

## PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT MAHASISWA MUSLIM DALAM MENABUNG PADA BANK SYARIAH

**Nurul Mubarakatus Syuro'ah**

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia  
Email: [nurulmubarakatus.20066@mhs.unesa.ac.id](mailto:nurulmubarakatus.20066@mhs.unesa.ac.id)

**Fira Nurafini**

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia  
Email: [firanurafini@unesa.ac.id](mailto:firanurafini@unesa.ac.id)

### Abstrak

Industri keuangan syariah telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, menawarkan layanan sesuai prinsip-prinsip Islam yang menolak riba dan spekulasi, serta mendorong keadilan ekonomi. Pertumbuhan industri ini dipengaruhi oleh minat dan keputusan individu untuk menabung di bank syariah. Salah satu kelompok yang memiliki potensi besar sebagai pendorong pertumbuhan tersebut adalah mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah religiusitas, pengetahuan, dan pendapatan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menabung di bank syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif, dengan religiusitas, pengetahuan, dan pendapatan sebagai variabel independen, serta minat menabung sebagai variabel dependen. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diberikan kepada 106 responden melalui teknik purposive sampling. Teknik analisis data dilakukan menggunakan Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menabung di bank syariah. Namun, pengetahuan dan pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menabung pada bank syariah. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa muslim dalam memilih bank syariah lebih didorong oleh faktor rasional seperti pengetahuan dan pendapatan, bukan semata-mata karena alasan agama.

**Kata Kunci :** Religiusitas, Pengetahuan, Pendapatan, Minat Menabung

### Abstract

*The Islamic financial industry has grown rapidly in recent years, offering services in accordance with Islamic principles that reject usury and speculation while promoting economic justice. The growth of this industry has been influenced by individual interest and decisions to save in Shariah-compliant banks. Students are among the groups with significant potential to drive this growth. This research aims to determine whether religiosity, knowledge, and income affect the interest of Muslim students in saving in Shariah-compliant banks. The research methodology employed is quantitative associative, with religiosity, knowledge, and income as independent variables and savings interest as the dependent variable. Data collection was conducted through a questionnaire distributed to 106 respondents using purposive sampling technique. Data analysis was performed using Multiple Linear Regression. The research findings indicate that religiosity does not have a significant influence on the interest of Muslim students in saving in Shariah-compliant banks. However, knowledge and income positively influence the interest of Muslim students in saving in Shariah-compliant banks. The implications of this research show that Muslim students' decisions in choosing Islamic banks are driven more by rational factors such as knowledge and income, not solely for religious reasons.*

**Keywords :** Religiosity, Knowledge, Income, Interest in Saving

## 1. PENDAHULUAN

Perbankan Syariah adalah sistem perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah atau hukum Islam, termasuk larangan riba (bunga). Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, perbankan syariah mencakup organisasi, operasi, sistem, dan prosedur yang mematuhi hukum syariah. Tujuan utamanya adalah mengumpulkan dan menyalurkan dana secara etis dan transparan sesuai ajaran Islam. Bank syariah berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kepercayaan masyarakat, serta memperluas pangsa pasar perbankan syariah (Wiwin, 2015). Aset perbankan syariah terus tumbuh setiap tahun, mencerminkan peningkatan kepercayaan dan penggunaan layanan oleh konsumen. Pada tahun 2022, perbankan syariah membuktikan resiliensinya dengan total aset mencapai Rp802,26 triliun (tumbuh 15,63% yoy), dan pembiayaan tumbuh 20,44% (lebih tinggi dari perbankan konvensional yang tumbuh 10,72% yoy). Pembiayaan investasi tumbuh 23,15% (naik dari 3,57% pada tahun sebelumnya), dengan akad murabahah sebagai produk populer. (OJK, 2022).

Minat terhadap perbankan syariah meningkat setiap tahun, tercermin dari pertumbuhan aset yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional. Individu yang menolak konsep riba cenderung memilih bank syariah. (Damayanti, 2017) mencatat bahwa calon nasabah tertarik pada bank syariah karena produk dan sistem yang dianggap menguntungkan mereka. Minat adalah bagian integral dari aktivitas sehari-hari seseorang. Nisak et al. (2016) menyatakan bahwa sikap individu dipengaruhi oleh faktor seperti norma keluarga, keyakinan, budaya, gaya hidup, dan lingkungan. (Roisah & Riana, 2016) menambahkan bahwa perilaku dan keputusan individu dipengaruhi oleh kebutuhan dan pertimbangan mereka. (Indah, 2017) menyebutkan bahwa religiusitas memengaruhi keputusan konsumen Indonesia, termasuk dalam pemilihan produk dan bank yang mematuhi aturan agama. Mahasiswa, sebagai generasi masa depan yang berada di lingkungan pendidikan tinggi, lebih terbuka terhadap ide baru dan perubahan (Hartaji, 2012). Mahasiswa Muslim menjalankan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini fokus pada mahasiswa Muslim di Jawa Timur karena pengaruh agama dan budaya yang kuat terhadap nilai, keputusan, dan pandangan mereka (Aziz, 2019). Subjek ini dipilih untuk memahami bagaimana nilai-nilai agama memengaruhi perilaku keuangan, termasuk pandangan tentang sedekah, pinjaman, pengeluaran, dan investasi. Jawa Timur memiliki 244 kantor bank syariah (BPS, 2019), memungkinkan analisis minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Religiusitas mahasiswa Muslim melibatkan kepercayaan pribadi, ketaatan terhadap ajaran Islam, dan partisipasi dalam kegiatan keagamaan, yang mempengaruhi keputusan-keputusan mereka, termasuk pilihan untuk menabung di bank syariah (Miftakhur & Wahyuni, 2016). Religiusitas, yaitu ketaatan pada nilai-nilai agama, memandu kehidupan dan perilaku sehari-hari, termasuk pengetahuan (Rohaeni, Hikmah, & Rahmayani, 2018; Rohmatun & Dewi, 2017). Studi awal menunjukkan bahwa 71% dari 24 responden mahasiswa Muslim dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung memilih layanan yang sejalan dengan keyakinan agama. Religiusitas mempengaruhi preferensi dan keputusan finansial mahasiswa, serta aspek lain seperti pendidikan, karier, dan kesejahteraan mental. Penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memotivasi dan mempengaruhi perilaku konsumen, termasuk keputusan untuk menabung di bank syariah (Fadilah, Nasution, & Affandi, 2022; Nasrullah, 2015). Namun, beberapa penelitian seperti (Widiawati, 2020) dan (Rachmawati, 2020) menunjukkan dampak agama yang minimal atau tidak signifikan terhadap keputusan konsumen. Selain religiusitas, pengetahuan memainkan peran penting

dalam pengambilan keputusan. Menurut KBBI, pengetahuan mencakup pemahaman yang diperoleh melalui pengalaman dan pendidikan, memandu konsumen dalam memilih produk (Abd Rahman, Asrarhaghighi, & Ab Rahman, 2015; Sumarwan, 2014). Mahasiswa dengan pemahaman memadai tentang bank syariah cenderung memilih layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, sedangkan keterbatasan pemahaman dapat menjadi kendala dalam memahami mekanisme dan manfaat bank syariah.

Menurut Yasin et al. (2018), pengetahuan adalah puncak dari proses eksplorasi atau pemahaman yang memungkinkan tindakan. (Romdhoni & Sari, 2018) dan (Fadhilah, 2021) menunjukkan bahwa pengetahuan berdampak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Muhlis et al. (2023) menemukan bahwa dampak pengetahuan tidak selalu signifikan secara statistik. Pendapatan juga mempengaruhi konsumsi, terbagi menjadi pendapatan nominal (uang) dan riil (barang) (Gilarso, 2018). John J. Wild menyatakan bahwa pendapatan adalah jumlah maksimum yang dapat digunakan untuk konsumsi tanpa mengurangi aset dasar. Pendapatan, yang mencakup gaji, keuntungan, dan bantuan keuangan, adalah indikator kesejahteraan ekonomi yang mempengaruhi gaya hidup, pendidikan, dan kemampuan memenuhi kebutuhan dasar. Pendapatan mahasiswa bervariasi berdasarkan pendidikan, geografis, pekerjaan paruh waktu, dukungan keluarga, atau beasiswa. Uang saku digunakan untuk konsumsi pokok (pendidikan, makanan) dan kebutuhan sekunder. Menurut Indrianawati (2015), pendapatan mahasiswa mempengaruhi konsumsi dan tabungan. Islam mengajarkan pengetahuan finansial yang bijak, termasuk berinfak, berzakat, dan menabung di bank syariah untuk menghindari riba. Penelitian Maghfiroh (2018) dan (Irayani Riza Mega & Kristanto Rudi Suryo, 2022) menunjukkan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Namun, Refky et al. (2021) menemukan pendapatan tidak signifikan terhadap minat menabung.

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti faktor-faktor yang telah dijelaskan dan diungkapkan dari penelitian sebelumnya, dan hasil-hasil penelitian tersebut, yang dimana penelitian sebelumnya masih banyak terdapat ketidakkonsistenan hasil dalam penelitian. Selain itu, dari penelitian terdahulu masih belum terdapat yang meneliti tiga variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini secara bersamaan, sehingga dalam penelitian ini dilakukan penelitian yaitu Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Pendapatan Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Dalam Menabung Pada Bank Syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan lebih mendalam tentang bagaimana religiusitas, pengetahuan, dan pendapatan mempengaruhi keputusan finansial mahasiswa muslim, dan juga diharapkan dapat membantu bank syariah dan institusi keuangan lainnya untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknis analisis data berupa pendekatan kuantitatif, dengan penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Muslim yang menempuh pendidikan tinggi di Jawa Timur. Teknik perhitungan sampel menggunakan rumus Hair et al yang menghasilkan 98 sampel dari populasi dengan teknik *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian ini: (1) Mahasiswa/i Muslim. (2) Usia diatas 18 tahun. (3) Menempuh pendidikan tinggi di Jawa Timur.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan Regresi Linear Berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variable dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdapat tiga variabel. Pertama, variabel religiusitas

dengan indikator keyakinan, praktik agama, pengetahuan agama, konsekuensi, dan pengalaman (Aviyah & Farid, 2014). Kedua, variabel pengetahuan dengan indikator pemahaman prinsip, pemahaman sistem operasional, pengetahuan produk (Schreiben, 2016). Ketiga, variabel pendapatan dengan indikator pendapatan yang diterima perbulan, pekerjaan, dan pengeluaran (Satiti, 2014). Pada penelitian ini terdapat satu variabel dependen yaitu minat menabung dengan indikator minat transaksional, minat referensial, dan minat preferensia (Priansa, 2020). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 :Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara religiuistas terhadap minat mahasiswa muslim dalam menabung pada bank syariah.  
 H2 :Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim dalam menabung pada bank syariah.  
 H3 :Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pendapatan terhadap minat mahasiswa muslim dalam menabung pada bank syariah.  
 H4 :Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara religiuistas, pengetahuan, dan pendapatan terhadap minat mahasiswa muslim dalam menabung pada bank syariah.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran kuesioner atau pengambilan data melalui *Google Form*, sebanyak 108 responden telah mengisi kuesioner penelitian ini. Setelah di validasi, dua responden tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan, sehingga 106 responden yang memenuhi kriteria digunakan sebagai data responden dalam penelitian ini.

**Tabel 1 Data Karakteristik Responden**

Karakteristik Responden	Jumlah Responden
<b>Jenis Kelamin</b>	
Perempuan	84 Orang
Laki Laki	24 Orang
<b>Usia Responden</b>	
18 – 24 Tahun	101 Orang
25 – 30 Tahun	7 Orang
31 – 40 Tahun	-
>40 Tahun	-
<b>Mahasiswa Muslim di Jawa Timur</b>	
Ya	106 Orang
Tidak	2 Orang

*Sumber: Diolah Penulis, 2024*

Berdasarkan data yang diberikan, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah 84 orang, sementara laki-laki hanya 24 orang. Sebagian besar responden berusia antara 18 hingga 24 tahun, sebanyak 101 orang, dan berusia antara 25 hingga 30 tahun, yaitu 7 orang. Data di atas juga menunjukkan bahwa hampir seluruh responden adalah mahasiswa Muslim di Jawa Timur, dengan jumlah 106 orang. Hal ini menunjukkan bahwa data yang masuk kriteria hanya 106 responden yaitu mahasiswa yang kuliah di Jawa Timur saja.

#### Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018) dasar dalam melakukan validitas keputusan jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dikatakan valid, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka tidak valid.

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas**

<b>Indikator</b>	<b>R-Statistik</b>	<b>R Tabel N=35 <math>\alpha=0.05</math></b>
R1.1	0,554	0,3246
R1.2	0,676	0,3246
R1.3	0,499	0,3246
R2.1	0,569	0,3246
R2.2	0,576	0,3246
R2.3	0,742	0,3246
R3.1	0,568	0,3246
R3.2	0,690	0,3246
R3.3	0,668	0,3246
R4.1	0,654	0,3246
R4.2	0,512	0,3246
R4.3	0,645	0,3246
R5.1	0,518	0,3246
R5.2	0,523	0,3246
R5.3	0,492	0,3246
PG1.1	0,788	0,3246
PG1.2	0,711	0,3246
PG1.3	0,551	0,3246
PG2.1	0,829	0,3246
PG2.2	0,824	0,3246
PG2.3	0,749	0,3246
PG3.1	0,779	0,3246
PG3.2	0,641	0,3246
PG3.3	0,682	0,3246
PD1.1	0,557	0,3246
PD1.2	0,542	0,3246
PD1.3	0,332	0,3246
PD2.1	0,658	0,3246
PD2.2	0,788	0,3246
PD2.3	0,550	0,3246
PD3.1	0,496	0,3246
PD3.2	0,652	0,3246
PD3.3	0,717	0,3246
MT1.1	0,620	0,3246
MT1.2	0,622	0,3246
MT1.3	0,755	0,3246
MT2.1	0,554	0,3246
MT2.2	0,588	0,3246
MT2.3	0,676	0,3246
MT3.1	0,755	0,3246
MT3.2	0,577	0,3246
MT3.3	0,664	0,3246

*Sumber: Output SPSS, 2024*

Menurut hasil pada Tabel 4.4, koefisien korelasi hitung (nilai rrr) untuk semua pertanyaan dari indikator 1 hingga 42 melebihi koefisien korelasi tabel (rrr tabel). Oleh sebab itu, pada tingkat signifikansi 5%, dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengukur suatu kuesioner sebagai indikator dari variabel dilakukan untuk memastikan bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan tetap konsisten atau stabil sepanjang waktu. Peneliti menilai reliabilitas suatu variabel menggunakan Cronbach's Alpha dengan target nilai signifikansi lebih besar dari 0,70. Suatu variabel atau konstruk dianggap reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7 (Ghozali, 2018).

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha
Religiusitas	0,865
Pengetahuan	0,887
Pendapatan	0,753
Minat Menabung	0,815

*Sumber: Output SPSS, 2024*

Nilai Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa data tersebut reliabel berdasarkan temuan tabel 4.5 di atas, karena Alpha Cronbach > 0,7.

### Uji T (Parsial)

Untuk menilai secara parsial pengaruh variabel X terhadap variabel Y pada tingkat kesalahan 5%, kolom signifikan untuk masing-masing variabel independen diuji dengan tingkat signifikansi (sig) < 0,05. Kriteria uji statistik t (Ghozali, 2018) adalah sebagai berikut:

Hipotesis diterima jika nilai sig < 0,05

Hipotesis ditolak jika nilai sig > 0,05

**Tabel 4 Hasil Uji T**

Model	B	T	Sig	Hasil
Religiusitas	.045	.699	.486	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengetahuan	.333	4.670	.000	Berpengaruh Signifikan
Pendapatan	.302	3.949	.000	Berpengaruh Signifikan

*Sumber : Output SPSS, 2024*

Berdasarkan Tabel 4.12, hasil perhitungan uji t untuk variabel Religiusitas menunjukkan nilai t sebesar 0,699 dengan p-value sebesar 0,486 (lebih dari 0,05). Maka, hipotesis ditolak, yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Untuk variabel Pengetahuan, uji t menghasilkan nilai t sebesar 4,670 dengan p-value sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Maka, hipotesis diterima, artinya variabel Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung. Begitu pula pada variabel Pendapatan, uji t menghasilkan nilai t sebesar 3,949 dengan p-value sebesar 0,000 (juga kurang dari 0,05). Maka, hipotesis diterima yang menunjukkan bahwa variabel Pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Menabung. Dan diperoleh persamaan regresi berganda yaitu:

$$Y = 9,839 + 0,045X_1 + 0,333X_2 + 0,302X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara parsial.

### Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel X secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05 dan F hitung > F tabel, hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05 dan F hitung < F tabel, hal ini menunjukkan bahwa

seluruh variabel X tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y, sehingga hipotesis ditolak (Ghozali, 2018).

**Tabel 5 Hasil Uji F  
ANOVA**

Model	F	Sig.
1 Regression	18.860	.000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

*Sumber: Output SPSS, 2024*

Hasil uji F menunjukkan bahwa p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis diterima. Ini berarti bahwa Religiusitas (X1), Pengetahuan (X2), dan Pendapatan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung.

**Uji Koefisien Determinasi (R-Square)**

**Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.597	.357	.338	2.221

*Sumber : Output SPSS, 2024*

Nilai R-Square sebesar 0,357, seperti yang terlihat pada Tabel 4.9, menunjukkan bahwa 35,7% variasi dalam variabel minat menabung (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yang diteliti. Dengan demikian, 64,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

**Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa Muslim dalam Menabung pada Bank Syariah**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menabung di bank syariah. Tingkat religiusitas tidak mempengaruhi minat seorang mahasiswa Muslim dalam memilih bank syariah sebagai tempat menabung. Hasil ini mendukung teori Glock dan Stark dalam (Ancok & Suroso, 2011), yang menyatakan bahwa keberagamaan tidak hanya tercermin dalam praktik ritual ibadah, tetapi juga dalam aktivitas lain seperti melibatkan agama dalam kegiatan sehari-hari. Hasil penelitian ini tidak mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh (Fadilah et al., 2022) serta (Fielnanda & Wahyuningsih, 2021), yang menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung. Dalam penelitian tersebut, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar minatnya dalam menabung.

Namun, hasil ini konsisten dengan penelitian (Suprihati, Sumadi, & Tho'in, 2021) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan (Musyaffa & Iqbal, 2022), yang menyatakan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi minat seseorang dalam menabung di bank syariah. Dalam penelitian tersebut, meskipun populasi suatu wilayah mayoritas beragama Islam, masih terdapat kekurangan dalam pemahaman masyarakat mengenai keuangan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan individu untuk menabung di bank syariah tidak dipengaruhi secara inheren oleh tingkat religiusitas mereka. Dengan kata lain, keputusan seseorang untuk menabung di bank tidak semata-mata bergantung pada ketaatan beragamanya.

Selain itu, religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah, sesuai dengan jawaban responden yang menunjukkan bahwa meskipun mereka memiliki tingkat pengetahuan agama yang cukup tinggi, hal ini tidak menjadi tolok ukur dalam menentukan minat mereka untuk menabung di bank syariah. Wawancara dengan beberapa responden mengungkapkan bahwa mereka cenderung tidak mengedepankan sikap religiusitas ketika berhubungan dengan materi. Mereka lebih mengedepankan 'love of money' daripada religiusitas mereka, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatullah dan Sartini (2019). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat religiusitas seseorang belum tentu menjadi tolok ukur dalam mengarahkan keputusan finansial mereka atau memilih antara bank konvensional dan bank syariah sebagai tempat menabung.

Dalam konteks religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah, penting bagi seseorang untuk memiliki niat yang ikhlas dalam memilih bank syariah sebagai tempat menabung, dengan tujuan untuk mentaati ajaran Islam dalam pengetahuan dan mencari ridha Allah SWT. Hadits riwayat Imam Bukhari dan Muslim, yang diriwayatkan dari Umar bin Khattab, menyebutkan bahwa Rasulullah SAW bersabda: "Amal perbuatan itu tergantung niatnya, dan setiap orang akan mendapatkan sesuai dengan apa yang diniatkan." Hadits tersebut menekankan pentingnya niat yang ikhlas dalam segala perbuatan, termasuk dalam pengetahuan. Niat yang ikhlas dalam melakukan sesuatu bisa mengubah perbuatan tersebut menjadi ibadah yang bernilai di sisi-Nya.

### **Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Mahasiswa Muslim dalam Menabung pada Bank Syariah**

Berdasarkan hasil uji hipotesis, terungkap bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa Muslim dalam menabung di Bank Syariah. Peningkatan dalam tingkat pengetahuan dapat berdampak pada minat mahasiswa Muslim untuk melakukan tabungan di bank syariah. Temuan ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menabung di bank syariah. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian oleh (Romdhoni & Sari, 2018), yang menemukan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Penelitian lain oleh (Oktaviani, 2018) juga menunjukkan bahwa pengetahuan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa pengetahuan konsisten memiliki pengaruh terhadap minat untuk menggunakan produk. Oleh karena itu, memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk yang tersedia, serta meningkatkan pemahaman atau pengetahuan terkait produk tersebut, dapat meningkatkan pemahaman mengenai investasi dan mendukung minat dalam menggunakan layanan yang disediakan.

Kesimpulan dari penelitian ini, yaitu bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah, sesuai dengan Teori Perilaku Terencana (TPB) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Teori ini menekankan peran personal, sosial, dan informasi dalam pengambilan keputusan seseorang. Informasi yang dimaksud mencakup pengalaman, pengetahuan, dan media. Semakin banyak informasi yang dimiliki seseorang mengenai perbankan, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk memutuskan untuk menabung.

Islam mengajarkan umatnya untuk mencari pengetahuan dan memperhatikan aspek-aspek syariah dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam pengetahuan dan investasi. Sesuai dengan hadits riwayat Abu Hurairah Radhiyallahu'anhu, Rasulullah SAW

bersabda “Barang siapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, niscaya Allah mudahkan jalannya menuju surga”. Hadits ini menegaskan pentingnya pendidikan dan pengetahuan. Oleh karena itu, dalam konteks minat menabung, penting bagi umat Islam untuk memiliki pengetahuan yang cukup tentang prinsip-prinsip syariah terkait menabung dan memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama.

### **Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Mahasiswa Muslim dalam Menabung pada Bank Syariah**

Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa variabel pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, maka kemungkinan untuk menabung atau menginvestasikan sebagian dari pendapatan tersebut akan semakin besar. Temuan ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menabung di bank syariah. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian oleh Maghfiroh (2018) yang menemukan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah, serta penelitian oleh (Irayani Riza Mega & Kristanto Rudi Suryo, 2022) yang menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Penelitian lain juga menguatkan temuan ini, menunjukkan bahwa ketika seseorang mampu meningkatkan pendapatannya dan mengelolanya dengan efisien, motivasi dan minat untuk menabung akan meningkat. Kenaikan pendapatan juga berpotensi meningkatkan keinginan untuk berinvestasi dan menabung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah, sesuai dengan teori Keynes (1936) "The General Theory of Employment, Interest and Money" yang menjelaskan tentang keputusan menabung dengan mempertimbangkan tingkat pendapatan dan konsumsi. Ketika pendapatan meningkat, maka tabungan dan/atau konsumsi juga akan meningkat. Jika diasumsikan bahwa konsumsi tetap, maka tabungan akan meningkat seiring dengan kenaikan pendapatan. Ini berdampak pada keputusan nasabah untuk menabung lebih banyak. Semakin besar jumlah uang yang dimiliki masyarakat sebagai pendapatan, maka semakin besar pula jumlah tabungan yang dimiliki.

Dalam konteks agama, hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah Radhiyallahu'anhu, Rasulullah SAW bersabda “barangsiapa menyimpan harta dibawah tanah, maka hartanya itu menjadi saksi baginya di hari kiamat untuk membawanya ke neraka atau surga” (HR. Muslim). Hadits ini menegaskan pentingnya etika dalam mengelola kekayaan, termasuk dalam hal menyimpannya secara halal dan bermanfaat. Oleh karena itu, mengelola pendapatan dengan baik dan memilih untuk menabung di lembaga keuangan syariah sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam menjadi suatu tindakan yang dianjurkan dan berpotensi mendatangkan kebaikan di dunia dan akhirat

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menabung di bank syariah. Religiusitas tidak memiliki peran penting dalam menentukan minat mahasiswa Muslim untuk menabung di bank syariah. Sementara itu, variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menabung di bank syariah. Semakin tinggi tingkat

pengetahuan seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk tertarik menabung di bank syariah. Variabel pendapatan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk menabung. Selain itu, variabel religiusitas, pengetahuan, dan pendapatan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Muslim dalam menabung di bank syariah.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan, beberapa saran dapat diberikan kepada mahasiswa untuk meningkatkan pengetahuan mereka, terutama tentang pengetahuan terkait perbankan syariah. Mahasiswa perlu memahami perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah, terutama dalam hal bunga/riba, akad, dan prinsip-prinsip lainnya. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan variabel minat menabung dengan indikator lain selain religiusitas, pengetahuan, dan pendapatan. Atau dapat memodifikasi model yang baru untuk memahami pengaruhnya dengan lebih baik. Misalnya, melibatkan indikator lain yang memungkinkan untuk mempengaruhi minat menabung.

## 5. REFERENSI

- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1). <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2011). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(02). <https://doi.org/10.30996/persona.v3i02.376>
- Aziz, I. (2019). Pengaruh Uang Saku, Gaya Hidup, dan Perilaku Menabung terhadap Pola Konsumsi Non Makanan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, 8(1).
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1). <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>
- Fadhilah, D. (2021). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(2), 31–37.
- Fadilah, D., Nasution, R. A., & Affandi, I. (2022). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Motif Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Binal Bisnis Eonmi Halal*, 3(2).
- Fielnanda, R., & Wahyuningsih, S. (2021). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Simpang IV Sipin. *Jurnal Margin*, 1(1).
- Ghozali, I. (2018). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hartaji, R. D. A. (2012). Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. *Hartaji, Damar Adi*.
- Indah, S. D. (2017). Strategi Promosi dan store Interior Pada Industri Ritel. *Journal Ecodmica*, 1(2).
- Irayani Riza Mega, & Kristanto Rudi Suryo. (2022). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap

- MinatMenabung Mahasiswa Di BankSyariah(Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Jurnal Magisma*, X(2), 191–202.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2). <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam*. <https://doi.org/10.28918/jhi.v13i2.487>
- Oktaviani, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI*.
- Priansa, D. J. (2020). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Rachmawati, A. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i1.1502>
- Rohaeni, H., Hikmah, A. S., & Rahmayani, R. (2018). Be Good Atittude Dalam Berpenampilan Pada UMKM “Mang Piat” Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 142–148. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Rohmatun, K. I., & Dewi, C. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap. *Journal Ecodemica*, 1(1).
- Roisah, R., & Riana, D. (2016). Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(1).
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02). <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Satiti, P. (2014). Pengaruh Pendapatan dan Peran Aparat Kelurahan Terhadap Kesadaran Masyarakat Dalam Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan di Semanggi Rw VIII Pasar Kliwon Surakarta Tahun 2013. *Journal Publikasi*, 2(mei).
- Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghaila Indonesia.
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>
- Widiawati, H. S. (2020). Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariahdi Kota Kediri. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 5(1), 64. <https://doi.org/10.29100/jupeko.v5i1.1523>
- Wiwin, K. (2015). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).