Minat nasabah

e : Residual Error dari masing-masing variabel

Dari persamaan tersebut maka dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta persamaan linear menunjukkan angka 1,872, hal ini berarti apabila nilai variabel bebas yaitu pengetahuan dan religiusitas mempunyai nilai nol, maka variabel minat nasabah akan tetap sebesar 1,872. Karena nilai konstanta menunjukkan nilai 1,872.
- Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,428 yang menunjukkan bahwa apabila variabel pengetahuan (X1) meningkat sebesar satu satuan maka minat nasabah untuk menggunakan produk bank syariah akan meningkat sebesar 0,428.
- Nilai koefisien regresi variabel religiusitas (X2) sebesar 0,504 menunjukkan bahwa apabila variabel religiusitas (X2) meningkat sebesar satu satuan maka minat nasabah untuk menggunakan produk bank syariah akan meningkat sebesar 0,504.

UJI F

Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui sebuah tafsiran parameter secara bersama-sama yang artinya seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Tabel 7
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	1936,456	2	968,227	255,779	0,000
Residual	461,818	122	3,785		
Total	2398,272	124			

Secara simultan nilai uji F dapat dilihat bahwa nilai signifikan pada kolom sig adalah 0,000 yang berarti bahwa lebih kecil dari 0,05. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini variabel independen atau variabel bebas yaitu pengetahuan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau terikat yaitu minat menabung generasi Z Jabodetabek di bank syariah.

UJI T

Uji-t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap terikat apakah bermakna atau tidak.

Tabel 8
Hasil Uji T

Variabel	B	Sig	Tolerance	VIF
Constant	1,872	0,151		
Pengaruh	0,428	0,000	0,219	4,569
Religiusitas	0,504	0,000	0,219	4,569

Berdasarkan uji t diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada kolom sig. Untuk variabel pengetahuan adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel pengetahuan lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap generasi z Jabodetabek minat menabung di bank syariah.
2. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada kolom sig. Untuk variabel pengetahuan adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel religiusitas lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap generasi z Jabodetabek minat menabung di bank syariah.

UJI DETERMINASI

Menurut Ghazali (2016:95) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai adjusted R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel-variabel terikat sangat terbatas. Semakin tinggi nilai adjusted R^2 maka semakin tinggi variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat.

Tabel 9
Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,899	0,807	0,804

Dari tabel diatas, didapatkan nilai Adjusted R square (koefisien determinasi) sebesar 0,804 yang artinya bahwa besarnya pengaruh pengetahuan, dan religiusitas, terhadap minat genetasi z Jabodetabek menabung di bank syariah sebesar 80,4%.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Generasi Z Jabodetabek Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Variabel insentif (X1) menunjukkan nilai beta sebesar 0,428 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat diterima yang berarti semakin banyak pengetahuan seseorang untuk menabung maka minat untuk menabung juga akan semakin tinggi.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Generasi Z Jabodetabek Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) menunjukkan nilai beta sebesar 0,504 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat diterima yang berarti semakin tinggi religiusitas seseorang maka minat untuk menabung juga akan semakin tinggi.

E. KESIMPULAN

Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan simultan terhadap minat menabung. Dengan demikian, jika sosialisasi tentang perbankan syariah ditingkatkan di kalangan masyarakat, maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Variabel religiusitas berpengaruh positif dan simultan terhadap minat menabung pada masyarakat. Dengan demikian, jika religiusitas ditingkatkan di kalangan masyarakat, maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Variabel minat menabung berpengaruh positif dan simultan terhadap minat masyarakat, jika minat menabung ditingkatkan, maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah dan dapat menambah nilai market share perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*. 5, 8.
- Abrori, S. (2020). *Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*. 134.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

- Darmawan, A., Dewi Indahsari, N., Rejeki, S., Rizqie Aris, M., Yasin, R., Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto, P., & Studi Ekonomi Syariah Pasca Sarjana IAIN Purwokerto, P. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah*. In Jurnal Fokus Bisnis (Vol. 18, Issue 01).
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indarti, Nurul. 2014. *Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Khatimah, Nurul. 2018. *Pengaruh Religius, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol. 5, No. 1, h. 40.
- Maghfiroh, S. (n.d.). *Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan*. 163.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap MinatPelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah*. 10, 24.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). *Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains*, 10(1), 177–187.
- Perdana, Eko K. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB. 2016.
- Pramono, Sri Sukmawati, Suyono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press
- Purnomo, Aldy, Rohmat. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Fadilatama
- Sumarwan, Ujang. 2011 *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Wahyudin, Dwiwiati, A., Siti, Z. 2011. *Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)*. JEBA, Vol. 13, No. 1, hal. 1-2.