

**PENGARUH PROMOSI, PEMAHAMAN BAGI  
HASIL DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK  
SYARIAH INDONESIA KCP SRIBHAWONO  
LAMPUNG TIMUR**

**Skripsi**

**Septi Wahyu Antika  
NPM : 1951020445**



**Program Studi: Perbankan Syari'ah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1445H/2023 M**

**PENGARUH PROMOSI, PEMAHAMAN BAGI  
HASIL DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK  
SYARIAH INDONESIA KCP SRIBHAWONO  
LAMPUNG TIMUR**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1  
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Septi Wahyu Antika  
NPM: 1951020445**

**Jurusan : Perbankan Syari'ah**

**Pembimbing I : Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag  
Pembimbing II : Okta Supriyaningsih, M.E.Sy**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1445H/2023 M**

## ABSTRAK

Promosi dapat mendukung efektivitas bank dalam menyalurkan dana kepada masyarakat. Didukung dengan adanya pemahaman sistem bagi hasil yang diberikan bank kepada masyarakat dapat menimbulkan kepercayaan sehingga minat masyarakat untuk menabung semakin meningkat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah promosi, pemahaman bagi hasil, dan kepercayaan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap minat menabung di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, pemahaman bagi hasil, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menabung pada BSI KCP Sribhawono Lampung Timur.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang menabung di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *random sampling* dan menghasilkan sampel sebanyak 96 sampel. Teknik pengumpulan data berupa observasi, kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 24.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung, pemahaman bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung. Secara simultan promosi, pemahaman bagi hasil, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur.

**Kata Kunci : Promosi, Bagi Hasil, Kepercayaan, dan Minat**

## **ABSTRACT**

*Promotion can support the effectiveness of banks in distributing funds to the public. Supported by an understanding of the profit sharing system provided by banks to the public, it can generate trust so that people's interest in saving is increasing. The formulation of the problem in this study is whether promotion, understanding of profit sharing, and trust partially or simultaneously influence the intention to save at the Indonesian Islamic bank KCP Sribhawono Lampung Timur. Therefore this study aims to examine the effect of promotion, understanding of profit sharing, and trust have a positive and significant effect on people's interest in saving at BSI KCP Sribhawono Lampung Timur.*

*This study uses a type of quantitative research with a associative approach. The population in this study are people who save at BSI KCP Sribhawono Lampung Timur. The sampling technique used in this study was random sampling and produced a sample of 96 sample. Data collection techniques in the form of observation, documentation, questionnaire, and literature study. The data analysis method in this study was regression multiple linier with the help of the SPSS version 24 program.*

*The partial results of the study show that the promotion have a positive and significant effect on people's interest in saving, understanding of profit sharing have a positive and significant effect on people's interest in saving, and trust have a positive and significant effect on people's interest in saving. Simultaneously promotion, understanding of profit sharing, and trust have a positive and significant effect on people's interest in saving at BSI KCP Sribhawono Lampung Timur.*

***Keywords: Promotion, Profit Sharing, Trust, and Interest***



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131**

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Septi Wahyu Antika  
NPM : 1951020445  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur”** adalah benar- benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun salinan dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 18 Juli 2023



Septi Wahyu Antika  
NPM. 1951020445



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131**

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil  
Dan Kepercayaan Terhadap Minat  
Masyarakat Menabung Di Bank Syariah  
Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur**

**Nama : Septi Wahyu Antika**  
**NPM : 1951020445**  
**Progran Studi : Perbankan Syariah**  
**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Syamsul Hilal, S.Ag.,M.Ag**  
**NIP. 196909272001121001**

**Okta Supriyaningsih, M.E.Sy**  
**NIP. 2013010919841028163**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.Ak.,Akt**  
**NIP. 198308152006042004**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur”** Disusun oleh **Septi Wahyu Antika, NPM 1951020445**, Program Studi **Perbankan Syariah**. Telah diujikan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Senin, 02 Oktober 2023**, waktu: **10.00-11.30 WIB**. Dekanat Ruang Sidang 1 Lantai 3.

**TIM PENGUJI**

**Ketua : Dr. Hanif, S.E.,M.M**

**Sekretaris : Gustika Nurmalia, M.Ek**

**Penguji I : Rosydalina Putri, M.SAK.,Akt**

**Penguji II : Okta Supriyaningsih, M.E.Sy**

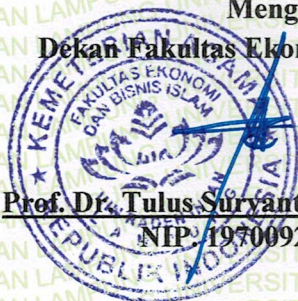
(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A.**

**NIP: 197009262008011008**



## MOTTO

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya)”. (Q.S Al-Isra’ [17]: 27)

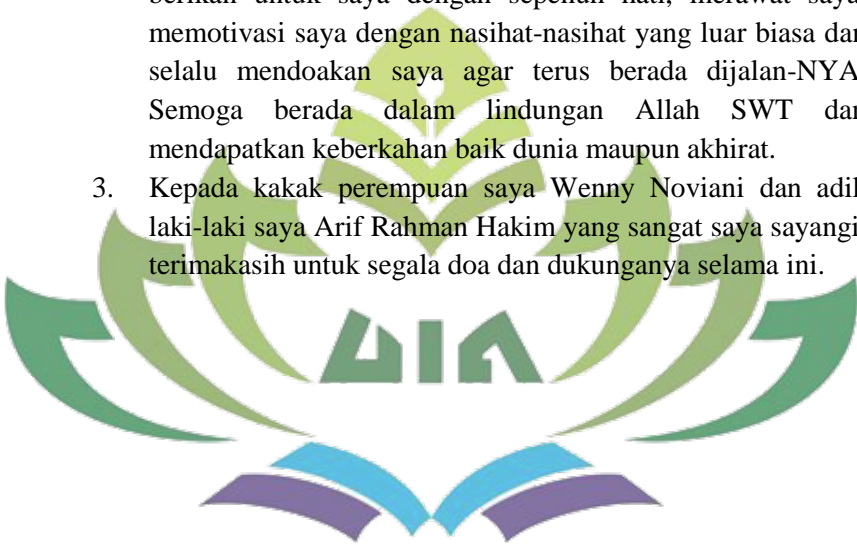




## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam, skripsi ini penulis mempersembahkan kepada:

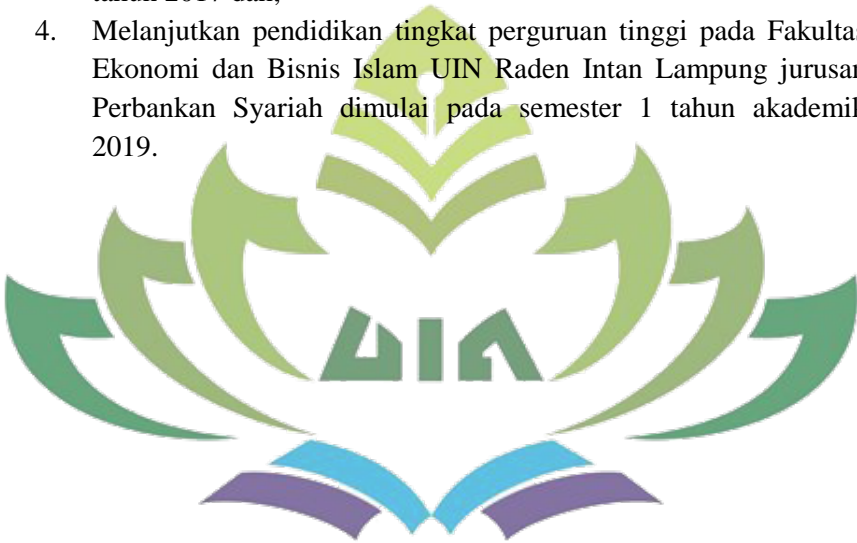
1. Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, kesehatan kemudahan untuk ku dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, Ayah Zainudin dan Ibu Emi Salama yang sangat saya hormati, saya sayangi dan sangat saya cintai. Terimakasih untuk segala hal yang telah kalian berikan untuk saya dengan sepenuh hati, merawat saya, memotivasi saya dengan nasihat-nasihat yang luar biasa dan selalu mendoakan saya agar terus berada di jalan-NYA. Semoga berada dalam lindungan Allah SWT dan mendapatkan keberkahan baik dunia maupun akhirat.
3. Kepada kakak perempuan saya Wenny Noviani dan adik laki-laki saya Arif Rahman Hakim yang sangat saya sayangi, terimakasih untuk segala doa dan dukunganya selama ini.



## RIWAYAT HIDUP

Septi Wahyu Antika dilahirkan di Desa Jaya Tinggi pada tanggal 18 September 1998, anak kedua dari 3 bersaudara dari pasangan Ayah Zainudin dan Ibu Emi Salama. Pendidikan dimulai dari:

1. SDN 02 Budi Pratama Mandira Oki, Sumatera Selatan selesai tahun 2011
2. SMPS Budi Pratama Mandira Oki, Sumatera Selatan selesai tahun 2014
3. SMAS Bhina Dharma Mandira Oki, Sumatera Selatan selesai tahun 2017 dan,
4. Melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung jurusan Perbankan Syariah dimulai pada semester 1 tahun akademik 2019.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur”**.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi S.E. Atas terselesainya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut ikut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara khusus saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto., S.E., M.M., Akt., CA., CERA., ASEAN CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
2. Any Eliza., S.E., MAk., Akt selaku ketua jurusan perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
3. Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag selaku pembimbing I dan Okta Supriyaningsih, M.E.Sy selaku pembimbing II. Terimakasih atas segala bimbingan dan pengorbanan serta kesabarannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama menjadi mahasiswa.
5. Pimpinan dan karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan perpustakaan umum UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan data referensi dan lain-lain.
6. Bapak Sunandar selaku Branch Manager dan Bapak Estiyadi Yanuar selaku BOSM di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur serta masyarakat Sribhawono Lampung Timur yang telah memberikan bantuan penulis dalam menyelesaikan penelitian.

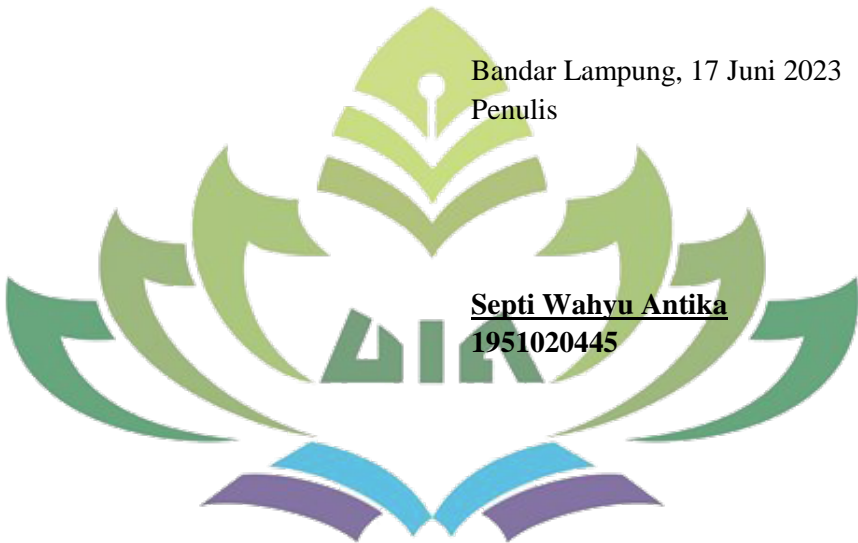
7. Serta sahabat saya Neng Maisaroh, Neta Yuniar dan seluruh teman Perbankan Syariah angkatan 2019 khususnya Perbankan Syariah kelas B seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan dukungan selama perkuliahan dan berbagai keluh kesah serta keceriaan.
8. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Demikian pengantar dari saya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti berikutnya untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, 17 Juni 2023

Penulis

**Septi Wahyu Antika**  
**1951020445**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	13
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	13
H. Sistematik Penelitian.....	19

### BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Yang Digunakan.....	21
1. <i>Theory Of Reasoned Action (TRA)</i> .....	21

2.	<i>Theory Of Planned Behavior (TPB)</i> .....	22
3.	<i>Teori Al-Syatibi</i> .....	22
B.	Promosi .....	24
1.	Pengertian Promosi.....	25
2.	Bauran Promosi .....	25
3.	Tujuan Promosi.....	27
4.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	27
5.	Promosi Berdasarkan Perspektif Islam .....	29
C.	Pemahaman .....	31
1.	Pengertian Pemahaman.....	31
2.	Jenis-Jenis Pemahaman .....	34
3.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman .....	34
4.	Indikator Pemahaman .....	36
D.	Bagi Hasil.....	37
1.	Pengertian Bagi Hasil .....	37
2.	Prinsip-Prinsip Bagi Hasil .....	38
3.	Konsep Bagi Hasil .....	39
4.	Akad dalam Bagi Hasil.....	40
5.	Landasan Hukum Islam Tentang Bagi Hasil .....	40
E.	Kepercayaan.....	42
1.	Pengertian Kepercayaan .....	42
2.	Dimensi Pembentuk Kepercayaan Nasabah .....	44
3.	Kepercayaan Berdasarkan Perspektif Islam .....	45
F.	Minat Masyarakat .....	46
1.	Pengertian Minat .....	46
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	48
3.	Landasan Al-Qur'an Tentang Minat.....	48
G.	Bank Syariah .....	49
1.	Pengertian Bank Syariah.....	49
2.	Fungsi Bank Syariah .....	52
3.	Karakteristik Bank Syariah .....	54
4.	Prinsip Bank Syariah.....	55
5.	Tujuan Bank Syariah.....	55
H.	Kerangka Berpikir .....	56
I.	Pengajuan Hipotesis Penelitian .....	58

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	63
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	63
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data .....	64
1. Populasi.....	64
2. Sampel .....	64
3. Teknik Pengumpulan Data.....	65
D. Definisi Operasional Penelitian .....	66
1. Variabel Penelitian.....	66
2. Definisi Operasional .....	67
E. Instrumen Penelitian .....	68
F. Metode Analisis Data.....	69
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	69
2. Uji Prasarat Analisis .....	70
3. Uji Hipotesis. ....	71

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum BSI KCP Sribhawono Lampung Timur ...	74
1. Sejarah berdirinya BSI KCP Sribhawono Lampung Timur .....	74
2. Visi dan Misi BSI KCP Sribhawono Lampung Timur .....	75
3. Struktur Organisasi BSI KCP Sribhawono Lampung Timur .....	75
4. Produk-Produk Tabungan BSI KCP Sribhawono Lampung Timur .....	77
B. Gambaran Umum Responden .....	79
1. Jenis kelamin.....	82
2. Usia .....	82
3. Pekerjaan.....	83
4. Penghasilan .....	83
5. Pendidikan Terakhir .....	84
C. Analisis data.....	85
1. Gambaran Distribusi Jawaban Responden.....	85
2. Uji Validasi .....	88
3. Uji Reliabilitas .....	90
4. Uji Prasarat Analisis .....	91

5. Uji Hipotesis .....	94
D. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis Data .....	98
1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur .....	98
2. Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur .....	100
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur .....	103
4. Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan secara Simultan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur .....	105

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	106
B. Rekomendasi .....	107

**DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN-LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Menabung di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur 2021-2022 .....	8
Tabel 3.1	Definisi Variabel dan Indikator Penelitian .....	67
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia .....	82
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	83
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	83
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	84
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi.....	85
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Pemahaman Bagi Hasil .....	86
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kepercayaan.....	87
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Minat Masyarakat.....	88
Tabel 4.10	Hasil Uji Validasi Variabel Promosi, Variabel Pemahaman Bagi Hasil, Variabel Kepercayaan, Variabel Minat Masyarakat .....	89
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas .....	91
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas .....	92
Tabel 4.14	Hasil Uji Heterokedasitas .....	93
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	94
Tabel 4.16	Hasil Uji F.....	97
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	98

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	57
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BSI KCP Sribhawono Lampung Timur .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Riset BSI KCP Sribhawono Lampung Timur
- Lampiran 2 Kuesioner Responden
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Kunjungan Ke BSI KCP Sribhawono Lampung Timur
- Lampiran 5 Kunjungan Ke Masyarakat Sribhawono Lampung Timur
- Lampiran 6 Bebas Plagiasi



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan informasi dan gambaran yang jelas serta memudahkan dalam memahami skripsi ini, langkah pertama yang dilakukan adalah menjelaskan arti dari beberapa istilah yang berkaitan dengan tujuan penelitian ini. Dengan penegasan judul tersebut, diharapkan tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami maksud dan tujuan serta cakupan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas. Adapun Skripsi ini berjudul "**Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur**". Maka, perlu adanya uraian terhadap penegasan dalam beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh

Pengaruh adalah sebuah daya tarik yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan dari seseorang.<sup>1</sup>

#### 2. Promosi

Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Promosi menjadi media informasi mengenal segala hal yang

---

<sup>1</sup>Abdul Halim and Retno Wulandari, "Peranan Audit Operasional Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan ( Studi Empiris Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Malang )," Al-Tijary 2, no. 3 (2019): 9.

berkaitan dengan produk yang akan ditawarkan perusahaan kepada konsumen.<sup>2</sup>

### 3. **Pemahaman**

Pemahaman adalah kemampuan untuk menginterpretasi atau mengulang informasi dengan menggunakan bahasa



---

<sup>2</sup>Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran* (Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015), 151-152.

sendiri. Proses pemahaman merupakan langkah ataupun cara untuk mencapai suatu tujuan sebagai aplikasi dari pengetahuan yang dimiliki, sehingga pengetahuan tersebut mampu menciptakan adanya cara pandang ataupun pemikiran yang benar akan suatu hal. Sedangkan cara pandang ataupun pemikiran merupakan suatu proses berpikir, dimana merupakan gejala jiwa yang dapat menetapkan hubungan antara pengetahuan kita terhadap suatu masalah.<sup>3</sup>

#### 4. Bagi Hasil

*Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan dengan pembagian laba. Setelah proses pemahaman selesai, maka akan diikuti keinginan untuk melakukan timbal balik terhadap objek.<sup>4</sup>

#### 5. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.<sup>5</sup>

#### 6. Minat

Minat diartikan sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar artinya untuk mencapai atau memperoleh benda atau tujuan yang diminati itu. Minat berarti sibuk, tertarik, atau terlihat sepenuhnya dengan sesuatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan itu.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup>Agus Sujanto, Psikologi Umum, (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), h. 56.

<sup>4</sup>Arif Muanas, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara, 2014), 63.

<sup>5</sup>Suryawardana Edy and Tri Endang Yani, "Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (Spu) Di Kota Semarang," *Jurnal Dianmik Sosial Budaya* 17, no. 2 (2015): 256–69.

<sup>6</sup>Edy Syahputra, *Snowball Throwing Tingkatkan Minat Dan Hasil Belajar* (Sukabumi: Haura Publishing, 2020).

## 7. Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS) dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).<sup>7</sup>

Berdasarkan uraian penegasan judul diatas, maksud judul skripsi ini adalah untuk menguraikan suatu pokok atas berbagai bagiannya untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan dengan menganalisis pengaruh promosi, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan terhadap inat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.

### B. Latar Belakang Masalah

Bank syariah telah tersebar dan berkembang pesat di Indonesia pada empat tahun terakhir, hal ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan perekonomian dan perbankan syariah yang signifikan. Sebagai negara yang memiliki masyarakat dengan agama mayoritas Islam, kegiatan syariah khususnya dalam bidang muamalah harus berbasis syariah. Berdasarkan Laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa perkembangan jumlah nasabah dana pihak ketiga di bank umum syariah (BUS) mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.<sup>8</sup> Tahun 2017 menunjukkan bahwa periode Januari sampai Maret mencapai 16.113.596 total nasabah, hal ini dapat terlihat bahwa tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 11,7% dibandingkan pada tahun 2016 sebesar 6,45%. Kemudian di tahun 2018 mengalami pertumbuhan yang baik dan positif dengan adanya peningkatan

---

<sup>7</sup>Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 29.

<sup>8</sup>Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, and Anisah, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya," *Jurnal Margin* 1, no. 1 (2021): 29.

aset, pembiayaan yang disalurkan (PYD), serta dana pihak ketiga (DPK) yang tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya.<sup>9</sup>

Dalam menjalankan tugasnya sebagai perantara keuangan, aktivitas utama sebelum menyalurkan dana kepada masyarakat adalah penghimpunan dana. Penerapan ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah volume penjualan, tetapi bank juga harus memperhatikan peningkatan minat menabung nasabah.<sup>10</sup> Bank syariah juga harus memiliki target yang harus dicapai yaitu semaksimal mungkin dapat memberikan informasi yang jelas dan memadai bagi nasabah dalam hal keuangan pada saat dibutuhkan. Pemberian informasi ini juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung nasabah di bank syariah tersebut.<sup>11</sup>

Dalam meningkatkan nasabah menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan bank syariah, maka diperlukannya kegiatan promosi yang dapat dilakukan oleh pihak perbankan syariah terkait. Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang berperan dalam menarik keputusan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan bank syariah. Promosi merupakan kegiatan pengenalan akan produk atau jasa yang dimiliki bank syariah kepada konsumen. Bank menawarkan produk atau jasa tersebut kepada nasabah/konsumen sesuai dengan kebutuhan calon nasabah tersebut. Promosi ini dilakukan untuk memberikan informasi, membujuk, mempengaruhi atau mendorong agar calon nasabah berminat menggunakan produk atau jasa bank syariah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh A. Hardian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Kemudian berdasarkan

---

<sup>9</sup>Afi Khairunnisa and Indah Mustikawati, "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah, Prodi Akuntansi," *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (2019): 2.

<sup>10</sup>Rudi Haryono, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Journal Of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 1 (2022): 134.

<sup>11</sup>Gicella Fanny Andriani and Halmawati, "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan, Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1, no. 3 (2019): 132.



penelitian yang dilakukan oleh Afi Khairunnisa dan Indah Mustikawati menjelaskan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi UNY menabung di bank syariah baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama. Selanjutnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Malik, dkk menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam meningkatkan minat nasabah menabung di bank syariah dapat dipengaruhi oleh faktor promosi.

Dalam produk bank syariah banyak menggunakan prinsip bagi hasil. Salah satu hal yang nasabah inginkan adalah bagi hasil dari uang yang telah disimpan di bank tersebut. Tingkat pemahaman masyarakat mengenai bagi hasil dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah.<sup>12</sup> Pemahaman bagi hasil merupakan sebuah kondisi saat seseorang memahami atau mengerti secara menyeluruh dan mendalam mengenai konsep bagi hasil, setelah proses memahami dapat dilakukan dengan baik, maka akan diiringi dengan keinginan untuk melakukan *feedback* atau timbal balik terhadap objek yang dipahami tersebut. Dengan adanya proses timbal balik yang diberikan dari pemahaman bagi hasil tersebut akan berdampak pada timbulnya minat masyarakat untuk menjadi calon nasabah di bank syariah. Minat merupakan sebuah sikap positif yang diberikan oleh seseorang terhadap suatu objek yang diikuti pula dengan perasaan senang atau bahagia.<sup>13</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rafiaatul Mahmuda dan Khoirul Anwar menunjukkan bahwa variabel pemahaman bagi hasil memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung. Kemudian berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Meliyana dan Abdul Aziz menunjukkan bahwa bagi hasil memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat

---

<sup>12</sup>Khairunnisa and Mustikawati, "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah," *JurnalProfita: Kajian Ilmu Akuntansi* 8, no. 6 (2020).

<sup>13</sup>Haryono, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: 135."

menabung simpanan *mudharabah*. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Afi Khairunnisa dan Indah Mustikawati menjelaskan bahwa pemahaman bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi UNY menabung di Bank Syariah. Dari penelitian-penelitian terdahulu tersebut dapat diketahui bahwa selain promosi, yang dapat mempengaruhi minat nasabah adalah pemahaman bagi hasil.

Dalam mempertahankan eksistensi perbankan syariah yang senantiasa menjalankan aktivitas perbankan sesuai dengan nilai-nilai ajaran islam dibutuhkan kepercayaan dari masyarakat terhadap perbankan syariah. Dalam mengakses pelayanan keuangan, nasabah sangat memerlukan keamanan, kemudahan, serta kenyamanan agar proses transaksi berjalan dengan efektif dan efisien. Bank syariah akan mengalami kesulitan dalam memperluas target market atau pangsa pasar dan dapat berpengaruh pula terhadap kinerja perbankan syariah apabila masyarakat sudah tidak percaya dengan bank syariah.<sup>14</sup> Oleh karena itu dalam upaya meningkatkan nasabah, perluasan pangsa pasar, peningkatan kinerja, serta mempertahankan eksistensi bank syariah harus membangun kepercayaan nasabah dalam menjalankan aktivitasnya. Menurut Morgan dan Hunt, kepercayaan merupakan salah satu hal yang berperan dalam kesuksesan *relationship marketing* atau hubungan pemasaran. Kepercayaan merupakan suatu keadaan saat seorang mitra percaya atas kehandalan serta kejujuran dari mitranya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahma Bellanimenunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rudi Haryonomenjelaskan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Kota Jambi untuk menabung di bank syariah. Selanjutnya Penelitian Gicella Fanny Andriani dan Halmawati menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap

---

<sup>14</sup>Rifaatul Mahmuda and Khoirul Anwar, "Pengaruh Pemahaman Tentang Riba Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Di BNI Syariah Surabaya," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2021): 45.

minat menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa selain faktor promosi upaya dalam meningkatkan minat nasabah menabung di bank syariah dapat dipengaruhi oleh faktor kepercayaan.

Peraturan Perbankan syariah diatur dalam Undang-Undang 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah mengatur tentang jenis usaha, ketentuan pelaksanaan syariah, kelayakan usaha, penyaluran dana, dan larangan bagi Bank Syariah maupun UUS yang merupakan bagian dari Bank Umum Konvensional. Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah memiliki tujuan untuk memberikan keyakinan pada masyarakat yang masih meragukan kesyariahan operasional Perbankan Syariah.<sup>15</sup>

Undang-Undang 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah didalamnya mengatur pula kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur-unsur riba, maisir, *gharar*, haram, dan zalim. Juga diatur juga mengenai masalah kepatuhan syariah (*syariah compliance*) yang kewenangannya berada pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang direpresentasikan melalui Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang harus dibentuk pada masing-masing Bank Syariah dan UUS.

Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur yang menjadi objek peneliti ini bertempat di Jalan Panjang Sribhawono, Mataram Baru, Kecamatan Bandar Sribhawono Kabupaten Lampung Timur. Jumlah penduduk Bandar Sribhawono kurang lebih 51.396 jiwa, mayoritas masyarakatnya memiliki mata pencarian sebagai Pedagang/Petani.<sup>16</sup>

Kegiatan promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur masih belum maksimal dalam hal menarik masyarakat untuk menggunakan produk di BSI

---

<sup>15</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2013, Undang-Undang 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

<sup>16</sup>Badan Pusat Statistik Kabupaten Lmapung Timur, *Kecamatan Bandar Sribhawono Dalam Angka 2022*, (Lampung Timur: Badan Pusat Staitistik, 2022), 37.

sehingga masih banyak masyarakat yang belum berminat untuk menabung di BSI tersebut.

Padahal promosi sangatlah efektif untuk membentuk sebuah *image* yang baik bagi bank syariah dan merubah pola pikir masyarakat yang berfikir negatif terhadap bank syariah. Jumlah Nasabah Menabung yang akan disajikan dalam Tabel 1.1 dibawah ini :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Menabung di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur Tahun 2021-2022**

No	Tahun	Jumlah
1	2021	870
2	2022	1.500
Total		2.370

Sumber : *Data BSI KCP Sribhawono Lampung Timur*

Berdasarkan tabel tersebut jumlah nasabah yang menabung pada tahun 2021 sebanyak 870 orang dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan yang pesat yaitu sebanyak 1.500 orang. Hal ini perlu menjadi perhatian pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung untuk terus meningkatkan eksistensinya.

Kegiatan promosi perlu didukung agar dapat mendapatkan perhatian dari masyarakat dan merupakan faktor penentu dalam mendorong keberhasilan program Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur. Meskipun kualitas suatu produk baik apabila konsumen belum pernah mendengarkannya dan tidak yakin bahwa produk atau jasa tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membeli produk atau menggunakan jasa tersebut.

Pemahaman dan sikap yang beragam terhadap bagi hasil dapat kita lihat pada masyarakat Sribhawono Lampung Timur, karena minimnya minat masyarakat yang ingin menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada masyarakat yang diberi

pemahaman tentang bagi hasil namun belum menabung di bank syariah bahkan masih menggunakan bank konvensional.

Menurut pendapat Lisda Aisyah menyatakan bahwa kurangnya minat masyarakat terhadap perbankan syariah disebabkan oleh faktor kurangnya pemahaman serta persepsi masyarakat terhadap bank syariah.<sup>17</sup> Kepercayaan memiliki dampak yang kuat pada keefektifan dan keefisienan *relationship marketing*. Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur juga belum maksimal dalam strateginya untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat Sribhawono Lampung Timur memiliki minat untuk menabung, masih banyak masyarakat yang berpandangan negatif atau tidak percaya dengan bank syariah. Oleh karena itu minat nasabah/masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur masih kurang dalam faktor promosi, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan.

Berdasarkan hasil observasi di Bank BSI KCP Sribhawono Lampung Timur, peneliti telah mendapatkan beberapa informasi seputar kegiatan promosi dan bagaimana kinerja para karyawan dalam hal memberikan pemahaman bagi hasil dan menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat untuk dapat menarik minat menabung nasabah. Gencarnya pihak bank melakukan promosi dalam menawarkan berbagai produk maupun jasa yang tersedia dalam perusahaannya menjadikan baik yang telah menjadi nasabah maupun non nasabah lebih jeli dan teliti dalam memilih bank mana yang berkualitas, aman dan terpercaya sampai saat ini. Semakin banyaknya pesaing dalam dunia perbankan maupun lembaga keuangan lainnya, maka saat ini yang telah terjadi bukanlah nasabah yang mencari bank dan produknya. Melainkan nasabahlah yang akan dicari oleh setiap bank maupun lembaga keuangan lainnya untuk menawarkan berbagai produk dan jasanya. Hal ini disebabkan karena banyaknya bank baik milik pemerintah maupun swasta yang menawarkan produknya kepada masyarakat secara luas hingga sampai ke pelosok-pelosok daerah atau desa. Usaha

---

<sup>17</sup>Lisda Aisyah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Layanan Perbankan Syariah," *Inasjif* 1, no. 1 (2023): 140.

yang dilakukan oleh pihak bank untuk mempromosikan bahwa bank Bank BSI Sribhawono mempunyai beberapa produk seperti tabungan BSI yang terdiri dari tabungan bisnis, tabungan *Easy Mudharabah*, tabungan *Easy Wadiah*, tabungan pensiun, tabungan Haji dan Umroh Indonesia dan tabungan Haji Muda Indonesia<sup>18</sup> yang diharapkan dapat memenuhi keinginan masyarakat yang ingin berinvestasi dengan aman dan terpercaya dan dapat membantu masyarakat pedesaan melakukan transaksi tanpa mengenal ruang dan waktu.

Pihak bank juga melakukan pendekatan kekeluargaan dalam memberikan pelayanan yang maksimal dan jaminan kerahasiaan informasi data setiap transaksi agar nasabah agar dapat percaya pada bank tersebut. Promosi yang dilakukan oleh bank tersebut terhadap tabungan tabungan bisnis, tabungan *Easy Mudharabah*, tabungan *Easy Wadiah*, tabungan pensiun, tabungan Haji dan Umroh Indonesia dan tabungan Haji Muda Indonesia adalah dengan memberikan hadiah berupa pemberian souvenir atau kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang telah loyal. Banyaknya jumlah penduduk yang terdapat di Kecamatan Bandar Sribhawono 51.396 jiwa<sup>19</sup>, akan tetapi hanya 2.370 jiwa saja yang menabung di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur. Kesimpulan yang didapatkan dari peneliti adalah bahwa kurangnya ketertarikan calon nasabah yang ingin menabung dikarenakan promosi yang dilakukan oleh pihak bank, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan yang didapatkan dari masyarakat belum diterapkan sepenuhnya dan tidak sesuai dengan harapan berdasarkan teori yang dicantumkan oleh peneliti. BSI KCP Sribhawono tentunya dapat meningkatkan kuantitas dan kualitasnya dengan kata lain dibutuhkan promosi yang tepat untuk memasarkan atau menawarkan produk dan jasanya.

Maka promosi yang baik dari BSI KCP Sribhawono dapat mendapatkan peluang untuk terus berkembang sehingga mencapai tujuan menjadi bank yang unggul. BSI KCP Sribhawono harus siap

---

<sup>18</sup>Produk & Layanan Bank Syariah Indonesia.

<sup>19</sup>Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur, *Kecamatan Bandar Sribhawono Dalam Angka 2022*, (Lampung Timur: Badan Pusat Statistik, 2022), 37

bersaing dengan bank maupun lembaga keuangan lainnya untuk meningkatkan jumlah nasabah dan mencapai target, memberi kepuasan dan pelayanan yang baik sehingga nasabah loyal, serta meraih laba untuk terus menjadikan bank yang semakin unggul dan terpercaya. Uraian pokok permasalahan diatas, dimana lembaga keuangan perbankan saat ini telah sadar akan pentingnya nasabah sebagai penunjang jalannya aktifitas perbankan dan tentunya berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas suatu bank tersebut sehingga tugas utama adalah menarik minat nasabah dengan memberikan promosi-promosi terkait dengan produk/jasa BSI KCP Sribhawono dan dapat menumbuhkan rasa percaya terhadap perusahaan tersebut serta memberikan pemahaman bagi hasil kepada masyarakat. Maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui apakah pengaruh promosi, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah. Sehingga judul dalam penelitian ini yaitu **“Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur”**.

### **C. Identifikasi dan Batasan Masalah**

#### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur belum maksimal dalam hal menarik masyarakat untuk menggunakan produk di BSI sehingga masih banyak masyarakat yang belum berminat untuk menabung di bank syariah tersebut.
- b. Pemahaman masyarakat terkait bagi hasil masih kurang dikarenakan masih banyak masyarakat yang tidak paham dengan sistem dan prosedur bagi hasil.
- c. Kepercayaan masyarakat Sribhawono Lampung Timur terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur masih rendah, karena kepercayaan

masyarakat masih tinggi terhadap bank konvensional dibandingkan bank syariah.

- d. Minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur masih kurang pada faktor promosi, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan yang masih rendah.

## 2. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan agar penelitian ini fokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, oleh karena itu diharapkan tujuan penelitian tidak melenceng dari tujuan, dan ruang lingkup penelitian yang dilakukan penulis terbatas pada:

- a. Objek penelitian ini adalah Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.
- b. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.

## D. Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur?
2. Apakah pemahaman bagi hasil berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur?
4. Apakah promosi, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur?



### **E. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman bagi hasil dan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi penulis, diharapkan mampu menambah pengetahuan dan kesiapan penulis bila ingin mengetahui lebih mengenai penelitian minat masyarakat dari segi promosi, pemahaman bagi hasil, dan kepercayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat memberikan pemikiran berupa pengaruh promosi, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan dalam meningkatkan minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.
3. Bagi pihak akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan dan menyajikan informasi mengenai promosi, pemahaman bagi hasil, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menabung.

### **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Lakukan tinjauan pustaka dan idealnya biarkan peneliti mengetahui apa yang telah dipelajari dan apa yang belum dipelajari sebelumnya. Penelitian dilakukan untuk menghindari duplikasi

penelitian. Peneliti menemukan beberapa temuan yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rr. Indah Mustikawati dengan judul “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar 0,406 dan t-hitung sebesar 4,394, Persepsi Nasabah tentang Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh berupa koefisien korelasi sebesar 0,571 serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 6,892 dengan t-tabel sebesar 1,980, Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Hal ini terbukti dengan hasil yang diperoleh berupa koefisien korelasi sebesar 0,503 serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 5,755 > 1,980, Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman. Hal ini diperoleh dari nilai t-hitung masing-masing variabel dan hasil uji F sebesar 26,374 serta nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,452.<sup>20</sup>

Adapun perbandingan yang dilakukan oleh Rr. Indah Mustikawati dengan peneliti jika dilihat dari segi persamaan yaitu pada variabel X nya sama-sama menggunakan Promosi dan variabel Y nya sama-sama menggunakan Minat Menabung. Dilihat dari segi perbedaan, penelitian sebelumnya menggunakan variabel X yaitu Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas

---

<sup>20</sup>Rr. Indah Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah,” *Jurnal Nominal 2*, no. 1 (2013): 182-198.

Pelayanan sedangkan peneliti yaitu Pengaruh Promosi Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan, jika dilihat dari objek penelitiannya, penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian di BRI Cabang Sleman, sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah dengan judul “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)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri. Demikian juga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri. Citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri. Demikian juga Sistem bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri. Religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri. Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri. Namun Variabel Citra perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri. Demikian juga Sistem bagi hasil berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri. Selain itu Variabel minat nasabah menabung juga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri.<sup>21</sup>

Adapun perbandingan yang dilakukan oleh Nurul Khotimah dengan peneliti yaitu dari segi persamaan, variabel

---

<sup>21</sup>Nurul Khotimah, “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), ” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen* 5, no. 1 (2018): 37-48.

X nya sama-sama menggunakan Kepercayaan dan Variabel Y nya sama-sama menggunakan Minat Menabung hanya saja di penelitian terdahulu menambahkan variabel Y nya yaitu Minat Menabung dan Loyalitas. Dilihat dari segi perbedaan, penelitian sebelumnya menggunakan variabel X yaitu Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil sedangkan peneliti yaitu Pengaruh Promosi Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan. dilihat dari objek penelitiannya, penelitian sebelumnya masih menggunakan objek penelitian di BSM Sedangkan Peneliti sudah menggunakan BSI.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Afi Khairunnisa dan Rr. Indah Mustikawati M.Si., Ak., CA dengan judul “Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi UNY Menabung di Bank Syariah. Pemahaman Bagi Hasil berpengaruh positif terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi UNY Menabung di Bank Syariah. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi UNY Menabung di Bank Syariah. Serta Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, dan Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi UNY Menabung di Bank Syariah.<sup>22</sup>

Adapun perbandingan yang dilakukan oleh Afi Khairunnisa dan Rr. Indah Mustikawati M.Si., Ak., Ca dengan peneliti yaitu jika dilihat dari segi perbedaannya yaitu Pada variabel Y nya penelitian sebelumnya menggunakan variabel Y nya yaitu Minat Mahasiswa Menabung sedangkan peneliti Minat Masyarakat Menabung. Dilihat dari kesamaannya terletak pada variabel X nya yaitu Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan. Pada objek penelitian yang dilakukan

---

<sup>22</sup>Khairunnisa and Mustikawati, “Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah, Prodi Akuntansi: 1-17.”

oleh Afi Khairunnisa dan Rr. Indah Mustikawati M.Si., Ak., CA dengan peneliti sama-sama mengambil tempat penelitian di Bank Syariah Indonesia.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Herawati, Evinovita, dan Sukarna dengan judul “Pengaruh Promosi dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan simultan terhadap minat menabung. Dengan demikian, jika promosi ditingkatkan di kalangan masyarakat, maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Variabel religiusitas berpengaruh positif dan simultan terhadap minat menabung pada masyarakat. Dengan demikian, jika religiusitas ditingkatkan di kalangan masyarakat, maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Variabel minat menabung berpengaruh positif dan simultan terhadap minat masyarakat, jika minat menabung ditingkatkan, maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.<sup>23</sup>

Adapun perbandingan yang dilakukan oleh Herawati, Evinovita, dan Sukarna dengan peneliti yaitu dilihat dari segi persamaan yaitu pada variabel X1 sama-sama membahas terkait promosi dan variabel Y nya sama-sama menggunakan Minat Masyarakat Menabung. Dilihat dari segi perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh Herawati, Evinovita, dan Sukarna, mereka ingin meneliti tentang Pengaruh Promosi dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor, sedangkan peneliti ingin meneliti tentang Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat

---

<sup>23</sup>Herawati, Evinovita, and Sukarna, “Pengaruh Promosi Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor,” *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 2, no. 2 (2022).

Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Malik, Ahmad Syahrizal dan Anisah dengan judul “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh promosi, pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut pada masyarakat Desa Pelawan Jaya. Berdasarkan hasil uji-t untuk melihat pengaruh variabel promosi, pengetahuan, dan kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung masyarakat maka didapatkan sebagai berikut: Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut berdasarkan hasil uji-t Pengetahuan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut berdasarkan hasil uji-t Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut berdasarkan hasil uji-t. Berdasarkan hasil uji-F menyatakan bahwa promosi, pengetahuan dan kepercayaan Secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut.<sup>24</sup>

Adapun perbandingan yang dilakukan oleh Abdul Malik, Ahmad Syahrizal dan Anisah dengan peneliti yaitu jika dilihat dari segi persamaan terletak pada variabel X1 yang sama-sama membahas terkait promosi dan variabel X3 terkait kepercayaan dan variabel Y sama-sama Minat Menabung dan sama-sama mengambil tempat penelitian di Bank Syariah Indonesia. Dilihat dari segi perbedaan terletak pada variabel X2, pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel

---

<sup>24</sup>Malik, Syahrizal, and Anisah, “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya: 28-43.”

pengetahuan, sedangkan peneliti menggunakan variabel Pemahaman Bagi Hasil.

Dari beberapa uraian hasil penelitian terdahulu tersebut, Penulis dapat mengambil kesimpulan bahwasannya Pengaruh Promosi dan Kepercayaan telah di teliti hampir semua Bank Syariah Indonesia. Namun untuk Pemahaman Bagi Hasil belum banyak meneliti, dan variabel dependen pada Minat Masyarakat Menabung sudah banyak yang meneliti. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah peneniti ingin mengetahui dan menjelaskan bagaimana Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribhawono Lampung Timur.

## **H. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dengan sistematika Bab yang terdiri dari: Bab I Pendahuluan, Bab II Landasan teori dan Pengajuan Hipotesis, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab V Penutup.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas mengenai penegasan judul, latar belakang masalah. Dari latar belakang yang diuraikan maka diperoleh identifikasi dan batasan dalam penelitian yang menjadi rumusan masalah. Berdasarkan rumusan masalah maka diperoleh tujuan dan manfaat dari penelitian dan juga menguraikan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Diakhir bab ini akan dijelaskan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN**

#### **HIPOTESIS**

Bab landasan teori dan pengajuan hipotesis menguraikan tentang tinjauan pustaka yang berisi landasan teori yang menjelaskan teori yang digunakan, promosi, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan. Dari landasan teori dan penelitian terdahulu yang

diterangkan di bab I maka didapat kerangka konseptual. Pada akhir bab ini terdapat hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

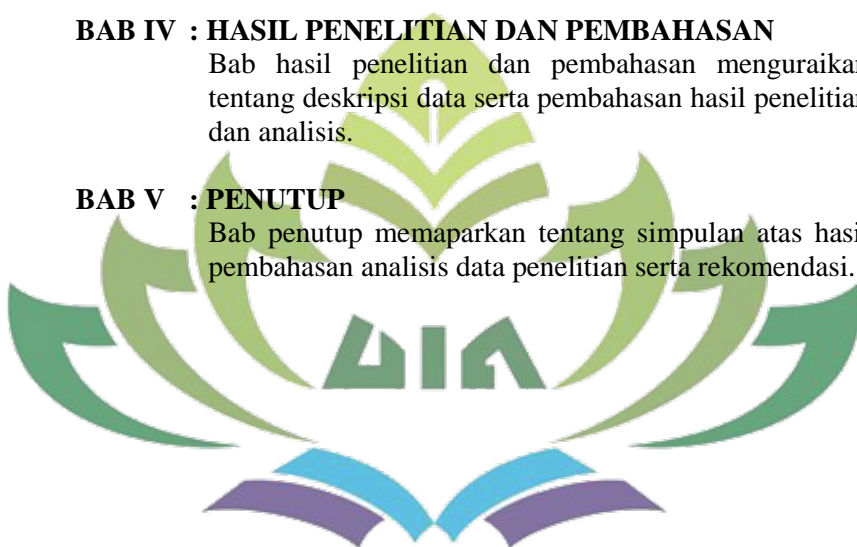
Bab metode penelitian menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian meliputi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, instrumen penelitian, uji validasi dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab hasil penelitian dan pembahasan menguraikan tentang deskripsi data serta pembahasan hasil penelitian dan analisis.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab penutup memaparkan tentang simpulan atas hasil pembahasan analisis data penelitian serta rekomendasi.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan dilihat dari hasil uji nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan thitung yang bernilai positif. Semakin tinggi promosi yang dilakukan BSI KCP Sribhawono, membuat masyarakat semakin mengenal bank syariah dan semakin minat masyarakat untuk menabung di bank tersebut. Dan dengan promosi yang dilakukan memberikan citra yang baik untuk mengenalkan produk BSI KCP Sribhawono contohnya produk tabungan.
2. Pemahaman bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan dilihat dari hasil uji t nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ) dan thitung bernilai positif. Artinya pemahaman bagi hasil, berpengaruh positif. Semakin tinggi pemahaman masyarakat tentang bagi hasil yang ada di BSI KCP Sribhawono akan semakin mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank tersebut. Karena masyarakat yang paham dengan sistem bagi hasil pada bank syariah akan memiliki pola pemikiran berbeda dengan masyarakat yang tidak paham prinsip bagi hasil.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,042 < 0,05$ ) dan thitung bernilai positif. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah maka akan semakin meningkat minat menabung masyarakat pada BSI KCP Sribhawono Lampung Timur.
4. Secara simultan promosi, pemahaman bagi hasil, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 90,992 dan nilai signfikasi 0,000. Ketiga variabel memiliki kekuatan yang tinggi dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di BSI KCP Sribhawono Lampung Timur.

**B. Rekomendasi**

1. Bagi bank syariah Indonesia KCP Sribahwono harus dapat meningkatkan kegiatan promosi terhadap produk-produk yang ada bukan hanya produk dalam menabung.
2. Bagi masyarakat luas untuk tetap bijak dalam menentukan pilihan menyimpan uangnya pada lembaga keuangan, khususnya yang berbasis syariah.
3. Bagi Peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel independen seperti menambah variabel kualitas layanan dalam mendukung minat masyarakat untuk menabung di bank syariah Indonesia.



## DAFTAR RUJUKAN

- Abdallah, Muhammad, and Irsyad Lubis. "Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa SMA Di Kota Medan." *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 3, no. 7 (2023).
- Abdurrahman, Hafidz. *Menggugat Bank Syariah Kritik atas Fatwa Produk Perbankan Syariah*. Bogor: Al Azhar, 2012.
- Adulsyani, *Sosiologi: Skematika, Teori dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Aisyah, Lisda. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Layanan Perbankan Syariah," *Inasjif1*, no. 1 (2023).
- Andespa, Roni. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah." *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 1 (2017).
- Andriani, Gicella Fanny, and Halmawati. "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan, Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1, no. 3 (2019).
- Akmal, Tarigan Azhari. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi (Telaah Atas Sampul-Sampul Ekonomi Dan Bisnis Dalam Al-Qur'an)*. Medan: Febi UIN Su Press, 2016.
- Aisyah, Siti, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 2, No. 1, 2020.
- Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Astuti, Tri, "Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah." *Jurnal Nominal II*, no. 1 (2013).
- Ayu, Ida Gede Bintang Praba Dewi and Komang Rahayu Indrawati, "Perilaku Mencatat dan Kemampuan Memori pada Proses Belajar," *Jurnal Psikologi Udayana* 1, no. 1 (2014).

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lmapung Timur, *Kecamatan Bandar Sribhawono Dalam Angka 2022*, (Lampung Timur: Badan Pusat Staitistik, 2022).
- Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Daryanto, *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media, 2016.
- Daulay, Rayhana. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Medan.” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 12, no. 1 (2012).
- Edy, Suryawardana, and Tri Endang Yani. “Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (Spbu) Di Kota Semarang.” *Jurnal Dianmiak Sosial Budaya* 17, no. 2 (2015): 256–69.
- Fathoni, Abdurrahman. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka cipta, 2011.
- Fishbein, Martin dan Icek Ajzen, *Predicting And Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*, (New York: Taylor and Francis Group, 2010).
- Halim, Abdul, dan Retno Wulandari. “Peranan Audit Operasional Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan ( Studi Empiris Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Malang ).” *Jurnal Al-Tijary* 2, no. 3 (2019).
- Hary, Wied. “Hubungan antara Pengetahuan dan Sikap,” *Jurnal Majority* 4, no. 8 (2015).
- Haryono, Rudi. “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.” *Journal Of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 1 (2022).
- Herawati, Evinovita, dan Sukarna. “Pengaruh Promosi Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor.” *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 2, no. 2 (2022).
- Kadir, *Statistika Tarapan (Konsep, Contoh Dan Analisis Data Dengan SPSS/Lirel Dalam Penelitian)*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka, 2015.

- Karim, Adiwarmarman A. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka, 2014.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta Selatan: Cv. Al-Fatih Berkah Cipta).
- Khairunnisa, Afi, and Indah Mustikawati, "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah, Prodi Akuntansi." *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (2019).
- Khotimah, Nurul. "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)," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen* 5, no. 1 (2018).
- Kristiyadi, and Sri Hartiyah. "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT TAMZIZ Wonosobo)." *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 5, no. 9 (2016).
- Lukman, "Desintegrasi Sosial Budaya," *Jurnal Risalah* 4, no. 2 (2018).
- Mahmuda, Rifaatul, and Khoirul Anwar. "Pengaruh Pemahaman Tentang Riba Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Di BNI Syariah Surabaya." *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2021).
- Malik, Abdul, Ahmad Syahrizal, and Anisah. "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya." *Jurnal Margin* 1, no. 1 (2021).
- Mawardi, "Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4 no. 1, (2018).
- Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.
- Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

- Muhamad, *Metodologi Penelitian Bisnis Islam Pendekatan Kuantitatif*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Muhammad Fuad Abdul Baqi, Al-Lu' lu' al-Marjan Muatiara Hadist Shahih Bukhari dan Muslim.
- Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Muanas, Arif. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara, 2014.
- Nugroho, Boedijoewono, *Pengantar Statistika Ekonomi Dan Bisnis*. 7th ed. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2016.
- Mustikawati, Rr. Indah. “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah.” *Jurnal Nominal* 2, no. 1 (2013).
- Neysa, Yohana. “Analisis Pengaruh Jaminan Rasa Aman Dan Aksebilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Di Surabaya.” *Jurnal Menejemen Pemasaran Petra* 1, no. 1 (2018).
- Peter, J Paul, and Jerry Olson C. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. 9th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Pratiwi, Erni Dwi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat menggunakan Instragram dengan Theory Of Reasoned Action menggunakan Amos T.
- Prayitno, Dwi. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gaya Media, 2016.
- . *Mandiri Belajar Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2013.
- Puspita, Ririn Tri. *Pemikiran Asy-Syatibi Maqashid Syariah Dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Moderen*. Madiun: STAINU, 2017.
- Rahman shaleh, Abdul and Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Prenada Media, 2019.
- Roni, Andespa. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 1 (2017).

- Setyawan, Yohana Neysa, and Edwin Japarianto. “Analisa Pengaruh Kepercayaan Jaminan Rasa Aman, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Di Surabaya.” *Jurnal Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014).
- Sudirman, Acai, dkk, “Kontribusi harga dan kepercayaan untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi”, *Journal Of Business and Banking* 9, no. 2 (2020).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung, 2011.
- Suherman, Kementrian. “Penerapan Prinsip Bagi Hasil Pada Perbankan syariah Sebuah Pendekatan Al-Maqasidu Al-Syariah, *Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*2, no. 3 (2017).
- . *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sujanto, Agus. *Psikologi Umum*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- Sujarweni, V. Wirtna. *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers, 2015.
- . *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Baru Pres, 2019.
- Sunarto, Ridwan. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015.
- Susanto, Herry & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV. PustakaSetia, 2013.
- Syahriyal. “Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh.” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 4, no. 1 (2018): 139–56.
- Syahputra, Edy. *Snowball Throwing Tingkatkan Minat Dan Hasil Belajar*. Sukabumi: Haura Publishing, 2020.
- Tri Puspita, Ririn. *Pemikiran Asy-Syatibi Maqashid Syariah Dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Moderen*. Madiun: STAINU, 2017).