

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
UNTUK MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta)**

Faisal

Email: Mustari_faisal@yahoo.com

Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

Abstark: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di perbankan syariah (studi kasus mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY). Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk semester lima dan semester tujuh di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil sebanyak 88 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *Proportionate Stratified Random Sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel religiusitas dan variabel fasilitas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di bank syariah, sedangkan variabel pengetahuan dan variabel promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Kata Kunci: Bank Syariah, Religiusitas, Fasilitas, Pengetahuan, Promosi

Abstract: *This research aims to analyze the factors that affect the interest of the students to become customers in Islamic banking (case studies of students of Economics and Islamic banking UMY). The subject in this study is a student of Economics and Islamic banking UMY for five semesters and seven semesters at the Muhammadiyah University of Yogyakarta campus environment. In this study the number of samples taken for as much as 88 respondents were selected using the method of Proportionate Stratified Random Sampling. Analysis tools are used Multiple Linear regression analysis. Based on the analysis of the obtained results has done that variable and variable religiosity facilities do not have the influence significantly to student interest in economics and Islamic banking muhammadiyah University of Yogyakarta to become customers in Islamic banks, while variable knowledge and promotion variables influence significantly to student interest in economics and Islamic banking Muhammadiyah University of Yogyakarta to become customers in Islamic banks.*

Keywords: *Islamic Banks, Religiosity, Facilities, Knowledge, Promotion*

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Perkembangan industri perbankan yang semakin baik maka berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi Negara tersebut. Bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menghimpun dana masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat dan melakukan pelayanan jasa kepada masyarakat. Perbankan syariah merupakan suatu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip islam sehingga bebas dari riba (bunga), bebas dari kegiatan spekulasi non-produktif seperti perjudian (maysir), bebas dari kegiatan yang meragukan (gharar), bebas dari perkata yang tidak sah (bathil), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal. Dalam operasinya, bank syariah memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah jual-beli dan bagi hasil sehingga bank ini sering juga dipersamakan dengan bank tanpa bunga (Dita dan Ritonga, 2012).

Kehadiran bank syariah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Sebagaimana disinyalir oleh para ekonom muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syari'ah, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya. Hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI Nomor 1 tahun 2004 tentang bunga yang intinya mengharamkan bunga bank yang didalamnya terdapat unsur-unsur riba; (2) dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma

keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (*selfishness*). Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar (Sjahdeini, 1999).

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Melihat perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan.

Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam perkuliahannya diberikan mata kuliah yang sesuai dengan jurusannya, belajar tentang pemahaman apa itu bank syariah, bagaimana cara bermuamalat sesuai syariat islam, bagaimana memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah, menjelaskan produk-produk yang ada dalam bank syariah, dan sebagainya yang berkaitan dengan perbankan syariah. Penjelasan di atas bahwa motivasi dari mahasiswa EPI adalah memutuskan untuk memilih menabung di Bank Syariah, karena Bank Syariah sesuai dengan tata cara syariat islam dan merupakan langkah awal untuk mencapai kompetensi yang telah ditargetkan. Peneliti mengambil responden mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY karena mahasiswa ini mempunyai pengetahuan yang kompeten tentang perbankan syariah, selain itu mereka juga memiliki pengetahuan agama yang cukup luas sehingga hasil dari penelitian nantinya dapat dipertanggungjawabkan dan praktik-praktik perbankan syariah yang menyimpang dari prinsip-prinsip syariah dapat dihindari bahkan dapat dihilangkan.

Menganalisis pengaruh variabel reliusitas, fasilitas, pengetahuan dan promosi terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Landasan Teori

1. Bank Syariah

Dalam buku Sudarsono (2013), yang dimaksud bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai dagangan utamanya. Pengertian bank menurut Undang-Undang RI No 10 tahun 1998 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak, sedangkan bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (OJK).

2. Minat

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya (Sukanto, 1985). Ada beberapa tahapan minat antara lain: informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah, pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah, dan keputusan menjadi nasabah.

3. Religiusitas

Menurut Anshori dalam Ghufron & Risnawita (2010) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan *religiusitas* menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Ghufron & Risnawita menegaskan lebih lanjut, bahwa *religiusitas* merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.

4. Fasilitas

Dalam menyediakan sebuah jasa, adanya fasilitas merupakan sesuatu yang sudah menjadi kewajiban. Tanpa adanya fasilitas yang dapat menunjang keberlangsungan dan kelancaran layanan jasa yang diberikan maka konsumen akan merasa ada kekurangan sehingga mengurangi dorongan pada dirinya untuk menggunakan jasa tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh Tjiptono (2000) dalam bukunya bahwa fasilitas menurutnya merupakan suatu paket jasa yang diartikan sebagai suatu bundel yang terdiri atas barang dan jasa yang disediakan dalam lingkungan tertentu. Tjiptono juga menjelaskan bahwa fasilitas penunjang adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

5. Pengetahuan

Seseorang mendapatkan fakta dan informasi baru dengan menggunakan pengetahuan yang merupakan suatu faktor penting dalam membentuk tindakan seseorang. Menurut Notoatmodjo (2005), pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Manusia mendapatkan ilmu pengetahuan dengan

berbagai cara, yaitu dengan cara tradisional, seperti bertanya pada orang yang ahli, dari pengalaman setelah menyelesaikan masalah, dan berpikir kritis (Potter dan Perry, 2005).

6. Promosi

Menurut Kotler (2002), promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya. Dalam mempromosikan produk hendaknya dapat dipertimbangkan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk, sehingga bentuk promosi yang diberikan harus mencakup hal-hal yang bersifat persuasif agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

II. METODE PENELITIAN

A. Subjek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan subjek yaitu mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan melakukan penelitian dengan terjun langsung untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah, sedangkan variabel *independent* adalah faktor religiusitas, fasilitas, pengetahuan dan promosi.

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer diperoleh secara langsung melalui kuisisioner yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan data sekunder yang mendukung diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan

(OJK), Statistik Perbankan Syariah, buku, jurnal, skripsi, dokumen, atau data literature lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang apabila populasi mempunyai anggota atau unsur heterogen dan berstrata proposional (Sugiyono, 2009). Dengan jumlah keseluruhan mahasiswa aktif EPI UMY untuk semester lima dan tujuh yaitu sebesar 551 mahasiswa. Sehingga sampel dalam penelitian ini secara langsung diambil sebanyak 88 responden yang diperoleh dari perhitungan rumus *proportionate stratified random sampling*.

D. Tehnik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data metode digunakan menggunakan kuisisioner dengan cara memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yaitu kepada mahasiswa EPI UMY untuk semester lima dan tujuh. Selain itu dilakukan wawancara langsung kepada responden.

E. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas sebagai alat untuk menguji pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner dan menggunakan regresi linier berganda sebagai alat untuk menganalisis data. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda yaitu untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penulis menggunakan program statistik untuk mengolah data dengan program SPSS 15 dan Microsoft Excel 2010.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek/Subjek Penelitian

Sejak tahun berdirinya 1998 Program Studi Muamalat Konsentrasi Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (EPI FAI UMY) berkembang menyesuaikan kebutuhan tenaga profesional dalam bidang ekonomi Islam pada umumnya dan perbankan syariah pada khususnya, dengan terus melakukan evaluasi terhadap kurikulum yang digunakan yakni Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK) dan berkembang pada Kurikulum Pendidikan Tinggi (KPT) mengacu pada Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) PERMENDIKBUD RI Nomor 73 Tahun 2013, hal ini dilakukan dalam rangka mendukung *output* yang berdaya saing tinggi di tengah-tengah masyarakat. Keseriusan tersebut ditunjukkan dengan perolehan Akreditasi dengan nilai “A” berdasarkan SK BAN PT Depdikbud RI Nomor 324/SK/BAN-PT/S/V/2015.

Hasil Penelitian

Uji Kualitas Instrumen dan Data

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner, yaitu daftar pertanyaan yang diberikan pada mahasiswa. Oleh karena itu langkah-langkah yang dilakukan sebelum melakukan regresi linier berganda, yaitu kuisisioner tersebut harus diuji validitas dan reabilitasnya terlebih dahulu.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* atau pertanyaan/pernyataan yang dinyatakan valid jika mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel pada taraf $\alpha = 5\%$ atau bias juga dilihat dari nilai tingkay signifikan pada analisis menggunakan SPSS yang harus bernilai < 0.05 . Dari hasil analisis diperoleh nilai korelasi antara skor item dan skor total. Nilai ini kemudian

dibandingkan dengan nilai r tabel. Nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk.

Pada penelitian ini, besarnya df dapat dihitung $88-2 = 86$ dengan $\alpha = 5\%$ sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0.2096 dengan jumlah sampel total keseluruhan sebanyak 88 responden. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 20 yang diperoleh hasil uji validitas terhadap masing-masing pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel religiusitas, fasilitas, pengetahuan, promosi, dan minat menabung. Berikut hasil pengujian validitas :

TABEL 3.1.
HASIL Uji VALIDITAS

Variabel	Item	r pearson correlation	r tabel	Signifikan	Kesimpulan
Religiusitas	R1	0.631 ^{**}	0.2096	0.000	Valid
	R2	0.642 ^{**}		0.000	Valid
	R3	0.731 ^{**}		0.000	Valid
	R4	0.737 ^{**}		0.000	Valid
	R5	0.609 ^{**}		0.000	Valid
Fasilitas	F1	0.543 ^{**}	0.2096	0.000	Valid
	F2	0.737 ^{**}		0.000	Valid
	F3	0.745 ^{**}		0.000	Valid
	F4	0.552 ^{**}		0.000	Valid
	F5	0.455 ^{**}		0.000	Valid
Pengetahuan	P1	0.650 ^{**}	0.2096	0.000	Valid
	P2	0.679 ^{**}		0.000	Valid
	P3	0.768 ^{**}		0.000	Valid
	P4	0.626 ^{**}		0.000	Valid
	P5	0.620 ^{**}		0.000	Valid
Promosi	I1	0.759 ^{**}	0.2096	0.000	Valid
	I2	0.699 ^{**}		0.000	Valid
	I3	0.786 ^{**}		0.000	Valid
	I4	0.782 ^{**}		0.000	Valid
	I5	0.810 ^{**}		0.000	Valid
Minat Menabung	M1	0.678 ^{**}	0.2096	0.000	Valid
	M2	0.780 ^{**}		0.000	Valid
	M3	0.708 ^{**}		0.000	Valid
	M4	0.692 ^{**}		0.000	Valid
	M5	0.459 ^{**}		0.000	Valid

Berdasarkan Tabel 3.1. dari hasil pengolahan data uji validitas variabel religiusitas, fasilitas, pengetahuan, promosi dan minat menabung diketahui masing-masing item memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan signifikan yang bernilai dibawah 0.05. Dengan demikian masing-masing butir pertanyaan dalam kuisioner untuk variabel religiusitas, fasilitas, pengetahuan, promosi dan minat menabung dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Bawono (2006), pengujian reliabilitas suatu angket dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Uji ini dilakukan terhadap seluruh item atau pernyataan pada penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*. Nilai kritis *Cronbach's Alpha* pada penelitian ini menggunakan nilai 0.60 dengan asumsi bahwa daftar pertanyaan yang diuji akan dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach Alpha* ≥ 0.60 . Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

TABEL 3.2.
HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan
Religiusitas	0.680	Reliabel
Fasilitas	0.744	Reliabel
Pengetahuan	0.763	Reliabel
Promosi	0.797	Reliabel
Minat Menabung	0.768	Reliabel

Dari hasil pengujian diatas diperoleh perhitungan koefisien *Cronbach Alpha* dari kelima variabel diatas > 0.60 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan/pernyataan variabel religiusitas, fasilitas, pengetahuan, promosi dan minat menabung dapat dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji hipotesis dengan memakai uji T, uji F dan uji R^2 harus perlu dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Tujuan dilakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan terhadap asumsi klasik.

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Bawono, 2006). Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Pada penelitian ini uji normalitas data dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas data dilihat pada tabel berikut:

TABEL 3.3.
HASIL UJI NORMALITAS DATA

Kolmogorov-Smirnov^a	Unstandardized Residual
Statistic	0.068
Df	88
Sig.	0.200

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai signafikan $0.200 > 0.05$ yang artinya data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya korelasi antara variabel independen dengan model regresi. Jika ada hubungan maka terdapat penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didasarkan pada nilai *Variance Inflation Factor* dan *tolerance*.

TABEL 3.4.
HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Variabel X	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Religiusitas	0.946	1.057	Non Multikolinearitas
Fasilitas	0.540	1.853	Non Multikolinearitas
Pengetahuan	0.963	1.038	Non Multikolinearitas
Promosi	0.537	1.862	Non Multikolinearitas

Hipotesis dalam uji multikolinearitas adalah:

H_0 : $VIF < 10$ artinya tidak terkena multikolinearitas

H_0 : $VIF > 10$ artinya terkena multikolinearitas

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa VIP dari variabel independen yang memiliki nilai VIP dibawah 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya persamaan varian dari persamaan residual untuk semua pengamat pada model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas maka dilakukan uji glejser.

TABEL 3.5.
HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Variabel Independen	Signifikan	Kesimpulan
Religiusitas	0.071	Non Heteroskedastisitas
Fasilitas	0.701	Non Heteroskedastisitas
Pengetahuan	0.786	Non Heteroskedastisitas
Promosi	0.527	Non Heteroskedastisitas

Dikatakan tidak terkena heteroskedastisitas apabila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil signifikan > 0.05. Karena nilai signifikan > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan hasil uji dapat dilanjutkan.

Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui apakah ada pengaruh keterkaitan antara variabel religiusitas (X1), fasilitas (X2), pengetahuan (X3) dan promosi (X4) terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah bank syariah (Y). Prosedur pengujian ini dapat dilihat dari besarnya t hitung atau nilai signifikansinya. Dalam penelitian ini untuk memperoleh nilai t tabel maka digunakan *degree of freedom* sehingga diketahui bahwa $n = 88$ pada tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0.05$) dengan menggunakan uji 1 sisi diperoleh nilai t tabel ($87 : 0.05$) sebesar 1.664. Berikut hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

TABEL 3.6.
HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel	Regresi
	Koefisien
Konstanta	8.605 (3.920)**
Religiusitas	0.027 (0.129)
Fasilitas	-0.061 (0.143)
Pengetahuan	0.292 (0.108)***
Promosi	0.329 (0.105)***
R-Squared	0.229
F-statistic	6.152
Prob F-stat	0,000000

Keterangan: Variabel Dependen (Minat menjadi Nasabah) menunjukkan standar error signifikan pada level 10% ; *, signifikan pada level 5% ; **, signifikan pada level 1% ; ***

Dari hasil regresi diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8.605 + 0.027 \text{ Religiusitas} - 0.061 \text{ Fasilitas} + 0.292 \text{ Pengetahuan} + 0.329 \text{ Promosi} + e$$

Uji Hipotesis

Pembuktian koefisien regresi dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dan variabel dependen baik di uji secara individual maupun secara bersama-sama.

1. Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan criteria yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas $\beta_i > 0.05$ artinya tidak signifikan.
- 2) Jika nilai probabilitas $\beta_i < 0.05$ artinya signifikan.

atau

- 1) Jika T hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika T hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

a. Variabel religiusitas (X1)

Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai probabilitas kesalahan sebesar $0.835 > 0.05$. Berdasarkan pada hasil perhitungan pada uji regresi linier berganda diperoleh nilai t hitung sebesar 0.209. Dengan demikian t hitung ($0.209 < t$ tabel (1.664)) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Angka tersebut menunjukkan nilai yang tidak signifikan, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel religiusitas terhadap terhadap minat mahasiswa EPI UMY untuk menjadi nasabah di perbankan syariah.

2. Variabel fasilitas (X2)

Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai probabilitas kesalahan sebesar $0.674 > 0.05$. Berdasarkan pada hasil perhitungan pada uji regresi linier berganda diperoleh nilai t hitung sebesar -0.423 . Dengan demikian t hitung $(-0.423) < t$ tabel (1.664) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Angka tersebut menunjukkan nilai yang tidak signifikan, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel fasilitas terhadap terhadap minat mahasiswa EPI UMY untuk menjadi nasabah di perbankan syariah. Berikut adalah pengaruh variabel fasilitas secara grafik :

3. Variabel pengetahuan (X3)

Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai probabilitas kesalahan sebesar $0.008 < 0.05$. Berdasarkan pada hasil perhitungan pada uji regresi linier berganda diperoleh nilai t hitung sebesar 2.701 . Dengan demikian t hitung $(2.701) > t$ tabel (1.664) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Angka tersebut menunjukkan nilai yang signifikan, artinya terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan terhadap terhadap minat mahasiswa EPI UMY untuk menjadi nasabah di perbankan syariah. Berikut adalah pengaruh variabel pengetahuan secara grafik :

4. Variabel promosi (X4)

Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai probabilitas kesalahan sebesar $0.002 < 0.05$. Berdasarkan pada hasil perhitungan pada uji regresi linier berganda diperoleh nilai t hitung sebesar 3.140 . Dengan demikian t hitung $(3.140) > t$ tabel (1.664) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Angka tersebut menunjukkan nilai yang signifikan, artinya terdapat pengaruh antara variabel promosi terhadap terhadap minat mahasiswa EPI UMY untuk menjadi nasabah di perbankan syariah. Berikut adalah pengaruh variabel pengetahuan secara grafik :

a. Uji F (Uji Serempak)

Uji F membuktikan secara simultan apakah terdapat pengaruh variabel religiusitas (X1), fasilitas (X2), pengetahuan (X3) dan promosi (X4) terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah bank syariah (Y).

Berdasarkan Tabel 3.6. diatas diperoleh F hitung sebesar 6.152 dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas, fasilitas, pengetahuan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah bank syariah (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Tabel 3.6. hasil perhitungan regresi linier berganda ditemukan hasil dari jumlah sampel sebanyak 88 responden dengan nilai R Square sebesar 0.229 yang dapat diartikan bahwa variabel independen (religiusitas, fasilitas, pengetahuan dan promosi) menjelaskan variasi dari variabel dependen minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah bank syariah (Y) sebesar 22.9% dan sisanya sebesar 77.1% minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah bank syariah dipengaruhi diluar variabel penelitian ini.

Pembahasan (Interprestasi)

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa dua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan dan dua variabel lainnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di perbankan syariah. Identifikasi variabel yang signifikan dapat dilihat dari nilai

signifikan variabel yang bersangkutan. Jika signifikan suatu variabel lebih dari 5% maka variabel tersebut berpengaruh dan signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di perbankan syariah. Berikut ini adalah interpretasi dari keempat variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu:

1. Pengaruh Religiusitas terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah

Berdasarkan uji hipotesis, nilai koefisien variabel religiusitas sebesar 0.027 dengan tingkat probabilitas sebesar 0.835 yang dimana nilai probabilitas tersebut lebih besar dari *alpha* 0.05. Hal ini menunjukkan variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Tingkat religiusitas seseorang akan menunjukkan pada aspek agama yang telah dihayati didalam hatinya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya. Religiusitas dalam penelitian ini adalah tingkat keimanan dan keislaman seseorang dalam menentukan aspek-aspek dari perbankan syariah.

Didalam penelitian ini faktor religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di perbankan syariah karena fokus kebutuhan mahasiswa saat ini (selama masa perkuliahan) hanya sekedar untuk menerima uang atau transfer dari orang tua, mengingat dokumentasi dari wawancara langsung kepada seluruh responden yaitu sebagian besar responden berasal dari pulau jawa (Sumatera, Sulawesi, Kalimantan dll) dimana masih minimnya fasilitas bank syariah yang disediakan dibuktikan dengan data sebaran Jaringan Kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Indonesia, Januari

2016. Sehingga dalam pemilihan antara bank syariah dan bank konvensional oleh mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY tidak didasarkan pada pertimbangan faktor religiusitas tetapi pertimbangan teknis, misalnya sebagai alat transfer uang dari orang tua.

Sebelumnya terdapat dari penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel religiusitas tidak secara signifikan mempengaruhi intensitas menabung masyarakat di bank syariah yang dikarenakan masyarakat saat ini dalam memilih jasa perbankan syariah lebih mengutamakan pada aspek yang bersifat ekonomi atau keuntungan dibandingkan aspek keagamaan dengan kata lain nasabah lebih mengutamakan ekonomi rationale dalam keputusan memilih bank syariah (Praji, 2011). Namun responden pada penelitian terdahulu adalah masyarakat sehingga tidak berpengaruhnya minat menabung disebabkan oleh aspek ekonomi sedangkan pada penelitian ini yang diambil adalah mahasiswa sehingga terdapat perbedaan alasan tidak berpengaruhnya minat menjadi nasabah.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah

Berdasarkan uji hipotesis, nilai koefisien variabel fasilitas sebesar -0.061 dengan tingkat probabilitas sebesar 0.674 yang dimana nilai probabilitas tersebut lebih besar dari *alpha* 0.05. Hal ini menunjukkan variabel fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Fasilitas yang disediakan bank syariah merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan para nasabah serta akan memperlancar dalam pelaksanaan suatu usaha. Didalam penelitian ini fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di perbankan

syariah karena mereka belum merasakan fasilitas yang disediakan oleh bank syariah sehingga fasilitas bukan menjadi variabel mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menabung atau menjadi nasabah di bank syariah hal ini didasarkan dengan posisi mereka sebagai orang yang terpelajar dan mengetahui resiko, keamanan, dan keberkahan bank syariah.

Sebelumnya terdapat dari penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel fasilitas secara signifikan mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah dimana fasilitas yang disediakan bank syariah akan menjadi tolak ukur apakah masyarakat akan memilih antara bank syariah atau bank konvensional (Imam, 2016). Namun berbeda pada penelitian ini fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah yang disebabkan responden dalam hal ini mahasiswa belum merasakan fasilitas yang ada pada bank syariah.

3. Pengaruh Pengetahuan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah

Berdasarkan uji hipotesis, nilai koefisien variabel pengetahuan sebesar 0.292 dengan tingkat probabilitas sebesar 0.008 yang dimana nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari α 0.05. Hal ini menunjukkan variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Pengetahuan merupakan suatu kelebihan yang dimiliki oleh seseorang, yang diperoleh dari pembelajaran atau pengalaman yang dialami secara langsung. Pengetahuan terdiri dari tahu (*know*), memahami (*comprehension*), aplikasi (*application*), analisis (*analysis*), sintesis (*synthesis*), dan evaluasi (*evaluation*). Dimana dengan adanya pengetahuan tersebut akan mempermudah seseorang untuk bersosialisasi dan mendapatkan apa yang dia inginkan, dan juga sebagai alat ukur untuk menentukan

pilihan dalam berbagai hal, salah satunya dalam memilih bank sebagai tempat menyimpan uang, khususnya menyimpan uang di bank syariah.

Didalam penelitian ini pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di perbankan syariah karena semakin luas pengetahuan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin mendorong mereka untuk menjadi nasabah bank syariah dan menggunakan produk dan jasa bank syariah. Mahasiswa EPI UMY telah banyak mempelajari dan banyak dibekali pengetahuan dan ilmu-ilmu tentang bank syariah, jadi secara tidak langsung kesuksesan dosen-dosen pengajar EPI UMY terbukti bisa diserap oleh mahasiswanya.

Kesimpulan ini sejalan dengan kesimpulan dari penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menjadi nasabah Bank Syariah yang ini dikarenakan pengetahuan yang dimiliki masyarakat tentang bank syariah sudah cukup luas karena diperoleh dari pembelajaran atau pengalaman yang mereka pahami (Dianto, 2016).

4. Pengaruh Promosi terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah

Berdasarkan uji hipotesis, nilai koefisien variabel promosi sebesar 0.329 dengan tingkat probabilitas sebesar 0.002 yang dimana nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari α 0.05. Hal ini menunjukkan variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Promosi Kegiatan mengkomunikasikan produk dan jasa perbankan syariah yang akan ditawarkan harus bisa menyakinkan nasabah sehingga nantinya mempengaruhi

keputusan nasabah untuk memilih bank syariah. Sesuai dengan teori marketing dalam mempromosikan produk-produk serta jasanya harus jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah sehingga akan menarik nasabahnya.

Didalam penelitian ini promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah karena dalam proses perkuliahan mahasiswa EPI UMY secara tidak langsung dosen-dosen pengajar telah memperkenalkan bank syariah, selebihnya lagi tim pengajar ada yang berasal dari pihak bank syariah itu sendiri. Semakin baik promosi yang dilakukan maka akan membuka wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah dimana dalam arti mengetahui secara teknis, konsep, mengetahui untung dan rugi, sistem bagi hasilnya, keunggulan, resiko serta seluk-beluk tentang bank syariah, telah disampaikan oleh dosen-dosen EPI UMY.

Kesimpulan ini sejalan dengan kesimpulan dari penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah yang ini dikarenakan Bank Syariah mampu mempromosikan produk-produk serta jasanya dengan jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah sehingga meningkatkan minat konsumen untuk menabung di Bank BPD DIY Syariah (Imam, 2016).

IV. PENUTUP

Penutup

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah Bank Syariah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi diatas nilai *alpha* ($\alpha = 0.05$). Fokus kebutuhan mahasiswa saat ini hanya sekedar untuk menerima uang atau transfer dari orang tua sehingga tidak didasarkan pada pertimbangan faktor religiusitas tetapi pertimbangan teknis, misalnya sebagai alat transfer uang dari orang tua.
2. Variabel fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi diatas nilai *alpha* ($\alpha = 0.05$). Mahasiswa belum merasakan fasilitas yang disediakan oleh bank syariah sehingga fasilitas bukan menjadi variabel mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menabung di bank syariah
3. Variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi dibawah nilai *alpha* ($\alpha = 0.05$). Mahasiswa EPI UMY telah banyak mempelajari dan banyak dibekali pengetahuan dan ilmu-ilmu tentang bank syariah sehingga pengetahuan mereka sudah luas dan banyak.
4. Variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi dibawah nilai *alpha* ($\alpha = 0.05$). Dosen-dosen pengajar telah memperkenalkan bank syariah, sehingga semakin baik promosi yang dilakukan maka akan membuka wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti akan menyampaikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak terkait. Adapun saran-saran yang dapat disimpulkam adalah sebagai berikut:

1. Bank syariah perlu melakukan harus meningkatkan promosi YANG optimal dan lebih baik lagi kepada calon nasabah agar lebih tertarik untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah.
2. Bagi tim pengajar atau dosen-dosen Ekonomi Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta agar lebih meningkatkan kualitas pengajarannya dalam hal ini memberikan pengetahuan yang lebih luas lagi tentang bank syariah kepada mahasiswa.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan islam khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti semaksimal mungkin mengusahakan sebuah penelitian yang sempurna, namun ternyata masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini, meliputi:

1. Objek penelitian yang tidak terlalu luas yaitu penelitian ini hanya di meneliti mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta semester lima dan tujuh.
2. Kuisisioner yang digunakan peneliti masih kurang sempurna dalam menggali informasi responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, H.A. 2016. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menabung di Bank Syariah di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ancok, Djamaludin dan Suroso, F.N. 2008. *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Islam.
- Anoraga, Pandji. 1995. *Dinamika Koperasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Antonio, S. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Apriani, Munica. 2011. *Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Arifin, Zainul. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aromasari, T. 1991. "Hubungan Antara Sikap terhadap Tabungan Berhadia dengan Minat Menabung Mahasiswa pada Bank di Beberapa Universitas di Yogyakarta". *Skripsi*. Universitas Gajah Mada.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Basuki, Agus Tri. 2015. *Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Dasis Bisnis.
- Basuki, Agus Tri dan Yuliadi, Imamudin 2015. *Ekonometrika (Teori dan Aplikasinya)*. Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani (MATAN).
- Dianto, Suwarna. 2016. "Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Empiris Pada Masyarakat di DIY). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Fetzer, John E. 1999. *Multidimensional Measurement of Religiousness/ Spirituality for use in Health*. Kalamazo: John E. Fetzer Insitute.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghufron, Sofiniyah. 2015. *Edukasi Profesional Syariah, Konsep dan Implementasi Bank Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Ghufron, M.N, & Risnawita, R. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Menggunakan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. 2003. *Ekonometri Dasar*, Terjemahan: Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga.
- Hantoro, S. 2005. *Kiat Sukses Berwirausaha*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.

- Imam, I.N. 2016. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah BPD DIY Syariah". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Istiqomah, Rahayu. 2015. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Salatiga untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah". *Skripsi*. STAIN Salatiga.
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kamarni, Neng. 2012. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan Dengan Bank Syariah". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* , Volume 3, Nomor 1, Januari 2012 ISSN : 2086 – 5031.
- Karim, Adiwarmarman. 2004. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2012. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., and Armstrong, A. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Lubis, Irsyad. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Medan: USU Press.
- Lupiyoadi, R., dan Hamdani, A., 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lestari, Alfi Mulikhah. 2015. "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Bank Syariah". *Skripsi*. Universitas Brawijaya.
- Mappiare, Andi. 1997. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Masruroh, Atik. 2015. "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah". *Skripsi*. STAIN Salatiga.
- Muhammad. 2005. "Permasalahan Agency dalam Pembiayaan Mudharabah pada Bank Syariah di Indonesia". *Disertasi*. Yogyakarta: UII Yogyakarta.
- Moeliono, Anton M, dkk. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nazaruddin, I., dan Basuki, A.T. 2015. *Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Nikmah, Zahrotun. 2013. "Pengaruh Dimensi Religiusitas Masyarakat Santri Desa Kajen Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati terhadap Minat Menabung". *Skripsi*. IAIN Walisongo.
- Notoatmodjo. 2005. *Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Otoritas Jasa Keuangan. Statistik Perbankan Syariah, <http://www.ojk.go.id/data-statistik-perbankan-syariah>. Diakses tanggal 17 Februari 2016.
- Pertiwi, Dita dan Ritonga, Haroni, D.H. 2012. "Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. No. 1.
- Potter, P., and Perry, A. 2005. *Buku Ajar Keperawatan: Konsep, Proses, dan Praktik*. Jakarta: Yasmin Asih et al, Edisi 4, EGC.
- Perwataatmadja, Karnaen dan Antonio, Muhammad S. 1992. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Praji, Vita W. 2011. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Prasetyo, R., dan Ihalauw, J. J. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Prawoto, Nano, dkk. 2014. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi dan Publikasi Karya Ilmiah*. Yogyakarta: UPFE UMY.
- Raharja, Dawan. 1999. *Islam dan Transformasi Sosial Ekonomi*. Jakarta: Lembaga Studi Agama dan Filsafat.
- Sahlan, Asmaun. 2011. *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di PERGURUAN Tinggi Islam*. Malang: UIN Maliki Pres.
- Sari, Retno S. 2016. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta)". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sudarsono, Heri. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto, M.M. 1985. *Nafsiologi*. Jakarta: Integritas Press.
- Sukardi dan Anwar. 1984. *Manfaat Menabung dalam Tabanas dan Taska*. Jakarta: Balai Aksara.
- Sutanto, A. 2002. *Kewiraswastaan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Syah, M. 2004. *Psikologi Belajar*. Bandung: Grafindo Persada.
- Syofian, Siregar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Tika, Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Thouless, H. Robert. 1995. *Pengantar Psikologi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.

- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wawan, A., dan Dewi, M. 2011. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan Sikap, dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Wibowo, E., dan Widodo, U. H. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widiastini. 2014. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Pada Bank Syariah”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metodologi Penelitian : Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- _____. 2015. *Panduan Akademik 2015/2016 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. Yogyakarta: Biro Akademik UMY.