

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENABUNG  
DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KOTA PEKANBARU**

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CUSTOMERS' INTEREST IN SAVINGS AT BANK  
SYARIAH INDONESIA (BSI) PEKANBARU CITY**

Putri Rosalina Harahap<sup>1)</sup>, Henny Indrawati<sup>2)</sup>, Mujiono<sup>3)</sup>

Email : putri.rosalina0872@student.unri.ac.id<sup>1)</sup>, henny.indrawati@lecturer.unri.ac.id<sup>2)</sup>,  
mujiono2476.polbeng@gmail.com<sup>3)</sup>

Phone Number : 085211924243

**Economic Education Study Program  
Department of Social Science Education  
Faculty of Teacher Training and Education  
Riau University**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of location, service, and religiosity on customer interest in saving at Bank Syariah Indonesia. The research sample is 50 customers taken by using accidental sampling technique. This research is a quantitative research and uses a questionnaire as a data collection tool. Data analysis used descriptive analysis and multiple linear regression analysis using SPSS statistics version 25. The results showed that there was a positive and significant influence between location, service and religiosity variables on customer interest in saving at Bank Syariah Indonesia Pekanbaru, either simultaneously or partially. This shows that if Bank BSI has a good location and service, as well as instilling religious values well, it will increase customer interest in saving.*

**Keyword** : location, service, religiosity and interest in saving.

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, pelayanan, dan religiusitas terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia. Sampel penelitian adalah 50 orang nasabah diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Data analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS statistics versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi, pelayanan dan religiusitas terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia Pekanbaru, baik secara simultan maupun parsial. Hal ini menunjukkan apabila Bank BSI memiliki lokasi dan pelayanan yang bagus, serta menanamkan nilai-nilai religiusitas dengan baik, maka akan meningkatkan minat menabung nasabah.

**Kata Kunci** :Lokasi, Pelayanan, Relegiusitas, dan Minat Menabung.

## LATAR BELAKANG PENELITIAN

Bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara penyimpanan uang secara Islam (Kasmir, 2014). Dalam upaya menarik minat menabung nasabah di bank dapat dilakukan berbagai upaya. Salah satunya yaitu lokasi, dalam penelitian ini lokasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panam Arengka terletak di JL. HR. Soebrantas Panam Arengka, yang di mana terdapat kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi nyaman.

Bank syariah menawarkan pilihan produk pembiayaan syariah kepada nasabah, salah satunya yaitu pembiayaan *murabahah*. *Murabahah* adalah akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Dalam *murabahah*, penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian mensyaratkan atas laba dalam jumlah tertentu (Indrawati, 2011; Indrawati, 2014).

Seperti yang diketahui pada bank syariah, sistem yang digunakan adalah bagi hasil pada akhir tahun (bukan sistem bunga seperti yang dilakukan pada bank konvensional). *Return* yang diberikan kepada nasabah pemilik dana pun ternyata lebih tinggi dari pada bunga deposito yang diberikan oleh bank konvensional. Itulah alasan yang menjadikan bank syariah tetap kokoh dan tidak terpengaruh oleh krisis yang terjadi (Machmud dan Rukmana, 2015). Akan tetapi, perbankan syariah masih mempunyai banyak kendala dalam mengembangkan kegiatannya karena, masih banyak masyarakat yang masih takut untuk menabung di bank syariah. Hal tersebut disebabkan oleh minimnya pemahaman masyarakat soal prinsip-prinsip sistem ekonomi syariah di Dunia perbankan dan masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Munculnya bank konvensional yang lebih banyak dari pada bank syariah juga dapat menyebabkan kurangnya minat menabung di bank syariah (Asmar, 2019).

Pelayanan yang berkualitas diharapkan dapat meningkatkan minat menabung masyarakat, sehingga jumlah nasabah semakin bertambah (Taslim, 2018) Untuk mengetahui jumlah nasabah tabungan di BSI Kantor Cabang Panam Arengka dapat dilihat Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Jumlah Nasabah Tabungan BSI Kantor Cabang Panam Arengka**

No	Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)
1.	2016	9600
2.	2017	8400
3.	2018	7680
4.	2019	7200
<b>Jumlah</b>		<b>32880</b>

Sumber: Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panam Arengka (2020).

Berdasarkan Tabel 1 Jumlah nasabah yang menabung di BSI Kantor Cabang Panam Arengka dari tahun 2016 sampai 2019 terjadi penurunan. Perbandingan jumlah nasabah dari tahun ke tahun membuktikan bahwa minat menabung di BSI Kantor Cabang Panam Arengka masih rendah. Almadea (2017) menyatakan bahwa peningkatan minat menabung dipengaruhi oleh adanya faktor pelayanan. Faktor lain yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah yaitu lokasi, pelayanan, religiusitas (Darmawan, *dkk.*, 2019). Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Bulan (2018), faktor yang diduga mempengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah diantaranya adalah faktor lokasi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Aziz (2019) menemukan bahwa lokasi, pelayanan, dan religiusitas mempengaruhi minat menabung nasabah. Dari beberapa

penelitian tersebut diketahui bahwa faktor yang lokasi, pelayanan dan religiusitas merupakan faktor yang paling banyak mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penelitian ini penting untuk dilakukan dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Pekanbaru". Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, pelayanan dan religiusitas terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru. Manfaat dari penelitian ini menambah pengetahuan dan pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Panam Arengka dan sebagai bahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh dari perkuliahan serta menambah wawasan penulis.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Minat Menabung**

Menurut Muhammad (2012) menyatakan bahwa minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhannya sendiri. Minat dapat diartikan sebagai rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Oleh karenanya, minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya (Mintarja, 2017).

Menabung adalah menyisihkan sebagian dari penghasilan seseorang yang untuk diinvestasikan (Mahadana, 2012). Menurut Triana, *dkk.*, (2016), minat menabung merupakan seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun lingkungannya. Kemudian rangsangan tersebut diproses dalam dirinya.

Menurut Kotler dan Philip dalam Assauri (2011), minat menabung diasumsikan sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa-jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak akan melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki. Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa minat nasabah pada suatu lembaga keuangan merupakan ketertarikan/ keinginan seorang atau badan kendali pihak manajemen perusahaan, seperti kondisi perekonomian, politik, budaya, dan teknologi, sedangkan faktor internal adalah karakteristik dari konsumen tersebut. Faktor-faktor tersebut merupakan proses selanjutnya yaitu keputusan membeli suatu produk dan jasa. Serta suatu hal yang mengarahkan individu akan suatu obyek atas dasar senang atau tidak senang dan memiliki pilihannya sendiri sesuai dengan keinginan hatinya dalam menentukan dimana mereka akan menabung apakah dibank konvensional ataupun bank syariah. Orang lain tidak dapat memaksakan kehendak seseorang tersebut. Adapun indikator minat menabung yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1) kepercayaan, 2) kepuasan, 3) tingkat pengetahuan, 4) loyalitas.

### **Lokasi**

Menurut Kasmir (2014) lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Menurut Muhammad (2014) lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun ditempat yang strategis, dekat dengan nasabah berada, mudah pencapaiannya, dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan dekat dengan Bank Indonesia. Selain penentuan tempat kantor bank, penentuan tata letak (*lay out*) kantor diluar (*outdoor*) dan tata letak kantor didalam (*indoor*) menjadi bahasa penting perbankan.

Menurut Rambat (2014) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang *strategis* (mudah dijangkau), didaerah sekitar pusat perbelanjaan dekat dengan pemukiman penduduk, aman, nyaman bagi nasabah, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor lainnya. Adapun indikator minat menabung yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1) terjangkau, 2) visibilitas, 3) fasilitas area parkir, 4) dekat sarana umum.

### **Pelayanan**

Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai perbuatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Selanjutnya Kotler Philip dan Keller mendefinisikan sebagai aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah (Kotler dan Philip, 2011).

Suatu pelayanan yang baik pasti akan mendorong seseorang untuk menggunakan jasa maupun produk yang ditawarkan. Pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai usaha melayani orang lain. Sedangkan dalam definisi strategis dinyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*) (Darmawan, dkk., 2019). Adapun yang termasuk dalam kategori pelayanan adalah bagaimana keramahan pelayanan *customer officer* dan juga kualitas produk yang ditawarkan.

Jenis-jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan, kemampuan kedua belah pihak, baik pemberi layanan maupun yang membutuhkan pelayanan. Dalam kaitan ini, pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi dikantor bank syariah saja. Adapun indikator pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1) berwujud, 2) kehandalan, 3) jaminan dan kepastian, 4) ketanggapan, 5) empati.

### **Religiusitas**

Bunga adalah imbalan yang dibayarkan oleh peminjam atas dana yang diterima, bunga dinyatakan dalam persen (*interest*). Bunga bank merupakan sejumlah imbalan yang diberikan oleh bank kepada nasabah atas nama dana yang disimpan di bank yang dihitung sebesar persentase tertentu dari pokok simpanan dan jangka waktu simpanan ataupun tingkat bunga ataupun tingkat bunga yang dikenakan terhadap pinjaman yang diberikan bank kepada debiturnya (Susanti, 2020).

Menurut Susanti (2020) religiusitas merupakan keadaan dalam individu seseorang yang mendorong orang tersebut untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama yang dipeluknya. Menurut Adiwarmam dalam penelitian (Khotimah, 2018), religiusitas adalah bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat. Adapun indikator religiusitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: a) ideologi, b) intelektual, c) konsekuensi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia kantor cabang Panam Arengka Kota Pekanbaru. Penelitian dilakukan pada tanggal 12-17 Juli 2021. Populasi penelitian adalah nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia yang berjumlah 32.880 nasabah. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel dengan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja nasabah BSI yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Karakteristik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu nasabah yang menabung di BSI. Sampel dalam penelitian ini yaitu nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia sebanyak 50 sampel. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Analisis deskriptif adalah cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Kisi-kisi instrumen diperoleh dari definisi operasional masing-masing variabel yang didasarkan pada kajian teori kemudian dikembangkan dalam indikator-indikator yang selanjutnya dijabarkan dalam butir-butir pernyataan, yang disajikan dalam Tabel 2.

**Tabel 2**  
**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator
1	Lokasi ( $X_1$ )	a) Terjangkau b) Visibilitas c) Fasilitas area parkir d) Dekat sarana umum
2.	Pelayanan ( $X_2$ )	a) Berwujud b) Keandalan c) Jaminan dan kepastian d) Ketanggapan e) Empati
3.	Religiusitas ( $X_3$ )	a) Ideologi b) Intelektual c) Konsekuensi
4.	Minat menabung (Y)	a) Kepercayaan b) Kepuasan c) Tingkat pengetahuan d) Loyalitas

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

### Hasil Analisis Deskriptif

#### 1. Variabel Lokasi

Pada variabel lokasi dikategorikan berdasarkan jawaban responden, klasifikasi pada setiap kategori ditentukan. Berikut disajikan tabel distribusi frekuensi variabel lokasi dalam Tabel 3.

**Tabel 3**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi**

No	Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Terjangkau	50,4-60	12	24

2	Terjangkau	40,8-50,4	30	60
3	Agak Terjangkau	31,2-40,8	6	12
4	Tidak Terjangkau	21,6-31,2	1	2
5	Sangat Tidak Terjangkau	12-21,6	1	2
Jumlah			50	100

Sumber: Data Olahan, 2021

Tabel 3 menyajikan variabel lokasi terdapat pada kategori terjangkau dengan nilai rata-rata sebesar 48,56. Dikatakan terjangkau karena nasabah menyatakan penentuan lokasi yang strategis dan sesuai dengan keinginan nasabah akan meningkatkan jumlah nasabah.

## 2. Variabel Pelayanan

Pada variabel pelayanan dikategorikan berdasarkan jawaban responden, klasifikasi pada setiap kategori ditentukan. Berikut disajikan tabel distribusi frekuensi variabel pelayanan dalam Tabel 4.

**Tabel 4**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan**

No	Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	63-75	28	56
2	Baik	51-63	18	36
3	Cukup Baik	39-51	3	6
4	Tidak Baik	27-39	1	2
5	Sangat Tidak Baik	15-27	0	0
Jumlah			50	100

Sumber: Data Olahan, 2021

Tabel 4 menyajikan variabel pelayanan terdapat pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata sebesar 64,00. Dikatakan sangat baik karena nasabah menyatakan Bank Syariah memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga nasabah merasa aman dan nyaman saat menabung.

## 3. Variabel Religiusitas

Pada variabel religiusitas dikategorikan berdasarkan jawaban responden, klasifikasi pada setiap kategori ditentukan. Berikut disajikan tabel distribusi frekuensi variabel religiusitas dalam Tabel 5.

**Tabel 5**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Religiusitas**

No	Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tinggi	37,8-45	28	56
2	Tinggi	30,6-37,8	14	28
3	Cukup	23,4-30,6	7	14
4	Rendah	16,2-23,4	1	2
5	Sangat Rendah	9-16,2	0	0
Jumlah			50	100

Sumber : Data Olahan, 2021

Tabel 5 Menyajikan variabel religiusitas terdapat pada kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 39,24. Dikatakan sangat tinggi karena nasabah menyatakan bahwa transaksi menabung yang menggunakan bunga haram terdapat unsur riba yang dilarang agama.

## 4. Variabel Minat Menabung

Pada variabel minat menabung dikategorikan berdasarkan jawaban responden, klasifikasi pada setiap kategori ditentukan. Berikut disajikan tabel distribusi frekuensi variabel minat menabung dalam Tabel 6.

**Tabel 6**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menabung**

No	Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tinggi	50,4-60	14	28
2	Tinggi	40,8-50,4	28	56
3	Sedang	31,2-40,8	7	14
4	Rendah	21,6-31,2	1	2
5	Sangat Rendah	12-21,6	0	0
Jumlah			50	100

Sumber: Data Olahan, 2021

Tabel 6 Menyajikan variabel minat menabung terdapat pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 47,84. Dikatakan tinggi karena nasabah menyatakan minat menabung di bank syariah sesuai dengan ajaran Islam.

### Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan setelah penggunaan model analisis regresi linear berganda. Asumsi klasik yang harus dipenuhi diantaranya data harus berdistribusi normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Rekapitulasi uji asumsi klasik dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7**  
**Rekapitulasi Uji Asumsi Klasik**

Variabel	Uji Normalitas	Uji Linearitas	Uji Heteroskedastisitas	Uji Multikolinearitas	
	Signifikan	Signifikan	Signifikan	Tolerance	VIF
Constanta					
Lokasi		0,976	0,189	0,914	1,094
Pelayanan	0,200	0,025	0,549	0,986	1,014
Religiusitas		0,622	0,187	0,922	1,085

Sumber: Data olahan SPSS 25, 2021

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Hasil uji normalitas dengan uji statistik *one sample kolmogorov-smirnov* dapat dilihat pada Tabel 7 diatas. Besarnya nilai *kolmogorov-smirnov* adalah sebesar 0,075 dengan nilai signifikan sebesar 0,200. Residual data berdistribusi normal jika signifikansi  $> \alpha = 0,05$ , dari pengujian diatas dapat dilihat bahwa untuk signifikansinya adalah 0,200 lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan residual data penelitian ini berdistribusi normal.

### 2. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linear akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik (Ghozali, 2018). Uji linieritas dilakukan dengan metode Analyze Compare Mean. Dalam tabel ANOVA mempunyai nilai lebih besar dari 0,05 dan apabila F hitung  $< F$  tabel maka dapat dikatan terdapat hubungan linear antar variabel independen dan dependen.

Berdasarkan Tabel 7 dapat di ketahui bahwa sig. dari *Deviationfrom Linearity* variabel lokasi sebesar 0,976 artinya nilai ini lebih besar dari pada 0,05 maka hasilnya (0,976  $> 0,05$ ). Maka diperoleh informasi bahwa pengaruh variabel lokasi terhadap variabel minat menabung signifikan linear. Nilai sig. dari *Deviationfrom Linearity* variabel pelayanan sebesar

0,025 artinya nilai ini lebih besar dari pada 0,05 maka hasilnya ( $0,25 > 0,05$ ). Maka diperoleh informasi bahwa pengaruh variabel pelayanan terhadap variabel minat menabung signifikan linear. Nilai sig. dari *Deviation from Linearity* variabel religiusitas sebesar 0,622 artinya nilai ini lebih besar dari pada 0,05 maka hasilnya ( $0,622 > 0,05$ ). Maka diperoleh informasi bahwa pengaruh variabel religiusitas terhadap variabel minat menabung signifikan linear.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Uji *glejser* mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi variabel bebas  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 7 menyajikan nilai sig variabel lokasi sebesar  $0,189 > 0,05$ , nilai sig variabel pelayanan sebesar  $0,549 > 0,05$  dan nilai sig variabel religiusitas sebesar  $0,187 > 0,05$ , dan hasil tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa data tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### 4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dari Tabel 7 menyajikan nilai *variance inflation factor* (VIF) dari model analisis pada penelitian ini berada kurang dari angka 10, yaitu lokasi memiliki VIF sebesar 1,094, pelayanan memiliki VIF sebesar 1,014, dan religiusitas memiliki VIF sebesar 1,085. Sedangkan pada nilai *tolerance* semua variabel lebih besar dari 0,1, yaitu lokasi memiliki *tolerance* sebesar 0,914, pelayanan memiliki *tolerance* sebesar 0,986, dan religiusitas memiliki *tolerance* sebesar 0,922. Dari ketentuan yang telah disebutkan di atas, telah diketahui nilai VIF dan *tolerance* masing-masing variabel dalam penelitian ini tidak terjadi Multikolinieritas dalam model regresinya.

### Pengujian Hipotesis

Persamaan regresi penelitian ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen dapat dilihat pada Tabel 8.

**Tabel 8**  
**Rekapitulasi Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien (B)	Signifikan (F)	Signifikan (t)	R-square
Constanta	0.143			
Lokasi	0.279	0.000	0.047	0,517
Pelayanan	0.521		0.000	
Religiusitas	0.084		0.580	

Sumber: Data olahan SPSS 25, 2021

Pada Tabel 8 diinterpretasikan adalah nilai dalam kolom B, baris pertama menunjukkan konstanta (a) dan baris selanjutnya menunjukkan variabel independen. Dengan melihat tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.143 + 0.279X_1 + 0.521X_2 + 0.084X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Konstanta 0,143 dapat diartikan bahwa jika variabel lokasi, pelayanan, dan religiusitas tetap atau 0 (nol) maka nilai minat menabung nasabah adalah sebesar 0,143. Besarnya pengaruh variabel lokasi terhadap minat menabung adalah sebesar 0,279 satuan. Dapat diartikan jika variabel independen lain nilainya tetap maka lokasi mengalami

peningkatan satu satuan, maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar 0.279 satuan. Interpretasi tersebut dapat diartikan adanya pengaruh lokasi dengan minat menabung. Jika lokasi di tingkatkan maka minat menabung menjadi meningkat.

Besarnya pengaruh variabel pelayanan terhadap variabel minat menabung adalah sebesar 0.521 satuan. Dapat diartikan jika variabel independen lain nilainya tetap dan kreativitas mengalami peningkatan satu satuan, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0.521 satuan. Interpretasi tersebut dapat diartikan adanya pengaruh pelayanan terhadap minat menabung, dan jika bank BSI memiliki pelayanan yang bagus maka keberhasilan akan tercapai/berhasil.

Besarnya pengaruh variabel religiusitas terhadap minat menabung adalah sebesar 0.084 satuan. Dapat diartikan jika variabel independen lain nilainya tetap maka religiusitas mengalami peningkatan satu satuan, maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar 0.084 satuan. Interpretasi tersebut dapat diartikan adanya pengaruh religiusitas dengan minat menabung. Jika religiusitas di tingkatkan maka minat menabung menjadi meningkat.

#### a. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Tingkat signifikansi 0,05 digunakan untuk uji ini, dengan kriteria sebagai berikut jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  berarti semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Tetapi jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  berarti semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan Tabel 8 hasil dari probability F-statistik adalah sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05, artinya dapat disimpulkan variabel independen berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh lokasi (X1), pelayanan (X2) dan religiusitas (X3) terhadap minat menabung (Y) nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru diterima.

#### b. Uji t

Uji statistik t nilai *probability t* lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Adapun syarat penerimaan atau penolakan hipotesis adalah jika nilai sig.  $< 0,05$ , maka variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individu. Tetapi jika nilai sig.  $> 0,05$ , maka variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individu.

Berdasarkan Tabel 8 lokasi menunjukkan nilai signifikannya sebesar 0,047 yang lebih rendah dari  $\alpha$  0,05 dengan nilai t sebesar 2,039. Hasil tersebut menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru. Hasil ini menerima dari hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh lokasi terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru. Pelayanan menunjukkan nilai signifikannya sebesar 0,000 yang lebih rendah dari  $\alpha$  0,05 dengan nilai t sebesar 6,372. Hasil tersebut menjelaskan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru. Hasil ini menerima dari hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru. Religiusitas menunjukkan nilai signifikannya sebesar 0,580 yang lebih besar dari  $\alpha$  0,05 dengan nilai t sebesar 0,360. Hasil tersebut menjelaskan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru namun tidak signifikan. Hasil ini menolak dari

hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru.

### c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) tujuannya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen Ghazali (2018). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 8 di atas, besarnya nilai  $R^2$  dalam model regresi diperoleh sebesar 0,517. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dapat menerangkan variasi dari keberhasilan minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Pekanbaru sebesar 51,7%, sedangkan sisanya sebesar 48,3% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini, yaitu pengetahuan, pendapatan, *disposable income*, kepercayaan, promosi, kemudahan (Rosyid & Saidiah, 2016) dan persepsi (Cahyati 2017).

## Pembahasan Penelitian

### Pengaruh Lokasi (X1), Pelayanan (X2) dan Religiusitas (X3) terhadap Minat Nasabah Menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa variabel independen yaitu lokasi, pelayanan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yakni minat menabung pada Bank Syariah Indonesia Pekanbaru. Dengan adanya tahapan dalam minat menabung, yang meliputi dorongan dari dalam individu, motif sosial, faktor emosional, religiusitas, pendapatan, informasi produk bank syariah, lokasi dan promosi merupakan bagian dari faktor yang berpengaruh dalam diri seseorang untuk mengambil keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji simultan dengan nilai signifikan.

Lokasi bank yang strategis menjadi kunci yang sukses dalam bisnis. Lokasi suatu penyedia jasa juga menjadi faktor penting bagi konsumen, salah satu alasan lokasi penyedia jasa menjadi penting bagi pelanggan adalah karena penyedia jasa tersebut dekat dengan tempat tinggal pelanggan atau dekat dengan tempat kerja pelanggan. Faktor selain lokasi yaitu pelayanan, bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh kualitas layanan (*service*) juga faktor yang mempengaruhi mereka memilih sebuah produk. Jika pelayanan yang diterimanya buruk, sudah pasti mereka beralih ke produk lain. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada produk itu. Faktor terakhir yaitu religiusitas, religiusitas menandakan seberapa sering individu menjalankan syariat agama yang telah dianutnya. Hal ini berarti nasabah yang semakin sering menjalankan perintah-perintah agamanya maka semakin religiusitas ataupun sebaliknya individu yang menjauhi larangan-larangan yang diajarkan oleh Islam maka ia akan semakin religiusitas.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa, lokasi, pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif secara simultan terhadap minat menabung pada bank Syariah Indonesia (BSI) Pekanbaru. Dalam penelitian yang dilakukan lokasi, pelayanan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung, karena apabila nasabah mempunyai lokasi, pelayanan dan religiusitas yang tinggi maka nasabah akan tertarik untuk menabung.

### Pengaruh Lokasi (X1) terhadap Minat Nasabah Menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia

Temuan penelitian menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Disimpulkan bahwa hipotesis diterima, variabel independen lokasi (X1) secara parsial berpengaruh

signifikan dan positif terhadap minat menabung.

Dengan demikian dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat menabung terbukti. Apabila, lokasi bank strategi maka perbankan syariah dan kemampuan nasabah dalam menabung cukup maka akan dapat meningkatkan minat menabung nasabah. Dilihat pada hasil deskriptif, lokasi memang mempengaruhi minat menabung, ada yang sangat setuju dan ada juga yang sangat tidak setuju. Pada variabel lokasi memiliki hubungan positif terhadap minat menabung, artinya semakin mudah lokasi ditemukan semakin tinggi minat nasabah untuk menabung pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dikarenakan kunci sukses bisnis adalah lokasi, sehingga dapat dikatakan bahwa lokasi memegang peran kunci bagi eksistensi usaha jasa dimasa datang. Lokasi suatu penyedia jasa juga menjadi faktor penting bagi konsumen, salah satu alasan lokasi penyedia jasa menjadi penting bagi pelanggan adalah karena penyedia jasa tersebut dekat dengan tempat tinggal pelanggan atau dekat dengan tempat kerja pelanggan.

Menurut Fitriana (2020), lokasi berpengaruh terhadap minat menabung, maka lokasi akan mempengaruhi minat menabung, faktor lokasi perbankan syariah yang baik dan strategis akan meningkatkan minat menabung nasabah. Artinya semakin baik lokasi suatu perbankan syariah maka minat menabung di bank syariah akan semakin besar. Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh Utama (2017) dapat disimpulkan variabel lokasi memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam proses pengambilan keputusan menjadi.

### **Pengaruh Pelayanan (X2) terhadap Minat Nasabah Menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, variabel independen pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung.

Hasil ini menjelaskan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh petugas bank akan mempengaruhi dan meningkatkan minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dikarenakan bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh kualitas layanan (*service*) juga faktor yang mempengaruhi mereka memilih sebuah produk. Jika pelayanan yang diterimanya buruk, sudah pasti mereka beralih ke produk lain. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada produk itu.

Menurut Tjiptono (2015) bahwa pelayanan merupakan pelayanan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Artinya pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah sangat baik. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gusmail Emmang (2016) Dari hasil penelitian tersebut menyebutkan variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Artinya pelayanan baik akan meningkatkan minat nasabah menabung di BSI.

### **Pengaruh Religiusitas (X3) terhadap Minat Nasabah Menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Artinya tinggi rendahnya minat menabung dipengaruhi oleh religiusitas. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak yang menyatakan variabel independen religiusitas (X3) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung.

Hasil ini menjelaskan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat religiusitas nasabah tidak akan mempengaruhi dan meningkatkan minat nasabah menabung pada Bank Syariah

Indonesia. Hal ini dikarenakan nasabah pada Bank Syariah Indonesia tidak semuanya beragama Islam, tidak berpengaruhnya religiusitas menunjukkan bahwa nasabah mau menabung di BSI dikarenakan produk atau layanan yang lebih baik dari bank-bank lain sehingga nasabah menjadi tertarik untuk menabung. Layanan yang menjadi minat nasabah menabung mungkin dikarenakan adanya fasilitas yang tidak dikenai biaya administrasi bulanannya pada tabungannya.

Menurut Shalihah (2018). Religiusitas menandakan seberapa sering individu menjalankan syariat agama yang telah dianutnya. Hal ini berarti santri yang semakin sering menjalankan perintah-perintah agamanya maka semakin religiusitas ataupun sebaliknya individu yang menjauhi larangan-larangan yang diajarkan oleh Islam maka ia akan semakin religiusitas. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi (2018) Berdasarkan penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

## **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Lokasi, pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Panam Arengka Pekanbaru. Hal ini menunjukkan jika nasabah merasakan pelayanan yang baik, lokasi yang mudah dijangkau dan nasabah memiliki religiusitas yang tinggi akan menimbulkan minat menabung dari nasabah.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Panam Arengka Pekanbaru. Hal ini menunjukkan jika nasabah dapat menjangkau lokasi Bank dengan mudah akan menimbulkan minat menabung dari nasabah.
3. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Panam Arengka Pekanbaru. Hal ini menunjukkan jika nasabah mendapatkan pelayanan yang diinginkan maka akan menimbulkan minat menabung dari nasabah.
4. Religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Panam Arengka Pekanbaru. Hal ini menunjukkan nasabah yang menabung pada BSI tidak harus memiliki religiusitas yang tinggi.

### **Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat di berikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Pada variabel lokasi dengan indikator fasilitas area parkir merupakan penilaian yang paling rendah. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak bank melakukan pengaturan area parkir yang lebih efisien seperti memberikan tanda parkir, memberi jarak parkir antar kendaraan agar nasabah leluasa dalam memarkirkan kendaraannya.
2. Pada variabel pelayanan dengan indikator jaminan dan kepastian merupakan penilaian yang paling rendah. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak bank dapat menjelaskan secara rinci produk yang akan diberikan nasabah supaya nasabah mengerti dan tidak terjadi kesalahpahaman kedepannya.
3. Pada variabel religiusitas dengan indikator konsekuensi merupakan penilaian yang paling rendah. Oleh karena itu diharapkan kepada nasabah lebih memahami konsep religiusitas sehingga dapat menerima konsekuensi apapun yang akan terjadi.
4. Pada variabel minat menabung dengan indikator loyalitas merupakan penilaian yang

paling rendah. Loyalitas nasabah dapat terjadi apabila apa yang mereka harapkan dapat memuaskan mereka. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak bank untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik, produk yang menarik, serta sarana dan prasana yang nyaman sehingga loyalitas menabung nasabah BSI dapat meningkat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Almadea, R., & Sutrisna, E. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah Produk Penghimpun Dana Bank Bni Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Asmar, K. H. 2019. *Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, dan Bagi Hasil Bank terhadap Minat Nasabah Menabung pada Pt. Bank Bri Syariah Kcp Sudirman Lubuk Pakam* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Assauri, S. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Azis, M. 2019. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).
- Bulan, S. 2018. Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Tampan Bank Sulselbar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 39-52.
- Cahyati, H. D. 2017. *Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah dengan Disposable Income sebagai Variabel Moderating* (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).
- Darmawan, A., Indahsari, N. D., Rejeki, S., Aris, M. R., & Yasin, R. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 18(1), 43-52.
- Dwi, S., & Dwi, F. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bri Syariah KCP Demak dengan Kepercayaan*
- Emmang, G. 2016. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Fitriana, D. 2020. *Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan Nasabah terhadap Minat Menabung pada BRI Syariah KC Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo). *Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBMSPSS 25 Edisi Ke-9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indrawati, H. 2014. Determinan Permintaan Pembiayaan Syariah Determinan Permintaan Petani Kelapa Sawit terhadap Pembiayaan Syariah. *Sosiohumaniora*, 16(2), 137-142.

- Indrawati, H. 2011. Persepsi Petani terhadap Karakteristik Produk Baru dalam Keputusan Adopsi Nasabah Pembiayaan Syariah. *IJAE (Jurnal Ilmu Ekonomi Pertanian Indonesia)*, 2(2), 123-142.
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Khotimah, N. 2018. Pengaruh Religiusitas, 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. *jmm17*, 5(01), 123-142.
- Kotler dan Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Machmud, A. dan Rukmana. 2015. *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta : Erlangga.
- Mahadana, R. 2012. *Investasi Emas Batangan untuk Orang Gajian*. Yogyakarta: Khitan Publishing.
- Mintarja, E., Wahab, A. A., & Masduki, U. 2017. Hubungan Pengajaran Mata Kuliah Ekonomi Islam terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 1(2), 189-208.
- Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rambat, L. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosyid, M., & Saidiah, H. 2016. Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru. *Islamonomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 7(2), 38-45.
- Shalihah, S. P. M. D., & Maghfiroh, S. Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada.
- Susanti, R., Supriyanto, M. U., & Ud, S. 2020. *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Lokasi terhadap Minat Menabung Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Surakarta di Bank Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).
- Taslim, T. 2018. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Tjiptono, F. 2015. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Utama, I. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Bauran Promosi, dan Lokasi terhadap Proses Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Ib Hasanah Bni Syariah Kantor Cabang Bsd* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).