

Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank BNI Syariah Kcp Kepanjen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unira Malang Angkatan 2017- 2018)

by Reword.iduno509@web.de Reword.iduno509@web.de

Submission date: 09-Mar-2025 09:02PM (UTC-0500)

Submission ID: 2606999906

File name: document-1.pdf (698.58K)

Word count: 3810

Character count: 23856



e-ISSN 2961 – 8029

p-ISSN 2964 - 6316

Journal of Islamic Business and Entrepreneurship

<http://ejournal.uniramalanga.ac.id/index.php/jibe>

Volume 1 Number 2. Oktober 2022. 78 – 86



Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank BNI Syariah Kcp Kepanjen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unira Malang Angkatan 2017-2018)

Fi'ika Tiasari¹, Hilda Sanjayawati^{2✉}

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Raden Rahmat Malang

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Indonesia. E-mail:

Sanjayawatihilda@gmail.ac.id

Received: 12 Agustus 2022

Accepted: 15 September, 2022

Published: 30 Oktober 2022

DOI: <https://doi.org/10.33379/jibe.v1i2.1720>

Abstract

In Indonesia, there are two types of banks, namely conventional banks and Islamic banks. It is undeniable that public perception will have an impact on the progress of Islamic banks and will also encourage people to choose and use Islamic bank products. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of public perceptions of Islamic banking on interest in saving at BNI Syariah banks. The population used in this study were students of UNIRA Malang. With a total of 1085 students. The sample used as the object in this study were 90 students. Sample collection technique is done by using Random Sampling Method (*Random Sampling*), the technique of making members of the sample population was randomly without regard to strata that exist within that population. The data analysis technique was carried out using a simple linear regression method with statistical tests first. The statistical test consists of the t test, and the coefficient of determination (R^2). Data processing in this study using tools *SPSS 16*. Based on the results of the research, the results of the t test indicate that the perception variable has a positive and significant effect on people's interest in saving. The value of t_{count} is greater than t_{table} ($13.301 > 1.98698$). While the result of determination of R^2 is 0.668. the perception variable has an influence of 66.8% on the variable of interest in saving while the remaining 33.2% is influenced by other variables not mentioned in this study.

Keywords: *Perception, Saving Interest*

Abstrak

Di Indonesia terdapat dua jenis bank yaitu bank konvensional dan bank syariah. Tidak dapat dipungkiri bahwa persepsi masyarakat akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk memilih dan menggunakan produk bank syariah. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di bank BNI Syariah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNIRA Malang. Dengan jumlah 1085 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini sejumlah 90 mahasiswa. Teknik pengumpulan sampel dilakukan dengan menggunakan Metode Sampling Acak (*Random Sampling*), yaitu teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi itu. Teknik analisis data dilakukan dengan metode regresi linier sederhana dengan uji statistik terlebih dahulu. Uji statistik terdiri dari uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu *SPSS 16*. Berdasarkan hasil penelitian hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($13.301 > 1,98698$). Sedangkan hasil determinasi R^2 sebesar 0,668. variabel persepsi memberikan pengaruh sebesar 66,8% terhadap variabel minat menabung sedangkan sisanya 33,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Persepsi, Minat Menabung*

✉Hilda Sanjayawati

E-mail: Sanjayawatihilda@gmail.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia terdapat dua jenis bank yaitu bank konvensional dan bank syariah. Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Sistem perbankan syariah juga diatur dalam Undang-undang No. 10 tahun 1998 dimana Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang dan telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Dukungan terhadap pengembangan perbankan syariah juga diperlihatkan dengan adanya “*dual banking system*”, dimana bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit usaha syariah. Perkembangan perbankan syariah masih jauh berbeda dengan perbankan konvensional, karena kemunculan perbankan konvensional yang lebih dulu dari pada perbankan syariah menjadi faktor utama mengapa perbankan syariah masih jauh perkembangannya dari perbankan konvensional. Banyak masyarakat terutama muslim yang masih menggunakan jasa perbankan konvensional. Karena masyarakat beranggapan bahwa perbankan syariah sama dengan perbankan konvensional. Meski mereka faham bahwa perbankan syariah berbeda dengan perbankan konvensional tetap saja mereka menggunakan produk perbankan konvensional dari pada produk perbankan syariah BNI Syariah KCP Kepanjen merupakan salah satu Lembaga Keuangan Syariah yang berdiri dilingkungan masyarakat sebagai wujud tanggung jawab sosial untuk mensejahterakan umat Islam, dengan penyebaran jumlah nasabah yang tidak sedikit, karena itu BNI Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah perlu mengetahui berbagai hal tentang nasabahnya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam keputusannya memilih Bank BNI Syariah, dengan melihat kuantitas nasabah yang tidak sedikit, BNI Syariah KCP Kepanjen diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya, dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal.

Hal tersebut sejalan dengan tujuan dari bank syariah yakni berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota nasabahnya dan masyarakat, dengan memberdayakan (*empowering*) anggota supaya dapat mandiri. Selain itu alasan dilakukan penelitian pada PT. Bank BNI Syariah karena adanya persaingan yang sangat ketat dikarenakan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah saat ini. Agar mampu mensosialisasikan ke masyarakat luas, maka perusahaan tentunya harus mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan.

LANDASAN TEORI

Persepsi Masyarakat

Kehidupan individu tidak lepas dari lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Sejak individu dilahirkan, sejak itu pula individu secara langsung berhubungan dengan dunia sekitarnya. Mulai saat itu pula individu secara langsung menerima stimulus dari luar dirinya, dan ini berkaitan dengan persepsi. Manusia mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap sesuatu baik itu dilihat dari faktor pengetahuan ataupun pengalamannya terhadap suatu kejadian. Persepsi adalah suatu proses aktif setiap orang memperhatikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan semua pengalamannya secara selektif.

Hubungan Persepsi dengan Minat Menabung di Bank Syariah

Persepsi merupakan salah satu hal yang menyebabkan seseorang memiliki minat. Hal ini dikarenakan dengan adanya persepsi, maka seseorang akan mencari informasi/pengalaman tentang objek, peristiwa, orang, serta faktor yang berpengaruh dan didapat dari oenginderaan yang menyebabkan adanya suatu minat. Menurut Maxxwell konsumen akan memutuskan produk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi atau semakin bagus persepsi konsumen terhadap suatu produk, maka minat membeli terhadap suatu produk tersebut juga semakin tinggi.

PERBANKAN SYARIAH

Perbankan Syariah merupakan segala sesuatu yang berkaitan tentang Bank Syariah, dan Unit Usaha Syariah, yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta proses dan cara dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah dapat diistilahkan sebagai bank yang kegiatan usahanya dilaksanakan berdasarkan prinsip syariah dan dapat pula diartikan sebagai bank yang berdasarkan pada prinsip bagi hasil. Bank Umum Syariah atau yang biasa disingkat BUS merupakan Bank Syariah yang dalam kegiatan usahanya menyediakan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit Usaha Syariah atau UUS merupakan suatu unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang memiliki fungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasar prinsip syariah, atau bisa diartikan sebagai suatu unit kerja di kantor cabang dari suatu Bank yang bertempat diluar negeri yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan berfungsi sebagai kantor cabang pembantu syariah dan unit syariah.

Minat Menabung

Dalam kamus besar bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah, keinginan. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih suatu aktivitas di antara beberapa aktivitas yang lainnya. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku tindakan tersebut. Minat berarti dorongan atau daya penggerak. Minat adalah suatu perangsang keinginan. Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Minat merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi pilihannasabah dalam menabung. Minat dapat mempengaruhi diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Jadi, dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu keinginan dari hati yang tinggi terhadap sesuatu.

METODELOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur atau cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu, Menurut (Resseffendi 2010:33) mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan observasi, wawancara atau angket mengenai keadaan sekarang ini, mengenai subjek yang sedang kita teliti. Melalui angket dan sebagainya kita mengumpulkan data untuk menguji hipotesis atau menjawab suatu pertanyaan. Melalui

penelitian deskriptif ini peneliti akan memaparkan yang sebenarnya terjadi mengenai keadaan sekarang ini yang sedang diteliti. Sugiyono (2017:2) mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif. Menurut Azwar (2004:5) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* karena tempat penelitian sudah ditentukan dengan sengaja yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu pada Mahasiswa Universitas Islam Raden Rahmat Malang (UNIRA) Angkatan 2017-2018.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:92) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam yang lain. populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu. Jadi populasi merupakan keseluruhan jumlah subjek penelitian. Adapun dilihat dari jumlahnya, populasi ada yang jumlahnya terhingga (terdiri dari elemen dengan jumlah tertentu) dan jumlah tak terhingga (terdiri dari elemen yang sukar sekali dicari batasannya). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UNIRA Malang Angkatan 2017-2018. Jumlah populasi yang ada di UNIRA Malang dari angkatan 2017-2018 mulai dari jurusan Agroteknologi, Sistem Informasi, Teknik Elektro, Teknik Informatika, Teknik Mesin, PAI, Psikologi, Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Pendidikan IPS, PGSD, PGMI, Manajemen, Ilmu Pemerintahan adalah berjumlah:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa UNIRA Malang Angkatan 2017-2018

Jurusan	Angkatan 2017	Angkatan 2018	Jumlah
Agroteknologi	17	10	27
Sistem Informasi	8	30	38
Teknik Elektro	3	3	6
Teknik Informatika	66	53	119
Teknik Mesin	5	17	22
PAI	145	171	316
Psikologi	74	69	143
Perbankan Syariah	3	7	10
Ekonomi Syariah	9	10	19
Pendidikan IPS	19	34	53
PGSD	61	53	114

PGMI	42	46	88
Manajemen	49	59	108
Ilmu Pemerintahan	9	13	22
TOTAL			1.085

Sumber: Data di Olah 2021

Dengan ini diketahui bahwa jumlah mahasiswa UNIRA Malang aktif mulai dari angkatan 2017-2018 yang menjadi populasi adalah berjumlah 1.085 mahasiswa.

Sampel

Menurut Sugiyono (2014:81), sampel dapat didefinisikan sebagai berikut: "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan *teknik simple random sampling*, dimana pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak sehingga setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Penelitian ini respondenya adalah mahasiswa UNIRA Malang Angkatan 2017-2018. Menurut (Suharsimi, 2006) dalam penelitian yang menggunakan rumus Slovin mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi. Untuk mengukur berapa minimal sampel yang dibutuhkan peneliti menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%, Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin diatas di dapat Sampel sejumlah 90 Mahasiswa, kemudian akan digunakan untuk mewakili populasi sejumlah 90 Mahasiswa.

Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Maksud dari data primer ini adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli, melalui proses Wawancara, dan Angket/Kuisisioner dalam penelitian ini adalah hasil jawaban angket dari seluruh responden yaitu mahasiswa UNIRA Malang Angkatan 2017-2018.

Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data hubungan Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank BNI Syariah KCP Kepanjen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unira Malang, maka metode yang digunakan adalah melalui: Wawancara dan penyebaran angket kuisisioner.

Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak dengan cara tanya jawab secara lisan atau bertatap muka langsung antara seseorang atau beberapa orang pewawancara dengan beberapa orang yang diwawancarai. Dalam hal ini data diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pihak Akademik yang fungsinya untuk memperoleh data

mahasiswa UNIRA Malang Angkatan 2017-2018 yang Aktif. Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara bebas dan terpimpin, artinya dalam melakukan wawancara peneliti membawa pedoman yang hanya garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan, tetapi wawancara tersebut tidak terikat sepenuhnya terhadap pedoman yang telah disiapkan.

Metode angket/Kuisisioner

Angket (kuesioner) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk dijawab oleh responden terpilih, dan merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian. Kuisisioner yang akan diberikan kepada responden mahasiswa UNIRA Malang Angkatan 2017-2018. Kuisisioner yang dipakai di sini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Karena Di masa pandemic metode angket/kuisisioner dilakukan juga melalui google form agar dapat menjangkau Seluruh mahasiswa UNIRA Malang Angkatan 2017-2018.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independent (Persepsi) terhadap variabel dependent (Minat Menabung). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel persepsi mampu menjelaskan variasi variabel minat menabung.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Analisis Determinasi

Variabel	Koefisien	t_{hitung}	Signifikan	Keterangan
Konstanta	0,196			
Persepsi	0,962	0,000	0.000	Signifikan
R		= 0,817		
Koefisien Determinasi (R^2)		= 0,668		
Adjust R Square		= 0,664		
t-tabel		= 1,98698		

Sumber: Data di Olah 2021

Berdasarkan Tabel 4.3.5 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai R^2 sebesar 0,668. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 66,8% sisanya 33,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pertanyaan pada angket baik dari variabel persepsi maupun variabel minat dapat disimpulkan bahwasannya pada penelitian ini menggunakan 90 mahasiswa UNIRA Malang sebagai responden dan seluruh item kuisisioner pada angket berstatus valid secara keseluruhan. Teknik kuisisioner 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 *alpha cronbach*. Adapun pada uji reabilitas, Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* pada variabel

Persepsi (X) adalah sebesar 0,809 dan variable Minat Menabung (Y) adalah sebesar 0,877. Hal ini dikatakatan sangat reliable karena lebih besar dari pada ketentuan yaitu sebesar 0,60 dengan predikat interprestasi sangat tinggi. Hasil uji validitas dan uji reabilitas diolah menggunakan program SPSS. Hasil yang diperoleh dari uji validitas dan uji reabilitas dapat dilihat pada tabel 4.1.1 – 4.1.2. Kuesioner pada variabel persepsi dan variabel minat menabung totalnya berjumlah 24 item pertanyaan tersebut dinyatakan valid serta reliabel. dan Untuk uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* didapatkan nilai signifikansi 0,316. Hal ini menyimpulkan bahwa data residual terdistribusi normal. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana. diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X = 0,962$ dan konstanta sebesar 0,196 sehingga model regresi yang diperoleh adalah $Y = 0,196 + 0,962X$. Nilai konstan (a) sebesar 0,196 artinya jika variabel persepsi nilainya adalah 0 (nol), maka variabel minat menabung akan berada pada angka 0,196. Nilai koefisien regresi X (minat menabung) sebesar 0,962 artinya jika variabel manajemen likuiditas nilainya adalah 1 (satu), maka variabel minat menabung akan naik sebesar 0,962. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah KCP Kepanjen. Implementasi persepsi merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam suatu lembaga keuangan. Semakin baik persepsi dari masyarakat, maka akan semakin menunjukkan sikap yang positif terhadap minat menabung di Bank BNI Syariah KCP Kepanjen. Berdasarkan hasil uji t Variabel persepsi Masyarakat (X) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank BNI Syariah KCP Kepanjen. Ada pengaruh persepsi $0,00 (X) < 0,05$, dan nilai $t_{tabel} = (t \alpha/2 : n - 1) = t (0,025; 89) = 1,98698$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($13,301 > 1,98698$). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis terjawab bahwa ada pengaruh Persepsi masyarakat (X) terhadap minat menabung (Y) secara parsial diterima. Dari hasil Analisis determinasi R^2 sebesar 0,668 variabel persepsi memberikan pengaruh sebesar 66,8% terhadap variabel minat menabung sedangkan sisanya 33,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di Bank BNI Syariah KCP Kepanjen serta didukung teori-teori yang melandasi pada bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa Variabel persepsi berhubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank BNI Syariah KCP Kepanjen. Persepsi merupakan salah satu yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa UNIRA Malang di bank BNI syariah KCP Kepanjen dengan tingkat pengaruh variabel yang tinggi/kuat. Berdasarkan analisis data dengan uji t dan R^2 diatas, dimana terdapat pengaruh positif persepsi tentang perbankan syariah terhadap minat menabung mahasiswa UNIRA Malang di bank BNI syariah KCP Kepanjen. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan persepsi memiliki pengaruh penting terhadap minat menabung di Bank Syariah yang pada kenyataannya dalam penelitian ini faktor persepsi sangat memiliki pengaruh yang penting pada minat menabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, L. L. V., Isharijadi, & Murwani, J. (2018). Pengaruh persepsi nasabah dan produk tabungan IB Hasanah Wadiah terhadap keputusan menabung di bank BNI Syariah Madiun. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 8–9.
- Imran, I., & Hendrawan, B. (2018). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 209–218. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.621>
- Jenggawah, N., Pada, S., Berpikir, K., Dan, K., & Belajar, M. (2010). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Jember Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember*. 68–74.
- Kurniati. (2016). Analisis Persepsi Dan Preferensi Nasabah Muslim Dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Di Provinsi Diy. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 2(2), 251. [https://doi.org/10.21927/jesi.2012.2\(2\).251-276](https://doi.org/10.21927/jesi.2012.2(2).251-276)
- Manggu, S. A. R. (2018). *Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w6gt9>
- Najib, M. A. (2017). Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah. *Jurnal Jurisprudence*, 7(1), 15–28. <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i1.4351>
- Nurngaeni. (2018). Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *Skripsi*, 36(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)), 24.
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari’Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari’Ah Semarang. *Addin*, 8(1), 1–28.
- Rakhmah, S. M., Wahyuni, S., Miftakur, S., Adalah Mahasiswa, R., Studi, P., Fkip Unej, E., & Studi Ekonomi, P. (2014). PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA TENTANG BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember). *Mahasiswa Angkatan 2011 Dan 2012*.
- Rismayanti, N., Hariadi, S., & Ariani, M. (2019). Analisis Minat Menabung Nasabah Di Bank Bca Syariah Cabang Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 75–84. <https://doi.org/10.24123/jeb.v23i2.2014>
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2017). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43.
- Astuti, L. L. V., Isharijadi, & Murwani, J. (2018). Pengaruh persepsi nasabah dan produk tabungan IB Hasanah Wadiah terhadap keputusan menabung di bank BNI Syariah Madiun. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 8–9.
- Imran, I., & Hendrawan, B. (2018). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 209–218. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.621>
- Jenggawah, N., Pada, S., Berpikir, K., Dan, K., & Belajar, M. (2010). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Jember Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember*. 68–74.
- Kurniati. (2016). Analisis Persepsi Dan Preferensi Nasabah Muslim Dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Di Provinsi Diy. *JESI (Jurnal Ekonomi*

- Syariah Indonesia*), 2(2), 251. [https://doi.org/10.21927/jesi.2012.2\(2\).251-276](https://doi.org/10.21927/jesi.2012.2(2).251-276)
- Manggu, S. A. R. (2018). *Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w6gt9>
- Najib, M. A. (2017). Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah. *Jurnal Jurisprudence*, 7(1), 15–28. <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i1.4351>
- Nurngaeni. (2018). Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *Skripsi*, 36(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)), 24.
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'Ah Semarang. *Addin*, 8(1), 1–28.
- Rakhmah, S. M., Wahyuni, S., Miftakur, S., Adalah Mahasiswa, R., Studi, P., Fkip Unej, E., & Studi Ekonomi, P. (2014). PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA TENTANG BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember). *Mahasiswa Angkatan 2011 Dan 2012*.
- Rismayanti, N., Hariadi, S., & Ariani, M. (2019). Analisis Minat Menabung Nasabah Di Bank Bca Syariah Cabang Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 75–84. <https://doi.org/10.24123/jeb.v23i2.2014>
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2017). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43.
- Sari, N. E., Amah, N., & Wirawan, Y. R. (2017). Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro Bank*, 5(2), 60–67.
- Sirat, A. H. (2010). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PERBANKAN SYARIAH DI KOTA MAKASSAR The Perception of Makassar Community to Sharia Banking. *Jurnal "Al-Qalam"*, 16(26).
- Syauqi, A. S. (2016). Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Ke'Syariah'an Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 4(2), 985–995. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIA/article/view/181>
- Triana, N., & Mahdi, F. (2017). PENGARUH PEMAHAMAN PRODUK (FAMLIARITY) PERBANKAN SYARIAH TERHADAP NASABAH MENABUNG DI iB HASANAH PT. BANK BNI SYARIAH CABANG PONTIANAK. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 13(2), 909. <https://doi.org/10.29406/jmm.v13i2.765>
- Utami, D. A. R. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah

Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank BNI Syariah Kcp Kepanjen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unira Malang Angkatan 2017-2018)

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

< 1%

★ kolokiumrisetkualitatif.blogspot.com

Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off