

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP MINAT MENABUNG
DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Islam Mamba'ul Ulum Jambi
Program Studi Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah Semester
3,5, Dan 7)**

***Erika Septiyandri Putri¹, Nisya Puspita Safitri¹, Tika Yuniarti¹**

Universitas Islam Mamba'ul Ulum Jambi¹

Erikaputri0114@gmail.com

Abstract

Students' perceptions and attitudes towards Islamic banks are very diverse. The variety of perceptions, attitudes and behavior of students, among others, is caused by student understanding and knowledge. The difference in perception has the potential to affect student interest. Based on the research population, the authors took the title of the effect of perceptions on interest in saving on mambaul ulum jambi students in the sharia economics study program and sharia economic law semester 3, 5, and 7, because there has been no research that reaches the population that the authors want to examine. In this study the authors used a quantitative approach. This is because the author uses data analysis in the form of numbers and data sources from field research. The type of research that the author uses the survey method. From the results of simple regression analysis, the calculated t value is $20.597 < \text{the } t \text{ table value of } 1.672$, and the significance level is less than the 5% confidence level. This shows that the perception variable (x) has a significant effect on the variable interest in saving (y) in Islamic banks on students of the Islamic Institute of Mambaul Ulum Jambi sharia economics study program and sharia economic law semester 3, 3, and 7. As well as, a simple regression equation formula is obtained, namely $y = 2.499 + 0.623x$ with a constant value of 20.597 which states that the independent variable in this study is ignored or equal to 0, then the interest in saving (y) will be constant or equal to 20.597 and the coefficient value of the student perception variable (x) is positive at 0.623 which means that every addition of one value about student perceptions increases by 0.623. The perception variable (x) has a positive and significant effect on student interest in saving at Islamic banks with the decision being h_0 rejected and h_a accepted.

Keywords: Perception, Interest in Saving, Islamic Banks

Abstrak

Persepsi dan sikap mahasiswa terhadap bank syariah sangat beragam. Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku mahasiswa, diantaranya disebabkan oleh pemahaman dan pengetahuan mahasiswa. Perbedaan persepsi tersebut sangat berpotensi mempengaruhi minat mahasiswa. Berdasarkan research population, penulis mengambil judul pengaruh persepsi terhadap minat menabung pada mahasiswa mambaul ulum jambi program studi ekonomi syariah dan hukum

ekonomi syariah semester 3,5, dan 7, karena belum ada penelitian yang menjangkau populasi yang ingin penulis teliti. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Hal ini karena penulis menggunakan analisis data dalam bentuk angka dan sumber datanya dari penelitian lapangan (*field research*). Jenis penelitian yang penulis menggunakan metode survey. Dari hasil analisis regresi sederhana, didapatkan nilai t hitung sebesar $20,597 < \text{nilai } t$ tabel sebesar 1,672, serta tingkat signifikansinya lebih kecil dari taraf kepercayaan 5%. Dengan ini menunjukkan bahwa variabel persepsi (x) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menabung (y) di bank syariah pada mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi prodi ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester 3, 3, dan 7. Serta, didapatkan rumus persamaan regresi sederhana yaitu $y=2,499+0,623x$ dengan nilai konstanta 20,597 yang menyatakan variabel bebas dalam penelitian ini diabaikan atau sama dengan 0, maka minat menabung (y) akan bernilai tetap atau sebesar 20,597 dan nilai koefisien variabel persepsi mahasiswa (x) bernilai positif sebesar 0,623 yang berarti bahwa setiap penambahan satu nilai tentang persepsi mahasiswa bertambah sebesar 0,623. Variabel persepsi (x) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah dengan keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: persepsi, minat menabung, bank syariah

PENDAHULUAN

Pandangan masyarakat terhadap bank syariah identik dengan sistem bagi hasil. Namun, ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah sangat beragam. Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat, diantaranya disebabkan oleh pemahaman dan pengetahuan masyarakat. Perbedaan persepsi tersebut sangat berpotensi mempengaruhi minat masyarakat.

Persepsi merupakan suatu proses mengetahui atau mengenali objek dengan bantuan indra, yang mana kunci dari timbulnya sebuah persepsi adalah minat. Faktor pertimbangan agama atau religiusitas dapat menjadi indikator penting terhadap minat dan dapat menjadi motivator penting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah dan masyarakat non nasabah yang diberi penjelasan tentang produk atau jasa perbankan syariah mempunyai kecenderungan yang kuat untuk memilih bank syariah. Persepsi yang membentuk minat terdapat pada faktor psikologis yang meliputi pengalaman belajar individu tentang kejadian dimasa lalu, serta pengaruh sikap dan keyakinan individu.

Dari paparan diatas, dapat dipahami bahwa persepsi merupakan suatu anggapan yang muncul atas suatu informasi yang diterima. Persepsi menjadi salah satu faktor penentu dalam memahami informasi atau pengetahuan yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan minat. Persepsi melahirkan perbedaan dalam memahami informasi atau pengetahuan yang di dapatkan yang menyebabkan seseorang memiliki minat. Menurut philip kotler dan kevin lane

keller, salah satu faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor psikologi yang didalamnya terdapat persepsi.¹

Philip kotler, juga mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat adalah pengetahuan, gaya hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan promosi. Selain itu, menurut widayani wahab, pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan. Beberapa faktor yang menyebabkan minat itu bertambah maupun berkurang seperti yang di sebutkan kotler dalam bukunya yaitu dari motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan masyarakat itu sendiri.²

Berdasarkan research population gap, penulis mengambil judul pengaruh persepsi terhadap minat menabung pada mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi program studi ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester 3,5, dan 7, karena belum ada penelitian yang menjangkau populasi yang ingin penulis teliti.

METODE

Desain penelitian juga didefinisikan sebagai strategi yang dilakukan peneliti untuk menghubungkan setiap elemen penelitian dengan sistematis sehingga dalam menganalisis dan menentukan fokus penelitian menjadi lebih efektif dan efisien. Menurut sanjaya “pendekatan dapat dikatakan sebagai titik tolak atau tola ukur atau sudut pandang kita terhadap proses pembelajaran. Istilah pendekatan merujuk pada pandangan tentang terjadinya proses suatu hal yang sifatnya masih sangat umum”.³

Menurut creswell, metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori penelitian dengan cara meneliti hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian. Variabel biasanya diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dianalisis berdasarkan prosedur statistik.⁴

Menurut sugiyono, metode survey adalah metode untuk mendapatkan data pada masa lampau atau juga data pada saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan juga untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang telah diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian ini cenderung untuk di generasikan.⁵

¹ Philip kotler dan kevin lane keller, manajemen pemasaran jilid 2 edisi ke 13,(jakarta: erlangga, 2008)

² Philip kotler dan kevin lane keller, manajemen pemasaran jilid 1 edisi ke 13,(jakarta: erlangga, 2008)

³ Sanjaya, wina. 2008. Strategi pembelajaran: berorientasi standar proses pendidikan . Jakarta: kencana prenada media group

⁴John W. Creswell, Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed) Edisi Ketiga, terj. Achmad Fawaid(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)

⁵Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2010

Menurut kholida qothrunnada, jenis penelitian adalah metode yang digunakan dalam menyelidiki suatu rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian.⁶

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Alasan penulis meneliti dengan metode ini adalah karena penulis menggunakan analisis data dalam bentuk angka dan sumber datanya dari penelitian lapangan (*field research*). Jenis penelitian yang penulis menggunakan metode survey.

Didalam penjangkaran data yang diperlukan pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Observasi yaitu meneliti dengan menggunakan pengamatan dan ingatan dari kejadian di lapangan. Observasi bertujuan untuk mengetahui secara langsung bagaimana persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah.⁷

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik untuk pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang peneliti gunakan yakni kuesioner dengan model skala likert. Model skala likert sendiri digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial.⁸ interval skala likert yang penulis gunakan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Interval skala likert

| No | Item | Kode | Skor |
|----|---------------|------|------|
| 1 | Sangat setuju | Ss | 5 |
| 2 | Setuju | S | 4 |
| 3 | Netral | N | 3 |
| 4 | Kurang setuju | Ks | 2 |
| 5 | Tidak setuju | Ts | 1 |

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 2. Variabel penelitian

| Variabel penelitian | Definisi operasional | Dimensi | Indikator pengukuran | Item |
|---------------------|---|--------------------------|--|--|
| Persepsi (x) | Persepsi adalah proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau | Konvensional dan syariah | 1. Persepsi mengenai bank konvensional 2. Persepsi mengenai riba dan hukumnya 3. Persepsi mengenai bank syariah dan produk | 1. Anda mengetahui bank konvensional 2. Anda mengetahui apa itu riba dan hukumnya dalam islam 3. Anda mengetahui |

⁶kholida qothrunnada, 2018. Jakarta bintang media

⁷sugiyono. Metode penelitian kuantitatif,kualitatif, dan r&d (bandung:alfabeta,cv. 2017)

⁸Engkus, “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di puskesmas cibitung kabupaten sukabumi”, jurnal governansi, volume 5, nomor 2, (oktober 2019).

| | | | | |
|--------------------|---|-------|--|---|
| | individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang <i>integrated</i> dalam diri individu (bimowalgito dan sunaryo, 2013) | | tabungan di bank syariah 4. Persepsi tentang kemampuan bank syariah dalam menerapkan prinsip syariah 5. Persepsi mahasiswa tentang jasa-jasa yang disediakan bank syariah | bank syariah beserta produk-produknya 4. Bank syariah sudah beroperasi sesuai dengan prinsip syariah 5. Anda mengetahui jasa-jasa bank syaria'ah |
| Minat menabung (y) | Seseorang yang menemukan suatu obyek dan dapat berhubungan maka ia menaruh minat terhadap obyek tersebut (susilowati, 2010:33) | Peran | 1. Usaha mahasiswa dalam mencari informasi mengenai bank syariah 2. Realisasi minat mahasiswa 3. Usaha mahasiswa dalam mengutarakan persepsinya kepada kerabat dan orang-orang yang ada disekitarnya | 1. Banyak mahasiswa yang berkunjung ke bank syariah untuk mengenal lebih jauh bank syariah 2. Banyak mahasiswa yang mulai menabung dan lainnya di bank syariah 3. Mahasiswa membawa kerabatnya untuk menabung dan lainnya |

Sumber: data diolah, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dalam penelitian ini kuesioner yang disebarakan telah diuji dengan uji validitas dan uji reabilitas terlebih dahulu untuk mengetahui kuesioner yang akan disebarakan layak atau tidak. Pengujian validitas dan reabilitas kuesioner dilakukan dengan 59 responden. Teknik kuesioner dengan pertanyaan ini dibuat dengan menggunakan skala likert, yaitu skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena tertentu. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan metode *correlations* dan uji reabilitasnya menggunakan *cronbach alpha*. Hasil uji validitas dan uji reabilitas diolah menggunakan program spss 30. Hasil yang diperoleh dari uji validitas dan uji reabilitas. Kuesioner pada variabel persepsi dan variabel minat menabung mahasiswa totalnya berjumlah 20 item pertanyaan tersebut dinyatakan valid serta reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan spss versi 30 *for windows*, pengaruh persepsi terhadap minat menabung bersifat positif. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang diperoleh dengan nilai t hitung sebesar $20,597 < t$ tabel sebesar 1,672 dan tingkat signifikannya lebih kecil dari taraf kepercayaan 5%. Dengan demikian, variabel persepsi mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi program studi ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester 3, 5, dan 7 berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Sedangkan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (r^2) besarnya koefisien determinan atau *adjusted r^2* adalah 0,882 hal tersebut berarti bahwa 88,2% variabel minat

menabung dipengaruhi oleh persepsi. Sedangkan sisanya (100% - 88,2%) adalah 11,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan tersebut.

Peneliti melihat adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi program studi ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester 3, 5, dan 7 dan minat menabung di bank syariah yang menggambarkan bahwa seseorang akan menggunakan produk bank syariah jika seseorang itu mengetahui informasi mengenai bank syariah. Hal ini didukung oleh mean tertinggi yang diperoleh dari pernyataan pengukur persepsi mahasiswa yaitu untuk mengetahui informasi seputar bank syariah, saya akan bertanya kepada orang-orang yang terlebih dahulu menggunakan bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan atau persepsi mahasiswa terhadap perbankan syariah maka semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa dengan menggunakan jasa bank syariah.

Dalam penelitian ini variabel persepsi mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi program studi ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester 3, 5, dan 7 sesuai dengan jawaban responden bahwa ada 40 responden atau 67,8% yang sangat setuju terhadap pernyataan pada indikator persepsi bahwa menurut mereka bank syariah tidak hanya diperuntukan bagi umat muslim. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi program studi ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester 3, 5, dan 7 telah memiliki banyak pengetahuan mengenai menabung di bank syariah.

Berdasarkan hasil yang telah di jabarkan dapat disimpulkan bahwa:

H_0 yang menyatakan tidak ada pengaruh antara persepsi mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi program studi ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester 3, 5, dan 7 terhadap minat menabung di bank syariah. Ditolak. Sedangkan H_a yang menyatakan terdapat pengaruh antara persepsi mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi program studi ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester 3, 5, dan 7 terhadap minat menabung di bank syariah. Diterima, dengan keterangan valid, reliabel, berpengaruh dan diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada angket baik dari variabel persepsi maupun variabel minat dapat disimpulkan bahwasannya pada penelitian ini menjadikan mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi proram studi eonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester 3, 5, dan 7 sebagai responden dan kuesioner secara keseluruhan item pada angket berstatus valid.

Adapun pada uji reabilitas, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* pada variabel persepsi (x) adalah sebesar 0,969 dan variable minat mahasiswa (y) adalah sebesar 0,953. Hal ini dikatakatan sangat reliable karena lebih besar dari pada ketentuan yaitu sebesar 0,60 dengan predikat interprestasi sangat tinggi.

Dari hasil analisis regresi sederhana menggunakan aplikasi statistik *ibm spss for windows* versi 30. Didapatkan nilai thitung sebesar $20,597 < \text{nilai ttabel sebesar } 1,672$, serta tingkat signifikansinya lebih kecil dari taraf kepercayaan 5%. Dengan demikian nilai ini menunjukkan bahwa variabel persepsi mahasiswa (x) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menabung (y) di bank syariah pada mahasiswa institut islam mambaul ulum jambi prodi ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah semester tiga, lima, dan tujuh. Selain itu juga didapatkan rumus persamaan regresi sederhana yaitu $y=2,499 + 0,623x$ dengan nilai konstanta 20,597 yang menyatakan variabel bebas dalam penelitian ini diabaikan atau sama dengan 0, maka minat menabung (y) akan bernilai tetap atau sebesar 20,597 dan nilai koefisien variabel persepsi v (x) bernilai positif sebesar 0,623 yang berarti bahwa setiap penambahan satu nilai tentang persepsi v bertambah sebesar 0,623.

Variabel persepsi (x) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah dengan keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh persepsi terhadap minat.

Berdasarkan hasil uji determinan yang tampak pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel minat menabung dipengaruhi oleh persepsi. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan tersebut.

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan penulis diawal dan hasil pengujian data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian, menunjukan bahwa secara parsial variabel persepsi masyarakat tentang perbankan syariah (x1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah (y).
2. Dari hasil kuesioner responden dapat diketahui bahwa berdasarkan tingkatan semester responden semester 7 medominasi hasil, hal ini selaras dengan jumlah sampel yang dinyatakan hal serupa. Dapat diketahui pula bahwa berdasarkan program studi responden, program studi ekonomi syariah medominasi hasil, hal ini selaras dengan jumlah sampel yang dinyatakan hal serupa. Dari hasil kuesioner responden dapat diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin responden, responden laki-laki medominasi hasil, hal ini selaras dengan jumlah sampel yang dinyatakan hal serupa. Dari hasil kuesioner responden dapat diketahui mengenai asal responden mengetahui bank syariah, sebagian besar responden mengetahui dari keluarga atau teman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Yudya Prasetyo, Achmad Fauzi DH, & Brillyanes Sanawiri. *Pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian*.
- Aisyah. *Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas terhadap Minat Menabung serta Dampaknya pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2020.

- A. Rio Makkulau Wahyu. *Bank Islam di Indonesia*. Surakarta: CV Kekata Group, 2019, cet. 1.
- Ali Nurdin. *Asbabun Nuzul: Sebab-sebab Turunnya Ayat Al-Quran*. Jakarta: Qisthi Press, 2017.
- Danang Sunyato. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Daniel & Anas. “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, 2017, hlm. 90.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*.
- Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Engkus. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi.” *Jurnal Governansi*, Vol. 5, No. 2, Oktober 2019.
- Farah Melita. *Pengaruh Persepsi Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Kel. Besusu Barat, Kec. Palu Timur, Kota Palu)*. Palu, 2020.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Harahap, Sofyan Syafri, et al. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Sando Sarana Media, 2010.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- John W. Creswell. *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*, terj. Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Kholida Qothrunnada. Jakarta: Bintang Media, 2018.
- Miftah Thoha. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Grafindo Persada, 1999.
- Nasution, S. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito, 2003.
- Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Ricardo Baba & Ricky Lang. “Perceptions of Non-Muslims Towards Islamic Banking.” *Banker's Journal Malaysia*, Vol. 10, No. 138, 2012.
- Sakum & Hidayat Iftia. “Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah.”
- Sanjaya, Wina. *Strategi Pembelajaran: Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Selly Siska Irvegalina. *Penerapan Pembelajaran IPS Berbasis Masalah untuk Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial Siswa*. Universitas Pendidikan Indonesia, 2014.

- Stephen P. Robbins. *Perilaku Organisasi*, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Susilo, dkk. *Mengapa Memilih Bank Syariah?* Bogor: Ghalia Indonesia, 2000.
- Syahrial. “Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menabung serta Dampaknya pada Keputusan Menabung di Perbankan Syariah di Banda Aceh.” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 4, No. 1, Maret 2018.
- Usman Rachmadi. *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Umar Husein. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pusaka.
- Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.
- Wirdayani Wahab. “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 2, 2016.
- Ws. Winkenl. *Psikologi Pengajaran*. Yogyakarta: Media Abadi, 2012.