

# **PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

(Studi Empiris pada Nasabah Bank Syariah di Gunungkidul)

**HENI PURWANINGSIH**

**NIM: 1300012251**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA**

**Maret 2020**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian ini dilakukan di Gunungkidul pada periode agustus 2019 – oktober 2019.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif (*descriptive research*). Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Gunungkidul yang menabung di bank syariah yang berjumlah 100 responden. Dan untuk mempermudah tahanan pengelolaan data dan mendapatkan sampel yang tepat, maka metoda pengambilan sampel yang digunakan adalah *Incidental*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel religiusitas, pengetahuan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan tingkat sig. <0.05 atau 5%.

Kata kunci : Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung.

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG BANK SYARIAH**

**(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah di Gunungkidul)**

**Diajukan oleh :**

**Heni Purwaningsih**

**NIM : 1300012251**

**Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji**

**Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi**

**Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta**

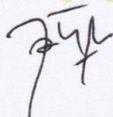
**Tanggal 19 Maret 2020**

**Yang terdiri dari**



**Beni Suhendra, S.E., M. Si.**

**Ketua**



**Sartini, S.E., M.Acc., Ph.D., Akt., CA.**

**Anggota**



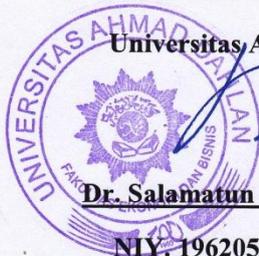
**Andreas Vernando, S.E., M.Sc.**

**Anggota**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Ahmad Dahlan**



**Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si**

**NID. 196205021987032001**

## A. PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia merupakan fenomena ekonomi modern yang tumbuh cukup pesat dari tahun ke tahun. Perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992. Perbankan syariah di Indonesia terdiri atas Bank Unit Syariah (BUS) sejumlah 14 unit, Unit Usaha Syariah (UUS) sejumlah 20 unit, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sejumlah 165 unit (OJK:2019).

Kabupaten Gunungkidul, dengan jumlah populasi penduduk sebesar 736.210 jiwa (laki-laki 355.282 jiwa dan perempuan 380.928 jiwa) dan mayoritas beragama Islam (BPS:2019), memiliki potensi yang cukup besar untuk dapat mengembangkan industri keuangan Islam. Bank syariah berbeda dengan bank konvensional, karena bank syariah menerapkan prinsip-prinsip syariah (hukum Islam) dengan memberikan layanan bebas bunga. Bunga (riba) dilarang dalam Islam. Salah satu firman Allah SWT yang mengharamkan riba adalah surat Al-Imron:130 (Toni, 2014). *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda, dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”*.

Masalah utama yang dihadapi bank syariah adalah bagaimana bank dapat menarik pelanggan dan mempertahankannya agar bank dapat bertahan dan berkembang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka diperlukan strategi pengelolaan yang tepat. Karena pengelolaan merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen.

Pemahaman yang masih rendah terhadap perbankan syariah salah satunya diakibatkan kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh bank syariah. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi serta mampu menyaring informasi yang lebih baik. Semakin baik pengetahuan tentang bank syariah semakin tinggi kemungkinan untuk berhubungan dengan bank syariah.

Selain pengetahuan nasabah tentang bank syariah, kualitas pelayanan yang diberikan juga mempengaruhi bank syariah dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas layanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan (Sofjan Assauri,

2007:213). Pelayanan yang baik maka akan memberikan dampak positif untuk bank syariah sendiri.

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Konsumen muslim seharusnya lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak, supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun diakhirat. Oleh karena itu religiusitas seseorang konsumen dapat menjadi faktor penentu mereka dalam berperilaku.

Religiusitas adalah sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama (Jalaluddin, 2010: 257). Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang.

Minat menabung merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku konsumen dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomi. Secara umum, perilaku pengambilan keputusan untuk membeli atau mempergunakan jasa tertentu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: harga, servis yang ditawarkan, lokasi, kemampuan tenaga penjual, dan periklanan. (Kotler ,2006:206). Sepintas tidak ada perbedaan antara menabung di bank konvensional dan bank syariah. Keunggulan itu bersumber pada basis syariah yang mendasari operasinya. Dalam konsep hubungan antar bank dan penabung di bank konvensional bank menjadi debitor dan penabung menjadi kreditor. Atas dasar simpan pinjam bank membayar bunga kepada penabung dengan tingkat bunga yang sudah ditentukan, tidak peduli berapa keuntungan yang diperoleh bank atau kerugian yang diderita bank.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga faktor yang digunakan sebagai landasan untuk mengetahui pengaruh minat menabung di bank syariah, antara lain faktor religiusitas, pengetahuan, dan kualitas pelayanan. Peneliti mengambil objek penelitian di Gunungkidul. Pemilihan objek ini didasari bahwa tingkat pendidikan masyarakat Gunungkidul masih rendah dibandingkan dengan kabupaten lain se-DIY dan pekerjaan yang berbeda-beda. Jika melihat agama yang dianutnya, tentu masyarakat sudah mengetahui

larangan riba dalam ajaran islam. Dengan melihat kondisi saat ini, perkembangan bank syariah sudah sangat pesat, maka seberapa jauh pengetahuan dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

Penelitian pengaruh religiusitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah sudah banyak dilakukan sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya antara lain. Pertama, dari segi objek penelitian, objek penelitian ini yaitu masyarakat Gunungkidul. Kedua dari segi variabel, yaitu dengan menambahkan variabel independen yaitu variabel pengetahuan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penyusun bermaksud untuk mengkaji religiusitas, pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung yang akan disusun dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah di Gunungkidul).”

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

### **Bank Syariah**

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Sistem perbankan syariah di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Kegiatan usaha perbankan syariah pada dasarnya merupakan perluasan jasa perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga, melainkan atas dasar prinsip syariah.

Karakteristik utama bank syariah adalah ketiadaan bunga sebagai representasi dari riba karena haram. Karakter inilah yang menjadikan perbankan syariah lebih unggul pada beberapa hal termasuk pada sistem operasional yang dijalankan. Selain itu, dalam perbankan syariah uang hanya dijadikan alat tukar bukan komoditi yang diperdagangkan sehingga tidak mengenal akan konsep “*time value for money*” (Zaenal Arifin: 2000:60).

## **Religiusitas**

Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Maka religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah, dan akhlaq (Adiwarman, 2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas (Thouless, 1995): Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial, faktor pengalaman, dan faktor intelektual.

## **Pengetahuan**

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. (Mowen dan Minor, 2002). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan (Notoatmodjo, 2003) adalah pendidikan, paparan media massa, sosial ekonomi (pendapatan), hubungan sosial, pengalaman.

## **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. (Lovelock, 2010: 154). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan oleh nasabah sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima oleh nasabah tidak sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan tidak baik dan tidak memuaskan.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan (Tjiptono, 2005:121). Dalam studinya Parasuraman (1988:23) menyimpulkan terdapat 5 (lima) dimensi *Services Quality* (dimensi kualitas pelayanan): bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan dan kepastian (*Assurance*), empati (*Empathy*).

## **Minat**

Minat sebagai aspek kewajiban bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subyek atas dasar adanya kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan. Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI: 2006) diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.

Minat merupakan kecenderungan yang menetap dan subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam suatu hal. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu sukar ditentukan secara pasti. (Winkel: 1993) Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. (Slameto: 2010).

## **Hipotesis**

Berdasarkan uraian diatas hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung,

H2 : terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat menabung,

H3 : terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung.

## **C. METODE PENELITIAN**

Untuk mempermudah tahapan pengolahan data dan mendapatkan sampel yang tepat, maka metoda pengambilan sampel yang digunakan adalah *Incidental*. Penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011). Lokasi pemilihan sampel adalah di bank syariah di Kabupaten Gunungkidul meliputi BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan BPD Syariah. Adapun jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini, berdasarkan pendapat Roscoe dalam Sugiono (2012: 91) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian, antara 30 sampai dengan 500 atau dengan cara jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel (independen+dependen) yang di teliti, jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah  $10 \times 4 = 40$ , ini adalah jumlah anggota sampel minimal. Sampel dalam peneliti ini yaitu sebanyak 100 responden sudah lebih dari standar minimum.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data

Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian di bank syariah di Gunungkidul. Data penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada nasabah bank syariah di Gunungkidul sebanyak 100 kuesioner, yang dianalisis dengan prosedur statistik deskriptif. Sebelum melakukan analisis, terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan tentang data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari nasabah bank syariah di Gunungkidul yaitu karakteristik jenis kelamin dan pendidikan.

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	43	43,0 %
Wanita	57	57,0 %
Total	100	100,0 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah berdasarkan jenis kelaminnya adalah sebanyak 43 orang laki-laki atau 43 % dan 57 orang perempuan atau 57%. Ini berarti bahwa responden penelitian cukup berimbang berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir Responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
SMP	3	3,0 %
SMA	47	47,0 %
D3	22	22,0 %
S1	22	22,0 %
S2	6	6,0 %
Total	100	100,0 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.2 dapat diketahui jumlah pendidikan terakhir responden sebanyak 3 orang atau 3% berpendidikan SMP, sebanyak 47 orang atau 47% berpendidikan SMA, D3 sebanyak 22 orang atau 22% sedangkan 22 orang atau 22% berpendidikan S1 dan 6 orang atau 6% berpendidikan S2. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah di Gunungkidul berpendidikan SMA.

Tabel 4.8 menyajikan ringkasan hasil analisis regresi.

Tabel 4.8 Hasil analisis regresi

Variabel	Arah Hipotesis	Koefisien	Sig t (2-tailed)	Keputusan
Konstanta		-2,802	0,270	
Religiusitas	+	0,227	0,013	H1 Diterima
Pengetahuan	+	0,366	0,000	H2 Diterima
Kualitas Pelayanan	+	0,297	0,001	H3 Diterima
F hitung	37,073			
F sig	0,000			
$R^2$	0,537			
Adjusted $R^2$	0,522			

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Dari tabel di atas maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -2,802 + 0,227 X_1 + 0,366 X_2 + 0,297 X_3 + e$$

dari model persamaan regresi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Konstanta

Nilai konstanta -2,802 mengandung arti apabila variabel religiusitas (X1), pengetahuan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) konstan atau tidak ada nilai nol (0), maka minat menabung akan mengalami penurunan sebesar 2.802 atau 2,802%

2. Religiusitas (X1) terhadap minat menabung (Y)

Nilai koefisien religiusitas sebesar 0,227 mengandung arti bahwa setiap tambahan satu poin religiusitas (X1) akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 0,227 kali.

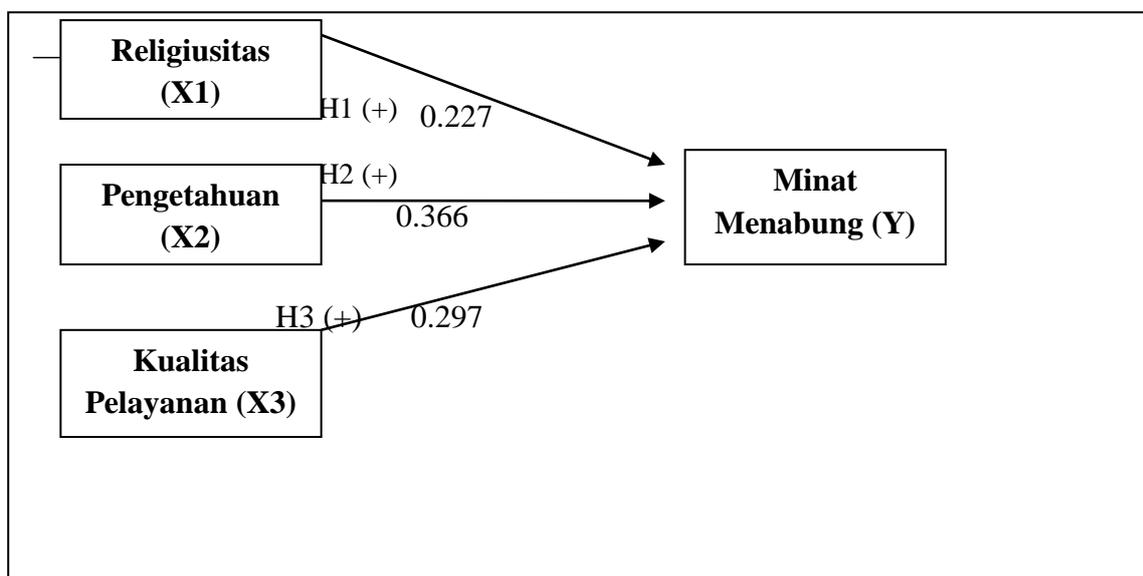
3. Pengetahuan (X2) terhadap minat menabung (Y)

Nilai koefisien Pengetahuan sebesar 0,366 mengandung arti bahwa setiap tambahan satu poin pengetahuan (X2) akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 0,366 kali.

4. Kualitas pelayanan (X3) terhadap minat menabung (Y)

Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,297 mengandung arti bahwa setiap tambahan satu poin kualitas pelayanan (X3) akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 0,297 kali.

maka model rerangka kajian yang digunakan dalam penelitian ini diringkas dalam gambar berikut:



Gambar 4.1 Rerangka Konseptual

Berdasarkan t hitung masing-masing untuk religiusitas, pengetahuan, dan kualitas pelayanan yaitu:

1. Religiusitas (X1) mempunyai nilai t sebesar 2.536 dan nilai signifikansi sebesar 0.013 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi  $< 0.05$  dan koefisien beta bertanda (+). Maka H1 diterima, hal ini berarti bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.
2. Pengetahuan (X2) mempunyai nilai t sebesar 4,347 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi  $< 0.05$  dan koefisien beta bertanda (+). Maka H2 diterima, hal ini berarti bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.
3. Kualitas pelayanan (X3) mempunyai nilai t sebesar 3,465 dan nilai signifikansi sebesar 0.001 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi  $< 0.05$  dan koefisien beta

bertanda (+). Maka H3 diterima, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah**

Berdasarkan hasil penelitian diatas religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa religiusitas nasabah mempengaruhi minat menabung di bank syariah, penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iranati (2017), Utami (2016), Khanif (2016) dan Riskyono (2017). Dari penelitian tersebut terbukti bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Maka hipotesis religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah terbukti.

### **Pengaruh Pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah**

Berdasarkan hasil penelitian diatas pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Seseorang yang mempunyai informasi berupa pengetahuan mengenai bank syariah berarti telah mengenal bank syariah baik langsung maupun tidak langsung (Philip Kotler, 2002). Semakin tinggi tingkat pengetahuan tentang bank syariah, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menabung di bank syariah tersebut.

Hasil penelitian diatas sejalan dengan yang dilakukan oleh Iranti (2017) dan Riskyono (2017). Dari penelitian tersebut terbukti bahwa pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Maka hipotesis pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah terbukti.

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah**

Kunci kemenangan bank dalam persaingan industri perbankan adalah kualitas pelayanannya, dimana nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank.

Berdasarkan hasil penelitian diatas kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Karena pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia secara umum dikelompokkan dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya

pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain. (Moenir dalam Nogi, 2005 :hal. 208). Jika kualitas pelayanan yang di berikan baik, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah untuk menabung di bank syariah.

Hasil penelitian sejalan dengan yang dilakukan oleh Yogiarto (2015), Khanif (2016) dan Rianty (2017). Dari penelitian tersebut terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan demikian peneliti mengajukan hipotesis kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa, 1)religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung, hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya masyarakat dari kalangan tertentu (beragama muslim) yang percaya dengan bank syariah. 2)Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, hal ini dibuktikan dengan semakin banyak nasabah bank syariah yang mempunyai pendidikan lebih baik. 3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung hal ini dibuktikan dengan semakin banyak masyarakat yang percaya dan menggunakan jasa bank syariah.

## **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat disajikan adalah 1)Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya peneliti lebih komunikatif dengan pihak bank dalam meminta perizinan untuk meneliti nasabah, karena dalam hal ini dapat saling menguntungkan. Pihak bank akan mengetahui kelebihan dan kekurangan pada bank tersebut, yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dan evaluasi. 2)Bagi peneliti selanjutnya, lebih memanfaatkan waktu masa penelitian, sehingga efektif dan efisien.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Antonio., Syafi'i, M., & Perwataatmadja, K. (1992). *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: Veresia Grafika.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Jumlah Populasi Penduduk Gunungkidul 2019*.  
<http://www.bps.go.id.gunungkidul>. Diakses tanggal 21 Desember 2019.
- Djamaroh., & Bahri, S. (2008). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineksa Cipta.

- Ghazali, A. (2014). *Pengaruh Religiusitas dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Wadiah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Skripsi. Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS* 20. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iranti, R. B. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pegetahuan dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di bank syariah*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Hessel, N. (2005). *Manajemen Publik (Edisi 1)*. Jakarta: PT. Grassendo.
- Jalaluddin, (2010). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- John C. M, & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2006). Jakarta: Balai Pustaka.
- Karim, A. (2011). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kasmir. (2012). *Dasar-dasar perbankan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Khanif. (2016). *Pengaruh tingkat religiusitas, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap minat masyarakat desa sraten kab Semarang untuk menabung di bank syariah*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Kinner T.C & J.R Taylor. (1995). *Riset Pemasaran Pendekatan Terpadu*. Edisi ke-3. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P. (2006). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12)*. Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Lovelock, & Christhoper, dkk. (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir. (1999). *Metode penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2019. *Statistik perbankan syariah 2019*.  
<https://www.ojk.go.id>. Diakses tanggal 21 Desember 2019.
- Parasuraman. (1988). *Services Quality, A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.

- Rianty, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri di Wilayah Tangerang Selatan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Riskyono, N.I. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Edisi 2017*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga.
- Sarwono, J. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siswanto. (2007). *Kesehatan Mental Konsep Cakupan dan Perkembangannya*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Slameto. (1988). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Bina Aksara.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sofjan, A. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Cetakan ke 17*. Bandung: CV. Afabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Afabeta.
- Sulaiman, W. (2004). *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh kasus & pemecahannya*. Yogyakarta : Andi.
- Thouless, H. R. (1995). *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, dkk. (2016). Analisis pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin). *Jurnal wawasan Manajemen*, 3, 1.
- Wikipedia.(2020). *Pengetahuan bank syariah 2020*.  
<https://www.wikipedia.org/pengetahuan>. Diakses tanggal 10 Januari 2020.
- Winkel, W.S. (1993). *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia.
- Yogiarto, A, H. P. (2015). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*. Skripsi .Universitas Negeri Yogyakarta.
- Zainal, A. (2000). *Memahami Bank Syariah*. Jakarta: PT. Alvabet

Zainal, A. (2006). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet, IKAPI.

