

ANALISIS PENGETAHUAN, PROMOSI DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA

Oleh :

Riza Rizki Faozan Syakur¹⁾, Johan Arifin²⁾

^{1,2} UIN Walisongo Semarang

¹email: rizarizki@walisongo.ac.id

²email: ja@walisongo.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 30 Oktober 2025

Revisi, 18 November 2025

Diterima, 15 Desember 2025

Publish, 15 Januari 2026

Kata Kunci :

Bank Syariah Indonesia,

Motivasi,

Pengetahuan,

Promosi.



ABSTRAK

Sistem perbankan Bank Syariah didasarkan pada Syariah (hukum Islam). Peraturan yang melarang meminjam atau mengambil uang dengan bunga atau riba mendorong upaya untuk membangun sistem ini. untuk mengetahui bagaimana dorongan, promosi, dan pengetahuan berdampak keinginan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Ngaliyan. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan hasil dengan menggunakan metode statistik. Para peneliti ingin mempelajari seluruh populasi Ngaliyan untuk populasi penelitian ini. Sebagian dari karakteristik populasi dan ukurannya adalah sampelnya. dipengaruhi secara signifikan oleh keinginan pelanggan Bank Syariah Indonesia untuk menabung. sesuai uji koefisien determinasi Adjusted R square, minat menabung pada Bank Syariah Indonesia pada Ngaliyan Semarang ditentukan oleh persentase sebanyak 61,1%.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Nama: Riza Rizki Faozan Syakur

Afiliasi: UIN Walisongo Semarang

Email: rizarizki@walisongo.ac.id

1. PENDAHULUAN

Dari UU Republik Indonesia angka 10 tahun 1998 mengenai perbankan yang disahkan di bertepatan pada 10 November 1998, bank dimaksud selaku usaha yg mengambil duit dari rakyat awam serta memberikannya kepada publik pada rangka menunjang tingkatkan tingkatan hidup public (Kasmir, 2012: 63).

Bank konvensional serta syariah maksudnya 2 sistem perbankan yg tersaji pada Indonesia. Bank syariah didefinisikan pada Undang- Undang no 21 Tahun 2008 hal Perbankan Syariah jadi bank yg mendasarkan kegiatannya pada prinsip- prinsip syariah, alias sila peraturan Islam yang dituangkan dalam fatwa MUI. Universalisme (alamiyah), kemaslahatan (maslahah), keadilan dan penyeimbang (adl wa tawazun), serta penolakan terhadap gharar, maysir, riba, serta hal- hal tidak adil dan terlarang yang lain terhitung pada antara prinsip- prinsip tadi. Berikutnya bersumber pada UU Perbankan Syariah, bank syariah harus berperan jadi baitul mall. memakai sebutan Lain, mereka berwenang memperoleh ZIS, hibah, ataupun dana sosial yang lain dan mentransfernya kepada

nazhir, pengelola wakaf, sinkron memakai kemauan wakaf.

Mempraktikkan aksi korporasi yakni galat satu metode buat memesatkan pertumbuhan perbankan syariah. Sebagian bank syariah mempraktikkan strategi ini, antara lain Bank Syariah mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. dalam sejarahnya, ketiga bank tadi manunggal mendirikan Bank Syariah Indonesia (BSI) di 1 Februari 2021. dengan merger ini, kelebihan dari 3 bank syariah hendak digabungkan buat menaikkan layanan, jumlah nasabah, dan kapasitas permodalan.

Tabel 1 Rasio Keuangan CAR dan NPF

URAIAN	2023	2022	2021
Capital Adequacy Ratio (CAR)	21,04	20,29	22,09
Non Performing Financing (NPF) gross	2,08	2,42	2,93
Non Performing Financing (NPF) net	0,55	0,57	0,87

Sumber : Laporan Tahunan 2023 PT Bank Syariah Indonesia

Menurut Lukman Dendawijaya (2009:121), berdasarkan Data I di atas, CAR adalah rasio yang menggambarkan bagian dari aset bank yang berisikan komponen berisiko, seperti kredit, investasi, sukuk, dan

tagihan bank lain, yang sebagian besar didanai sendiri oleh bank dan sebagian besar didanai dari sumber luar. Nilai CAR Keuangan Bank Syariah Indonesia tahun 2021, 2022, dan 2023 masing-masing sebesar 22,09%, 20,29%, dan 21,04%. Salam hangat untuk tahun 2021–2023.

Tingginya tingkat pembiayaan ditunjukkan dengan rasio Non Performing Financing (NPF). Selain itu, NPF yang tinggi juga menunjukkan bahwa prosedur penyaluran pembiayaan pada bank syariah kurang berkualitas (Mahardika, 2015, 179). Pada tahun 2021, 2022, dan 2023, nilai non-performing financing bruto Bank Syariah Indonesia masing-masing sebesar 2,93%, 2,42%, dan 2,08%. Sementara itu, nilai bersih pembiayaan bermasalah Bank Syariah Indonesia sebesar 0,87% pada tahun 2021, 0,57% pada tahun 2022, dan 0,55% pada tahun 2023.

Tabel II Jumlah Kantor Bank Syariah Indonesia

KANTOR BANK SYARIAH INDONESIA	2023	2022	2021
Kantor Wilayah	10	10	10
Kantor Cabang (KC)	153	153	272
Kantor Cabang Luar Negeri (KCLN)	1	0	0
Kantor Cabang Pembantu (KCP)	886	959	985
KCP Mobile (dhi: MKK)	60	60	0
Kantor Fungsional (KF)	91	96	34
Kantor Kas (KK)	0	0	74
Payment Point (PP)	0	0	179
Konter Layanan Priority	20	16	11
Layanan Gadaai	765	734	530
Anjungan Tunai Mandiri (ATM)	2.571	2.548	2.618

Sumber: Laporan Tahunan 2023 PT Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan Data II yang menggambarkan pertumbuhan Kantor Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021 hingga 2023, masih terdapat 10 kantor wilayah, namun kini berjumlah 153 kantor cabang, turun dari 272 pada tahun 2021, 2022, dan 2023. Kantor Cabang Luar Negeri Terdapat satu Kantor Cabang Luar Negeri pada tahun 2021; pada tahun 2022, tidak ada. Jumlah kantor pelayanan prioritas bertambah dari 11 pada tahun 2021 menjadi 16 pada tahun 2022 dan 20 pada tahun 2023. Jumlah pegadaian meningkat dari 530 pada tahun 2021 menjadi 734 pada tahun 2022 dan 765 pada tahun 2023.

Tabel III Pertumbuhan Kinerja Dalam %

Indikator	Bank Syariah Indonesia	Perbankan Syariah	Perbankan Nasional
Aset	15,67	11,21	5,91
Pembiayaan	15,70	15,72	10,37
Dana Pihak Ketiga	12,35	10,49	3,82
Ekuitas	15,62	8,66	9,17
Laba Bersih	33,88	7,94	19,63

Sumber : Laporan Tahunan 2023 PT Bank Syariah Indonesia

Data III Performance Growth membandingkan pertumbuhan kinerja perbankan syariah dan perbankan nasional menunjukkan Bank Syariah Indonesia mengungguli aset 15,67%, dana pihak ketiga 12,35%, ekuitas 15,62%, dan laba bersih 33,88%. Ini memberikan peluang besar bagi masyarakat, terutama

umat Islam, untuk memanfaatkan sepenuhnya layanan perbankan syariah karena bank ini memiliki kemampuan untuk membangun ekonomi dan mendukung pertumbuhan ekonomi dimasa depan nanti secara baik dan stabil. Bank konvensional dan syariah (juga dikenal sebagai bank syariah) tidak menerapkan konsep bank konvensional yaitu sistem bunga. Baik skema hasil maupun fakta bahwa bank syariah adalah bank syariah sudah diketahui masyarakat luas. Pendapat Miftakhur dan Wahyuni Salah satu institusi keuangan adalah bank syariah, yang melakukan hal-hal seperti mengumpulkan uang, menyebarkan, dan memberikan layanan. Pertimbangan agama menjadi faktor penting dalam mendorong masyarakat untuk memanfaatkan layanan perbankan yang berbasis syariah. Selain itu, orang yang tidak tahu tentang Lembaga keuangan syariah seperti perbankan islam disarankan untuk menabung di bank syariah.

Keinginan masyarakat terhadap sistem keuangan alternatif yang memberikan layanan perbankan sesuai prinsip syariah tercermin dari lahirnya bank syariah di Indonesia. Syariah (hukum Islam) berfungsi sebagai landasan bagi sistem perbankan Bank Syariah. Pemberlakuan tabu Islam terhadap memungut atau meminjam dengan bunga atau riba, mendorong upaya untuk membangun sistem ini. Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2004 mengenai Bunga Bank melarang bunga bank yang berisikan riba, semakin mendukung posisi ulama di Indonesia. Spesifik, angka satu menyatakan, "Mudahnya akses lembaga keuangan dalam bertransaksi berdasarkan perhitungan bunga tidak diizinkan dilokasi yang didalamnya atau sekitarnya didapati kantor atau jaringan Lembaga keuangan syariah."

Kecamatan Ngaliyan berada di Provinsi Jawa' Tengah, Indonesia. Ini bedekatan dengan ibu kota central java yaitu Semarang city. Wilayah tersebut memiliki garis perbatasan dengan 3 wilayah yaitu Mijen, Semarang Barat, dan Tugu'. Sebelum dipecah menjadi kecamatan tersendiri, Ngaliyan adalah wilayah satu kesatuan dengan Kecamatan Tugu. Namun, karena luasnya dan potensi pengembangannya, Ngaliyan akhirnya dijadikan kecamatan. Ngaliyan terletak berdekatan dengan pusat kota Semarang dan berfungsi sebagai jembatan antara Semarang dan Kendal. Lokasinya sangat strategis. Properti ini juga bebas banjir karena letaknya yang tinggi.

Tabel IV Jumlah Kepala Keluarga di Kecamatan Ngaliyan Semarang 2023

NO	KELURAHAN	KEPALA KELUARGA
1	Podorejo	3238
2	Wates	1941
3	Bringin	5537
4	Ngaliyan	4449
5	Bambankerep	2043
6	Kalipancur	6794
7	Purwoyoso	5328
8	Tambakaji	6942
9	Gondoriyo	2437
10	Wonosari	7837
	Total	46546

Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Semarang- Kecamatan Ngaliyan (Disdukcapil)

Data IV, Jumlah Kepala Keluarga di kecamatan Ngaliyan semarang tahun 2023, Podorejo 3238 Kepala Keluarga, Wates 1941 Kepala Keluarga, Bringgin 5537 Kepala Keluarga, Ngaliyan 4449 Kepala Keluarga, Bambankerep 2043 Kepala Keluarga, Kalipancur 6794 Kepala Keluarga, Purwoyoso 5328 Kepala Keluarga, Tambakaji 6942 Kepala Keluarga, Gondoriyo 2437 Kepala Keluarga, Wonosari 46546 Kepala Keluarga.

Kurangnya kesadaran publik terkait perbankan syariah, terutama mengingat dominasi bank konvensional, menjadi penyebab perilaku masyarakat dalam menilai bank syariah. Kemudian, Peraturan perundang-undangan belum lengkap untuk mendukung kegiatan perbankan syariah. Selain itu, teknologi perbankan syariah, jaringan layanan, dan sumber daya manusianya masih terbatas.

Hasil dari mengetahui adalah pengetahuan. Dengan demikian, pengetahuan pada hakikatnya adalah hasil pencarian manusia terhadap kebodohan. Dengan kata lain, pengetahuan adalah kumpulan manifestasi misterius dari permasalahan awal.

KBBI mengartikan pengetahuan sebagai sesuatu yang dipahami sehubungan dengan proses belajar. Berbagai unsur motivasi dan variabel luar, seperti ketersediaan sumber informasi dan keadaan sosiokultural, berdampak pada proses pembelajaran ini.

Promosi menurut Kotler dan Armstrong 2014:77 diartikan sebagai tindakan yang menyampaikan manfaat produk dan mempengaruhi target pasar untuk membelinya. Promosi menurut definisi ini adalah suatu tindakan yang menyampaikan keunggulan suatu produk dan meyakinkan pelanggan sasaran untuk membelinya.

Menurut Lupiyoadi (2001) dalam (Astuti, 2013), Bank menggunakan promosi sebagai taktik dan strategi pemasaran untuk mendidik konsumen tentang penawaran mereka sehingga mereka dapat membuat pilihan yang sesuai mereka inginkan.

Kekuatan yang mendorong dan mendorong seseorang untuk mengambil tindakan guna mencapai suatu tujuan dalam contoh ini, manfaat dikenal sebagai motivasi. Motivasi perlu mendapat perhatian khusus dalam industri perbankan karena selalu mempengaruhi proses perolehan nasabah yang lebih banyak. karena motivasi dapat memengaruhi proses dan kemajuan perbankan. Motivasi adalah syarat paling penting untuk menumbuhkan klien. Ini tidak akan berhasil jika pelanggan tidak diberi insentif untuk menabung di bank syariah. Perbankan, misalnya, menyiapkan fasilitas layanan. Pelanggan mungkin menyukai fasilitas ini sebagai contoh pelayanan pelanggan yang baik, kualitas, kenyamanan, kepercayaan, menguntungkan satu sama lain, serta fasilitas pendukung lainnya, tetapi semuanya akan sia-sia tanpa insentif.

Ada hubungan antara motivasi dan minat; semakin termotivasi seorang konsumen, semakin tertarik mereka untuk menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu, dari penjelasan sebelumnya Ada kemungkinan bahwa motivasi adalah satu komponen yang memengaruhi minat.

Menabung merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi suatu kebutuhan dan memberikan rasa aman di masa depan. Menabung merupakan suatu kegiatan yang memerlukan kemauan individu untuk menyisihkan uangnya dan menyimpannya di rekening bank. Minat seseorang dapat berkembang melalui proses yang melibatkan interaksi dengan lingkungan sekitar dan perhatiannya.

Keinginan, kemauan, atau kecenderungan kuat seseorang terhadap apa pun yang mempengaruhi keputusan menabung disebut minat menabung. Secara teori, minat untuk menabung dimulai dengan motivasi atau dorongan internal yang besar, yang dapat berasal dari rangsangan lingkungan atau komersial. Sebelum memutuskan untuk menabung, keinginan tersebut dianalisis terlebih dahulu secara internal sesuai dengan karakter seseorang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan hasil dengan menggunakan metode statistik. Peneliti memilih populasi sebagai kategori luas yang terdiri dari elemen atau individu yang dipilih untuk diperiksa dan dari mana kesimpulan akan dibuat karena masing-masing memiliki karakteristik tertentu. Peneliti ingin mempelajari masyarakat Ngaliyan secara keseluruhan sebagai populasi penelitian. Populasi terdiri dari sampel. Dalam penelitian ini, sampel diambil acak proporsional, juga dikenal sebagai sampel acak dari populasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Ditemukan tabel yang memiliki tingkat signifikansi 5% (0,05) sebesar 0,1663 pada 100 responden. Jadi $df = 100 - 3 = 97$.

Tabel V Validitas X1

PERYATAAN	NILAI r Tabel	Nilai r Hitung	Keterangan
X1.1	0.1663	0.646	Valid
X1.2	0.1663	0.706	Valid
X1.3	0.1663	0.692	Valid
X1.4	0.1663	0.812	Valid
X1.5	0.1663	0.772	Valid
X1.6	0.1663	0.720	Valid
X1.7	0.1663	0.443	Valid

Tabel IV memperlihatkan bahwa nilai r pada tabel tersebut adalah lebih dari 0,1663. Oleh karena itu, r tabel, yang dihitung berdasarkan uji t dengan $\alpha = 0,05$, dianggap valid karena nilainya lebih dari 0,1663. Nilai r untuk koefisien pengetahuan adalah 0,646, 0,706, 0,692, 0,812, 0,772, 0,720, dan 0,443.

Tabel VI Validitas X2

PERYATAAN	NILAI r Tabel	Nilai r Hitung	Keterangan
X2.1	0.1663	0.552	Valid
X2.2	0.1663	0.774	Valid
X2.3	0.1663	0.745	Valid
X2.4	0.1663	0.809	Valid
X2.5	0.1663	0.630	Valid

Nilai koefisien promosi r sebesar 0,1663 ditunjukkan dalam Tabel V dengan nilai masing-masing 0,552, 0,774, 0,745, 0,809, dan 0,630,

masing-masing. Tabel r diperoleh dari uji-t $\alpha = 0,05$, yang dianggap valid karena melebihi 0,1663. Oleh karena itu, semua alat yang sah dapat digunakan untuk menghitung variabel Promosi.

Tabel VII Validitas X3

Pernyataan	Nilai r Tabel	Nilai r Hitung	Keterangan
X3.1	0.1663	0.709	Valid
X3.2	0.1663	0.709	Valid
X3.3	0.1663	0.828	Valid
X3.4	0.1663	0.877	Valid
X3.5	0.1663	0.814	Valid

Karena pada variabel motivasi sebesar 0,709, 0,799, 0,828, 0,877, dan 0,814 serta nilai r tabel diatas sebesar 0,1663 maka Data VI sah. Setiap instrumen telah dianggap sah dan layak digunakan sebagai alat ukur faktor motivasi.

Tabel VIII Validitas Y

PERNYATAAN	NILAI r TABEL	NILAI r HITUNG	KETERANGAN
Y1	0.1663	0.859	Valid
Y2	0.1663	0.894	Valid
Y3	0.1663	0.794	Valid

Karena nilai r pada tabel di atas adalah 0,1663 dan nilai r hitung untuk Variabel Y adalah 0,859, 0,894, dan 0,794, maka Data VII adalah asli. Hal itu dianggap sah.

1) Uji Reabilitas

Reliabilitas dari kuesioner yang berfungsi sebagai indikasi variabel konstruk dinilai. Sebuah survei dianggap dapat diandalkan jika tanggapannya konsisten atau stabil sepanjang waktu. Selain itu, konstruk atau variabel yang menghasilkan Corbac'h Alpha lebih dari 0,70 dianggap dapat diandalkan (Ghozali, 2016:47).

Tabel IX Uji Reabilitas

No	PERYATAAN	Cronbach's Alpha
1	Pengetahuan	0.813
2	Promosi	0.747
3	Motivasi	0.859
4	Minat Menabung	0.805

Sebagai hasil dari uji reliabilitas data IX, variabel penelitian dianggap dapat diandalkan karena nilai Alpha Cronbach mereka di atas nilai standar, yaitu di atas 0,70.

2) Uji Normalitas

Tabel X One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Understandar dized Residual	
N	Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
		Std. Deviation	1.56079023
Most Extreme Differences	Absolute		.064
	Positive		.058
Test Statistic	Negative		-.064
	Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-Sig. tailed) ^e			.393
	99% Interval	Confidie nceLower Bound	.381
		Upper Boun	.406

d

- Test distribution is normal
- Calculated from data
- Lilliefors Significance corrections
- This is a lower bound of the true significance
- Lilliefors' method based on 10000 monte carlo samples with starting seed 2000000.

Mengingat ambang batas signifikansi yang tersisa adalah 0,200 yang lebih tinggi dari 0,05, maka dengan itu dikatakan bahwa sebaran data di model penelitian tersebut adalah normal.

3) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Pengaruh parsial variabel eksogen terhadap variabel endogen dipastikan melalui pengujian hipotesis secara parsial. Tabel berikut menyajikan temuan dari pengujian hipotesis parsial:

Tabel XI Uji T

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.417	.930		-.448	.655
	Pengetahuan	.119	.062	.217	1.932	.056
	Promosi	.146	.069	.220	2.133	.035
	Motivasi	.301	.072	.424	4.169	.000
a. Dependent Variable: Minat Menabung						

a. Pengertian Variabel X1

Koefisien pengetahuan t hitung adalah 1,932, dan nilai signifikannya 0,056 lebih besar dari 0,05. Jadi, variabel minat menabung pada Bank Syariah Indonesia Ngaliyan tidak dipengaruhi oleh variabel pengetahuan.

b. Variabel Promosi X2

Tingkat signifikansi 0,035 kurang dari 0,05, dan koefisien promosi 2,133. Dengan demikian, variabel minat menabung pada Bank Syariah Indonesia Ngaliyan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel promosi.

c. Variabel Motivasi X3.

Tabel memiliki koefisien motivasi 4,169 dan tingkat signifikansi 0,00000 adalah 0,05. Akibatnya, faktor motivasi memengaruhi minat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Ngaliyan.

4) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F studi ini dievaluasi dengan tabel ANOVA, yang didasarkan pada angka probabilitas signifikansi: Ho diterima jika Sig. > 0,05 dan ditolak jika Sig. < 0,05. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel XII Uji F

ANOVA ^a		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Model	Regress ion	397.829	3		132.610	.000 ^b
	Residua l	241.171	9		2.512	
Total		639.000	12			
			9			
a. Dependent Variable: Minat Menabung						
b. Predictors: (Constant), Motivasi, Promosi, Pengetahuan						

Dengan ambang signifikansi $0,000 < 0,05$, estimasi F sebesar 52,786 dapat ditemukan dalam model Anova. Dengan demikian, variabel minat menabung pada Bank Syariah Indonesia Ngalayan dapat diprediksi dengan menggunakan model regresi. Dorongan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh informasi, dorongan, dan iklan.

5) Uji Koefisien Determinan

Ghozali (2016:95) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang bernilai antara nol dan satu digunakan untuk menilai seberapa baik model menggambarkan variabel terikat. Jika (R^2) turun Akibatnya persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) turun; sebaliknya jika (R^2) turun maka persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh (X) meningkat.

Tabel XIII Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 ^a	.623	.611	1.585

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Promosi, Pengetahuan

Nilai R Square (R^2) sebesar 0,611 ditunjukkan dari tabel sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 61,1% Variabel bebas dari pengetahuan, insentif, dan dorongan dapat membantu menjelaskan variabel terikat, yaitu keinginan untuk menabung. Faktor-faktor tambahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini mempengaruhi atau menjelaskan sisa sebesar 38,9%, atau 100% hingga 61,1%, variabel-variabel penelitian menunjukkan tingkat hubungan yang cukup besar, seperti yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,611, atau 61,1%.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keinginan tabungan di Bank Syariah Indonesia tidak dipengaruhi oleh faktor pengetahuan. Variabel Motivasi dan Promosi meningkatkan keinginan tersebut secara signifikan. Sementara itu, pengaruh total variabel independen terhadap minat menabung dapat diperhitungkan sebesar 61,1%. Berikut adalah beberapa hasil pengujian:

Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter individual, promosi mempunyai pengaruh positif yang cukup besar (nilai t hitung sebesar 2,133 dan tingkat signifikansi 0,035), sedangkan variabel pengetahuan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (nilai t hitung sebesar 1,932 dan tingkat signifikansi 0,056). Sebaliknya, motivasi memiliki dampak positif yang kuat, dengan nilai t yang ditentukan 4,169 dan tingkat signifikansi 0,000.

Nilai uji F determinasi sebesar 52,786 menunjukkan bahwa variabel dependen (Niat Menabung di Bank Syariah Indonesia) dipengaruhi

secara signifikan oleh variabel independen (Pengetahuan, Promosi, dan Motivasi). Selain itu nilai signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) lebih besar dibandingkan dengan temuan uji F pengaruh sama sekali atau tes F dengan nilai probabilitas sebesar 0,000.

Pengetahuan, motivasi, dan promosi merupakan variabel independen yang mempunyai pengaruh sebesar 61,1% terhadap keinginan menabung di Bank Syariah Indonesia, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi Adjusted R square. 38,9 persen, faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini juga berkontribusi pada hasil ini.

5. REFERENSI

- M. Wahuni, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan," *Skripsi, Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember*, 2016.
- M. S. Anonio, *Bank Syariah Dari Teori Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- d. F. Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- M. Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Tetang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan," *Skripsi, Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember*, 2016.
- A. Rahmawati, "Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Negara Indonesia Syariah Semarang," *Jurnal Aladin*, vol. 8, pp. 6-7, 2014.
- A. Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian Suatu Tinjauan Teoritis & Praktis*, Yogyakarta: Ar-Ru Media, 2011.
- E. K. Fairuz, "Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah)," *Skripsi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung*, 2015.
- D. Juni, *Perilaku Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- W. S. V, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: PustakaBarPress, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018.