



Sharef
<https://journal.unisnu.ac.id/jsef>
ISSN:
Volume: 1
DOI:

Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Siswa Jurusan Perbankan Syariah SMK N 3 Jepara

Abdul Latif Dwi Cahyo
SMK N 3 Jepara, Indonesia
abdullatifdcahyo@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the effect of literacy, promotion, and religiosity on interest in saving in Islamic banking. The population in this study amounted to 141, the method of determining the sample using Slovin and obtained the number of 59 respondents. This research is a quantitative type of field. The data obtained were tested for validity, reliability test, and classical assumption test. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with hypothesis testing t and F test. The results of the t test show that literacy and religiosity variables have no significant effect on interest in saving, while promotion variables have a significant effect on interest in saving. The results of the F test show that all independent variables simultaneously have a significant effect on interest in saving in Islamic banking.

Keyword: Literacy, Promotion, Religiosity, Saving Interest

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi, promosi, dan religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 141, metode penentuan sampel menggunakan Slovin dan diperoleh jumlah 59 responden. Penelitian ini merupakan tipe kuantitatif lapangan. Data yang diperoleh dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis t dan uji F . Hasil uji t menunjukkan variabel literasi dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, sementara variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Hasil uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.

Kata Kunci: Literasi, promosi, religiusitas, minat menabung

PENDAHULUAN

Tingginya pertumbuhan lembaga keuangan syariah mendatangkan konsekuensi kebutuhan sumber daya manusia (SDM) yang memadai (Nuruddin 2010). Di tingkat perguruan tinggi, beberapa Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi

History of Article
Received
Accepted
Published

✉Corresponding author :
Address:
E-mail:

Swasta (PTS) membuka program studi perbankan syariah dan ekonomi syariah. Di tingkat Pendidikan menengah tepatnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki jurusan Perbankan Syariah. SMK N 3 Jepara memiliki jurusan Perbankan Syariah. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan peneliti, jumlah siswa yang memiliki tabungan di lembaga keuangan syariah dan konvensional dapat dilihat di Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil Observasi Siswa Jurusan Perbankan Syariah SMK Negeri 3 Jepara Angkatan 2018-2020

No.	Kelas	Memiliki Tabungan		Jenis Tabungan	
		Ya	Tidak	Syariah	Konvensional
1	X	3	24	1	2
2	XI	19	39	14	5
3	XII	20	14	18	2
Jumlah		42	77	33	9

Berdasarkan tabel 1 tentang hasil observasi siswa Jurusan Perbankan Syariah SMK Negeri 3 Jepara Angkatan 2018-2020, siswa yang memiliki tabungan di bank ada 35,3% dari 119 siswa yang memberikan respons. Siswa yang menggunakan bank syariah ada 27,7% dan 7,6% menggunakan bank konvensional. Serta siswa yang tidak memiliki tabungan ada 64,7%. Data tersebut menunjukkan siswa yang memiliki tabungan tidak ada setengah dari jumlah populasi. Rendahnya kepemilikan tabungan mengindikasikan siswa di SMK tersebut belum mengakses produk lembaga keuangan yang paling sederhana yaitu tabungan. SMK N 3 Jepara merupakan sekolah kejuruan yang memiliki jurusan bisnis dan keuangan. Jika siswa di sekolah tersebut memiliki literasi keuangan yang rendah, maka besar kemungkinan di sekolah lain yang tidak memiliki jurusan bisnis dan keuangan, juga mengalami hal serupa.

Menurut (OJK, n.d.) literasi keuangan adalah pengetahuan, ketrampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan.

Pesatnya pertumbuhan lembaga keuangan syariah juga membuat beberapa kalangan masyarakat menggunakan produk lembaga keuangan syariah. Beberapa peneliti terdahulu mengkaitkan religiusitas dengan minat menabung di bank syariah diantaranya (Mardiana, Thamrin, and Nuraini 2021) dan (Suprihati, Sumadi, and Tho'in 2021).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menabung di bank syariah adalah promosi. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan suatu lembaga untuk menarik orang lain mengikuti apa yang dipromosikan. Dalam konteks ini, promosi bank syariah dilakukan bertujuan untuk menarik minat masyarakat agar menjadi nasabah di bank syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi, religiusitas dan promosi terhadap minat menabung di perbankan syariah. Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)(Keuangan 2020) tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan mencapai 38,03%. Angka tersebut meningkat dibanding hasil survei OJK 2016 yaitu indeks literasi keuangan 29,7%.

KAJIAN PUSTAKA

Literasi

Secara sederhana, literasi dapat diartikan sebagai kemampuan membaca dan menulis. Literasi keuangan menurut (OJK, n.d.) merujuk pada pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan terdapat di dalamnya aspek pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang pada akhirnya ditunjukkan dengan sikap dan perilaku terhadap produk dan layanan lembaga keuangan. Aspek literasi keuangan diantaranya:

- 1) Pemahaman pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi;
- 2) Tabungan dan pinjaman;
- 3) Asuransi;
- 4) Investasi.

Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang bagus, mengetahui definisi dan manfaat

mengenai 4 unsur di atas.

(Margaretha and Sari 2015) membuat tingkatan literasi keuangan ke dalam 5 tingkat yaitu:

- 1) Kebijakan seseorang dalam menggunakan sumber daya keuangan yang dimilikinya;
- 2) Kemampuan menentukan sumber pengeluaran;
- 3) Mengelola resiko jiwa dengan kepemilikan terhadap produk asuransi; dan
- 4) Kemampuan dalam memiliki aset yang dimiliki;
- 5) Mempersiapkan masa pensiun menggunakan sumber daya keuangan yang dimiliki saat ini.

Religiusitas

Religiusitas adalah suatu kesatuan unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama (being religious), dan bukan sekedar mengaku mempunyai agama (having religious). Religiusitas meliputi pengetahuan agama, pengalaman agama, perilaku (moralitas) agama, dan sikap sosial keagamaan.

Religiusitas menjadi alasan kuat mengapa seseorang melakukan dan tidak melakukan sesuatu. Menurut (Ancok and Suroso 2008) dibagi menjadi 5 bagian:

- 1) Keyakinan (ideologis), merujuk pada sampai sejauh mana seseorang menerima beberapa hal dalam agamanya;
- 2) Agama (ritualistik), menunjukkan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban yang diajarkan pada semester tersebut.
- 3) Pengalaman, perasaan seseorang atas kejadian yang dialaminya. Dimensi pengalaman mengacu pada bagaimana respon seseorang setelah mengerjakan sesuatu yang diperintahkan;
- 4) Pengetahuan agama (*intellectual*), mengukur pemahaman individu mengenai agama yang dianutnya
- 5) Konsekuensi, seberapa jauh perilaku seseorang dalam kehidupan sosialnya.

Promosi

Promosi merupakan upaya pemasaran yang dilakukan melalui media dan non media untuk merangsang rasa coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen dan/atau untuk memperbaiki kualitas produk. Promosi menjadi sarana yang efektif untuk menarik dan mempertahankan nasabah. (Aisyah and Riyadi 2020)

menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi minat menabung di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel literasi, promosi, dan religiusitas sebagai variabel independen terhadap variabel minat menabung di perbankan syariah sebagai variabel dependen. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data primer didapatkan dari hasil kuesioner yang di isi oleh responden yang disebarakan secara langsung dan melalui *link Googleform*. dengan menggunakan skala likert 5 tingkat. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMK Negeri 3 Jepara yang berjumlah 141 siswa. Selanjutnya, dari jumlah tersebut ditarik sampel menggunakan rumus Slovin dan dengan derajat kesalahan 10% dan didapatkan 59 responden sebagai sampel.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Data hasil kuesioner selanjutnya diolah menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan 3 variabel independen meliputi Literasi, Promosi, dan Religiusitas terhadap 1 variabel dependen yaitu variabel minat menabung. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan 3 variabel independen meliputi Literasi, Promosi, dan Religiusitas terhadap 1 variabel dependen yaitu variabel minat menabung. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	<i>Unstandardized</i> B	t	Sig
(Constant)	3,444	1,764	0,083
Literasi	0,206	1,765	0,083

Promosi	0,248	2,522	0,015
Religiusitas	0,006	0,056	0,956

Dari tabel 2 tentang hasil analisis regresi linier berganda, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y=3,444 + 0,206X1 + 0,248X2 + 0,006X3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier tersebut di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. $a = 3,444$ menyatakan bahwa tanpa adanya variabel literasi, promosi dan religiusitas maka minat menjadi nasabah bank syariah mengalami peningkatan sebesar 3,444.
2. $X1 = 0,206$ menyatakan bahwa jika literasi bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka minat menabung di perbankan syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,206 atau dengan persentase sebesar 20,6% dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel literasi bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi literasi maka semakin meningkatkan minat menabung di perbankan syariah.
3. $X2 = 0,248$ menyatakan bahwa jika promosi bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka minat menabung di perbankan syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,248 atau dengan persentase sebesar 24,8% dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel promosi bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi promosi maka semakin meningkatkan minat menabung di perbankan syariah.
4. $X3 = 0,006$ menyatakan bahwa jika religiusitas bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka minat menabung di perbankan syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,006 atau dengan persentase sebesar 0,6% dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel religiusitas bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi religiusitas maka semakin meningkatkan minat menabung di perbankan Syariah.

Tabel 3. Hasil uji signifikansi simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.075	3	22.358	7.239	.000 ^b
	Residual	169.874	55	3.089		
	Total	236.949	58			

a. Dependent Variable: Minat Menabung Di Perbankan Syariah Y1

b. Predictors: (Constant), Religiusitas X3, Promosi X2, Literasi X1

Uji F ini diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan untuk mengetahui ketepatan model regresi yang digunakan. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah literasi, promosi, dan religiusitas, serta variabel dependen adalah minat menabung di Perbankan Syariah. Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.16 diperoleh nilai F hitung sebesar 7,239 > F tabel (3,165) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat.

Tabel 4. Hasil Uji koefisien determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.532 ^a	.283	.244	1.757

Uji R² digunakan untuk mengetahui seberapa jauh proporsi variasi variabel-variabel independen dapat menerangkan dengan baik variabel dependennya. Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4. dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,283 yang berarti variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 28,3%. Hal ini berarti variabel-variabel independen meliputi literasi, promosi, dan religiusitas mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah sebesar 28,3% sedangkan sisanya sebesar 71,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji T

Variabel	<i>Unstandardized</i>	t	Sig
	B		
(Constant)	3,444	1,764	0,083
Literasi	0,206	1,765	0,083
Promosi	0,248	2,522	0,015
Religiusitas	0,006	0,056	0,956

Uji t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan kriteria pengujian jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $p\text{-value} < \alpha$ maka H_0 ditolak.

1. Hasil analisis uji t untuk variabel literasi diperoleh nilai t hitung sebesar $1,765 < t$ tabel (2,002) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, yang artinya literasi tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di perbankan syariah.
2. Hasil analisis uji t untuk variabel promosi diperoleh nilai t hitung sebesar $2,522 > t$ tabel (2,002) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka H_2 diterima dan H_0 ditolak, yang artinya promosi berpengaruh positif terhadap minat menabung di perbankan syariah.
3. Hasil analisis uji t untuk variabel religiusitas diperoleh nilai t hitung sebesar $0,056 < t$ tabel (2,002) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka H_3 ditolak dan H_0 diterima, yang artinya religiusitas tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di perbankan syariah.

Pembahasan

1. Pengaruh literasi (X1) terhadap minat menabung siswa SMK di Perbankan Syariah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian variabel literasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,083 yang mana nilai ini lebih besar dari 0,05 ($0,083 > 0,05$) dan memiliki nilai t hitung sebesar $1,765 < t$ tabel (2,002). Hasil ini menjelaskan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Y).

Persamaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nuraeni and Umaryati 2018) menyatakan bahwa literasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Sedangkan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung siswa di perbankan syariah. Pada kurikulum pembelajaran SMK Jurusan Perbankan Syariah untuk mata pelajaran muatan peminatan kejuruan baru diajarkan pada saat kelas XI dan XII, sedangkan untuk mata pelajaran setingkat SLTA masih berorientasi pada kurikulum muatan nasional yang diajarkan dari kelas X sampai XII. Dengan demikian literasi yang didapatkan pada siswa SMK Jurusan Perbankan Syariah berada pada tingkat menengah dan belum mampu untuk mempengaruhi siswa secara signifikan dalam pengambilan keputusan menabung di perbankan syariah.

2. Pengaruh promosi (X2) terhadap minat menabung siswa SMK di perbankan Syariah (Y).

Berdasarkan hasil pengujian variabel promosi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,015 yang mana nilai ini kurang dari 0,05 ($0,015 < 0,05$) dan memiliki nilai t hitung sebesar $2,522 > t$ tabel (2,002). Hasil ini menjelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Y).

Hasil ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Khotimah 2018) mengenai variabel promosi, bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.

3. Pengaruh religiusitas (X3) terhadap minat menabung siswa SMK di perbankan syariah (Y).

Berdasarkan hasil pengujian variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,956 yang mana nilai ini lebih besar dari 0,05 ($0,956 > 0,05$) dan memiliki nilai t hitung sebesar $0,056 < t$ tabel (2,002). Hasil ini dapat menjelaskan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Religiusitas (X3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Y).

Dalam penelitian ini religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah. Tidak berpengaruhnya religiusitas siswa SMK pada minat untuk menabung di perbankan syariah bukan berarti tidak mau, tetapi lebih pada kemudahan dan ketersediaan dana untuk ditabung. Pada dasarnya sumber dana yang dimiliki siswa SMK berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua, dengan kisaran dana Rp. 10.000 s/d Rp. 20.000 uang saku siswa SMK merasa belum ada produk perbankan syariah yang belum benar-benar cocok dan mudah digunakan untuk siswa SMK.

4. Pengaruh literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menabung siswa SMK di perbankan syariah (Y).

Terdapat pengaruh yang signifikan antara Literasi (X1) Promosi (X2) Religiusitas (X3) secara simultan terhadap minat menabung di Perbankan Syariah (Y). dibuktikan dengan hasil perhitungan dari data tabel 4.16, dimana nilai Fhitung sebesar 7,239 dan Ftabel sebesar 3,165 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jadi dapat diketahui bahwa Fhitung $7,239 > Ftabel$ 3,165 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa Variabel Literasi (X1), Promosi (X2), Religiusitas (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif serta pembahasan data penelitian yang telah dilakukan diatas maka dapat diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Literasi (X1) siswa SMK Negeri 3 Jepara Jurusan Perbankan Syariah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Y).
2. Variabel Promosi (X2) siswa SMK Negeri 3 Jepara Jurusan Perbankan Syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Y).
3. Variabel Religiusitas (X3) siswa SMK Negeri 3 Jepara Jurusan Perbankan Syariah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Y).
4. Variabel Literasi (X1), Promosi (X2), Religiusitas (X3) siswa SMK Negeri 3 Jepara Jurusan Perbankan Syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Y).

REFERENSI

- Aisya, Sitti, and Yohansyah A Riyadi. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah." *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business* 2 (1): 16–33. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>.
- Ancok, D, and F. N Suroso. 2008. *Psikologi IslamL Solusi Atas Problem-Problem Psikologi*.

Yogyakarta.

Keuangan, Otoritas Jasa. 2020. “Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2019.”

Khotimah, Nurul. 2018. “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik).” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* 5 (1).

Mardiana, Eva, Husni Thamrin, and Putri Nuraini. 2021. “Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru.” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 4 (2): 512–20. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8309](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309).

Margaretha, Farah, and Siti May Sari. 2015. “Faktor Penentu Tingkat Literasi Keuangan Para Pengguna Kartu Kredit Di Indonesia.” *Jurnal Akuntansi Dan Investasi* 16 (2): 132–44.

Nuraeni, Neng Sri, and Siti Umaryati. 2018. “Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Islam Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa IPS Uin Syarif Hidayatullah Jakarta).” *I-Finance* 4 (2).

Nuruddin, Amiur. 2010. “SDM Berbasis Syariah.” *Tsaqafah* 6 (1): 27. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v6i1.137>.

OJK, Otoritas Jasa Keuangan. n.d. “Literasi Keuangan.”

Suprihati, Suprihati, Sumadi Sumadi, and Muhammad Tho’in. 2021. “Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Koperasi Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7 (1): 443. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>.