

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK BANK, KEPERCAYAAN,  
PENGETAHUAN, DAN PELAYANAN TERHADAP PREFERENSI  
MENABUNG PADA PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Pada Mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya)**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Akuntansi



Oleh :

**FEBBY LARASATI**  
**NIM : 2013310610**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA  
2017**

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK BANK, KEPERCAYAAN,  
PENGETAHUAN, DAN PELAYANAN TERHADAP PREFERENSI  
MENABUNG PADA PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Pada Mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya)**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Akuntansi



Oleh :

**FEBBY LARASATI**  
**NIM : 2013310610**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**  
**2017**


## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Febby Larasati  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Januari 1995  
N.I.M : 2013310610  
Jurusan : Akuntansi  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Akuntansi Perbankan  
Judul : Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya)

Disetujui dan diterima baik oleh :

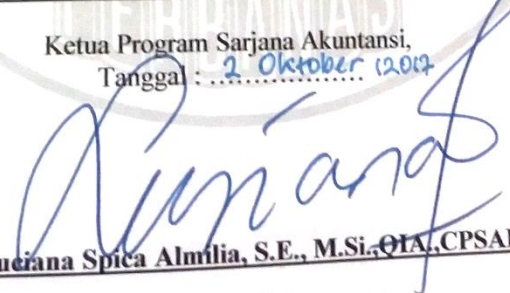
Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 2 Oktober 2017

Co. Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 2 Oktober 2017

  
(Dr. Nurmala Ahmar, S.E., Ak., M.Si)

  
(Nur'aini Rokhmania, S.E., Ak., M.Ak)

Ketua Program Sarjana Akuntansi,  
Tanggal : 2 Oktober 2017

  
(Dr. Luciana Spica Almlia, S.E., M.Si., CIA, CPSAK)

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK BANK, KEPERCAYAAN,  
PENGETAHUAN, DAN PELAYANAN TERHADAP PREFERENSI  
MENABUNG PADA PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Pada Mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya)**

**Febby Larasati**

STIE Perbanas Surabaya

Email: [febby1101@gmail.com](mailto:febby1101@gmail.com)

Jl. Kesatrian 41 Blok M No. 6, Surabaya

**ABSTRACT**

This study aims to determine the influence of religiosity, bank products, trust, knowledge, and service to the preferences of saving in Islamic banking. This study used a sample of 125 respondents STIE Perbanas Surabaya Accounting students who have or are taking courses in Islamic Banking Accounting. This research uses quantitative approach by using primary data. Data collected using questionnaires with Likert scale. Data were tested using validity and reliability tests. And to know the influence of religiosity, bank products, belief, knowledge, and service to saving preferences in syariah banking using multiple regression analysis method with computer program aid of SPSS Statistics 23. Result of hypothesis analysis show that Religiusitas and Service influence to saving preferences in banking Sharia. Meanwhile, Bank Products, Trust and Service have no effect to saving preferences in sharia banking.

*Keywords: Sharia Banking, Saving Performance, Religiusity, Bank Products, Trust, Knowledge, and Service*

**PENDAHULUAN**

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang pesat dengan diterbitkan UU Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa terdapat tiga bentuk perbankan syariah di Indonesia, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit usaha syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Berdasarkan data statistik perbankan syariah pada Februari 2017 diantaranya ada 13 BUS, 21 UUS, dan 166 BPRS, dengan jumlah layanan kantor sebanyak 4.489 (OJK 2017). Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pertumbuhan rasio modal Bank Syariah (BUS) tercatat 1,64% secara

tahunan menjadi 17,04%. Dari segi aset perbankan syariah tercatat Rp 355,88 triliun. Jumlah ini menyumbangkan kontribusi sebesar 40% untuk industri keuangan syariah nasional. Sementara itu, *Market Share* perbankan syariah saat ini 5,3 %

Dari segi pembiayaan tercatat Rp 252,69 triliun atau meningkat 16,22% dibandingkan periode sebelumnya yaitu sebesar Rp 217,4 triliun. Sedangkan untuk Dana Pihak Ketiga (DPK) tercatat Rp 287,08 triliun atau naik menjadi 21,28 % dibandingkan periode sebelumnya yaitu sebesar Rp 236,7 triliun . Menurut OJK intermediasi perbankan syariah masih

berjalan dengan baik, ini terlihat pada dari *Financing Deposit Ratio* (FDR) untuk Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) yang berada diposisi 87,45%. Deputi Komisioner OJK pengawas Industri Keuangan Non Bank (IKNB) I Edi Setiadi menjelaskan bahwa OJK sebagai regulator akan terus berupaya untuk mendorong pertumbuhan industri jasa keuangan syariah di Tanah Air. Antara lain dengan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk dan jasa keuangan syariah.

Perkembangan bank syariah di Indonesia dalam lima tahun terakhir (terhitung dari tahun 2013 sampai dengan periode Februari 2017 dalam data statistik perbankan syariah mengalami kemajuan. Perkembangan ini dapat dilihat berdasarkan jumlah bank dan kantor cabang yang ada. Hal ini diamati dari tiga sisi yaitu, BUS, UUS dan juga BPRS. Berikut adalah tabel jaringan perbankan syariah Indonesia.

**Tabel**  
**Perkembangan Perbankan Syariah**

Indikator	2013	2014	2015	2016	Feb 2017
Bank Umum Syariah (BUS)					
• Jumlah Bank	11	12	12	13	13
• Jumlah Kantor	1.998	2.163	1.990	1.869	1.872
Unit Usaha Syariah (UUS)					
• Jumlah Bank Konvensional yang memiliki UUS	23	22	22	21	21
• Jumlah Kantor	590	354	311	332	333
BPRS					
• Jumlah Bank	163	163	163	166	166
• Jumlah Kantor	402	438	446	453	451

Sumber : Statistik Perbankan Syariah

Bank syariah dalam dunia bisnis perbankan merupakan industri jasa yang relatif baru, dimana menerapkan hukum Islam disetiap aktivitas perbankannya. Dengan melihat semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis jasa perbankan maka, bank syariah dituntut untuk mampu untuk bersaing serta mengetahui startegi yang tepat serta dapat memenangkan persaingan tersebut. Dengan mengeluarkan produk dan jasa yang inovatif adalah salah satu cara untuk memperkenalkan produk tersebut serta membantu perkembangan pertumbuhan bank syariah dalam dunia bisnis perbankan. Untuk meningkatkan kinerja operasionalnya, perbankan syariah berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat

secara luas dan menyeluruh. Bank syariah harus memperhatikan perilaku nasabahnya yang mencerminkan mangapa seseorang secara pribadi melakukan pembelian jasa dan bagaimana pribadi tersebut memilih dan membeli produk baik yang menabung maupun meminjam sehingga, dapat meningkatkan efektivitas kinerja bank.

Tingkat pemahaman produk bank syariah juga termasuk dalam masalah terbesar dalam dunia perbankan syariah. Hingga saat ini hanya beberapa masyarakat yang mengetahui tentang produk bank syariah. Bahkan, dikalangan mahasiswa-mahasiswi masih ada beberapa yang belum mengetahui tentang produk dan jasa yang dimiliki oleh perbankan

syariah. Secara umum, calon nasabah yang akan menabung pada bank tentu akan memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu, nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat mengeluarkan produk dan jasa bank syariah.

Terdapat banyak faktor kompleks yang terkait dengan perilaku menurut Arfan dalam bukunya Akuntansi Keperilakuan bahwa, faktor-faktor tersebut mencakup kebutuhan individu dan motivasi, tekanan kelompok tuntutan organisasi, sejarah pribadi dan latarbelakang individu yang unik, konflik pesan dari dalam dan luar organisasi, tuntutan waktu, sosial, serta tanggung jawab pribadi.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pilihan menabung pada bank syariah yaitu, bank syariah, pelayanan dan kepercayaan, pengetahuan dan objek fisik. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pilihan menabung pada perbankan syariah dipengaruhi oleh adanya pelayanan dan kepercayaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2015) yang berjudul Pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan sebagai faktor preferensi menabung di

perbankan syariah. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan pengaruh faktor tersebut memiliki faktor tersendiri seperti, kepatuhan agama, produk yang inovatif, kemudahan dalam bertransaksi, pengetahuan ilmiah serta penggunaan fasilitas yang mudah.

Masruroh (2015) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan *Disposable Income* terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah menunjukkan bahwa *disposable* yang dimoderasi oleh tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Azzahra (2016) pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariah oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga. Religiusitas sebagai variabel moderasi terbukti dapat memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung di bank syariah. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2010) bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta.

Dari beberapa penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa pilihan menabung nasabah pada perbankan syariah memiliki faktor yang sangat beragam sehingga penelitian terhadap preferensi menabung nasabah pada perbankan syariah sangat menarik untuk diteliti. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan fokus peneliti terhadap preferensi menabung di bank syariah yaitu pada karakteristik faktor religiusitas, karakteristik faktor produk bank, karakteristik faktor kepercayaan, karakteristik faktor pengetahuan dan karakteristik faktor pelayanan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini memilih Mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya yang menjadi responden peneliti sehingga lokasi

penelitian ini dilakukan di kampus STIE Perbanas Surabaya.

## **RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS**

### **Teori Preferensi**

Preferensi berasal dari kata *prefer* yang berarti kesukaan atau kecenderungan seseorang untuk sesuatu (Simamora, 2003 : 87). Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan atau nilai penting pada setiap produk atau jasa. Penilaian terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga dapat mencerminkan preferensi konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk serta jasa.

### **Religiusitas**

Menurut Harun Nasution yang dikutip Jalaluddin (2012:12) pengertian agama berasal dari kata, yaitu: *al-Din, religi (relegere, religare)* dan agama. *Al-Din* (semit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, mendudukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri a= tidak: gam=pergi mengandung arti tidak pergi, tetapi ditempat atau diwarisi turun-menurun.

### **Produk Perbankan**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki sifat dan karakteristik yang beragam tergantung seberapa besar kepuasan atau kebutuhan akan produk itu dalam kehidupan konsumen sehingga konsumen tertarik dan memutuskan untuk mengkonsumsi produk (Hermawan, 2012 : 36). Produk perbankan merupakan salah satu faktor penentu ketertarikan nasabah menabung pada bank. Perbankan syariah

memiliki keunikan produk yang ditawarkan dimana produk-produk yang ditawarkan pada perbankan syariah lebih inovatif, seperti produk penghimpunan dana yang ditawarkan dalam beberapa jenis diantaranya pada tabungan, mudharabah, deposito mudharabah dan lain-lain. Selain itu juga terdapat jenis pembiayaan yang ditawarkan dalam beberapa jenis yaitu pembiayaan murabahah, istishna, salam, ijarah, mudharabah, musyarakah dan lain-lain.

### **Kepercayaan**

Kotler (2009: 176), kepercayaan adalah “pikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu”. Para nasabah cenderung untuk mengembangkan serangkaian keyakinan mengenai ciri-ciri dari suatu produk dan selanjutnya, melewati keyakinan ini, membentuk suatu citra merek membentuk sikap para nasabah terhadap produk tersebut. Dari uraian tersebut maka menurut Charles W. Lamb dalam buku Kotler (2009), kepercayaan adalah “suatu pola yang diorganisasi melalui pengetahuan yang kemudian dipegang oleh seorang individu sebagai suatu kebenaran dalam hidupnya”.

### **Pengetahuan**

Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan (Lestari, 2015).

### **Pelayanan**

Menurut Ruslan (2005 : 275) dalam konsep *service of excellent* ada empat pokok unsur pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, sehingga apabila salah satu tidak terpenuhi maka pelayanan atau jasa yang diberikan dinilai tidak baik. Agar ketika menabung



nasabah mendapat pelayanan dengan baik maka perbankan syariah harus memiliki konsep tersebut, sehingga diupayakan pegawai perbankan syariah harus memenuhi beberapa faktor yaitu, tingkah laku yang sopan, santun, ramah dan waktu menyampaikan sesuatu informasi pada nasabah haruslah secara jelas dan tepat.

### **Pengaruh Religiusitas**

Religiusitas menurut para ahli seperti Nurcholis Majid, agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual shalat dan membaca doa. Agama lebih dari itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji, yang dilakukan demi memperoleh ridla atau perkenan Allah (Sahlan, 2012:42).

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa hasil analisis faktor menunjukkan pengaruh religiusitas terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah adalah berpengaruh signifikan (Lestari, 2015). Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Maruroh (2015) tetapi tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2010). Hasil yang diperoleh Masruroh (2015) bahwa *disposable income* yang dimoderasi oleh tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung sedangkan hasil yang diperoleh Fauzi (2010) bahwa religiusitas tidak berpengaruh nasabah menabung di Bank Syariah kantor cabang Yogyakarta.

### **Pengaruh Produk Bank**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki sifat dan karakteristik yang beragam tergantung seberapa besar kepuasan atau kebutuhan akan produk itu dalam kehidupan konsumen sehingga konsumen tertarik dan memutuskan untuk mengkonsumsi produk (Hermawan, 2012 : 36).

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa hasil

analisis faktor menunjukkan pengaruh produk bank terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah adalah berpengaruh signifikan (Lestari, 2015). Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2010) dan penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010). Hasil yang diperoleh Fauzi (2010) dan Maski (2010) bahwa variabel produk bank berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

### **Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan faktor paling krusial dalam relasi, sekaligus berpengaruh terhadap komitmen. Apabila tidak ada kepercayaan, maka tidak ada komitmen (Fandy Tjiptono 2010: 415)

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa hasil analisis faktor menunjukkan pengaruh kepercayaan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah adalah berpengaruh signifikan (Lestari, 2015). Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010). Hasil yang diperoleh Maski (2010) bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

### **Pengetahuan**

Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan (Lestari, 2015).

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa hasil analisis faktor menunjukkan pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah adalah berpengaruh signifikan (Azzahra, 2016). Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2015) dan penelitian yang dilakukan oleh Maski



(2010). Hasil yang diperoleh Lestari (2015) dan Maski (2010) bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

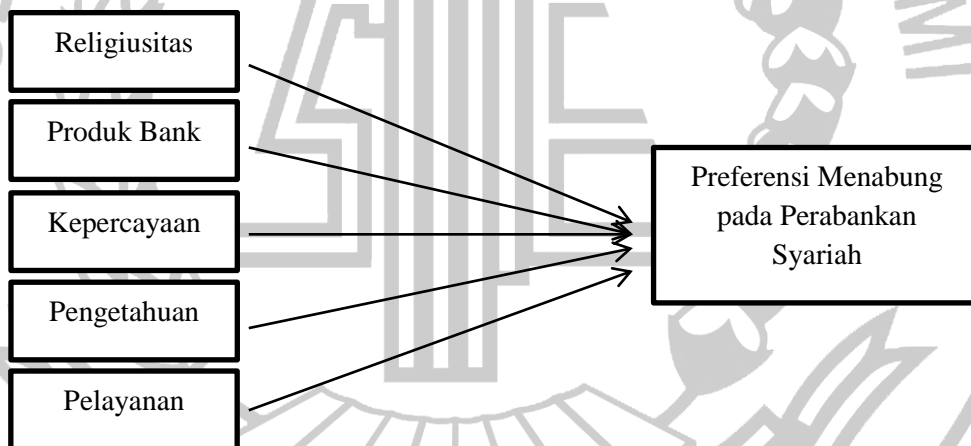
**Pelayanan**

Menurut Mussry (2010 : 154) terdapat dimensi-dimensi kualitas layanan yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa, diantaranya *tangibles* (penampilan unsur fisik), *reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat), *responsiveness* (kecepatan dan kegunaan), *assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan), dan *empathy* (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan).

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu adapat disimpulkan bahwa hasil analisis faktor menunjukkan pengaruh

pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah adalah berpengaruh signifikan (Lestari, 2015). Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2010) dan penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010). Hasil yang diperoleh Fauzi (2010) dan Maski (2010) bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *Religiusitas*, Produk bank, kepercayaan, Pengetahuan dan pelayanan bank syariah pada mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Maka kerangka pemikir penelitian ini adalah:



Gambar 2.1  
Kerangka pemikiran

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang kebenarannya masih harus di uji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka (Martono, 2011:71). Berdasarkan kerangka pemikiran dan hasil pnenemuan beberapa penelitian maka, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H1= faktor religiusitas berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

H2= faktor produk bank berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

H3= faktor kepercayaan berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

H4= faktor pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

H5= faktor pelayanan berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah

## METODE PENELITIAN

### Klasifikasi Sampel

Populasi adalah Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan (Sugiyono, 2011:90). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Akuntansi STIE Perbanas Surabaya.

Penelitian ini adalah penelitian dengan sampel non profitabilitas yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak menggunakan prosedur pemilihan peluang melainkan mengandalkan kriteria pribadi (Malhotra, 2009: 371). Sampel data dalam penelitian ini adalah mengambil responden dari populasi mahasiswa S1 Akuntansi STIE Perbanas Surabaya.

peneliti mempersempit populasi yaitu jumlah mahasiswa S1 Akuntansi STIE Perbanas Surabaya sebanyak 1418 mahasiswa dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011:87). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1418}{1 + 1418 \cdot 0,1^2} = 93,41$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir.

Berdasarkan perhitungan diatas karena hasilnya decimal disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden dari total mahasiswa S1 Akuntansi STIE Perbanas Surabaya.

### Data Penelitian

Sampel yang diambil dilakukan dengan *Convenience sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel atau peneliti memilih orang yang terdekat saja (Syofian 2012:148), penelitian ini menggunakan kriteria mahasiswa S1 Akuntansi STIE Perbanas yang telah menempuh mata kuliah Akuntansi Perbankan Syariah. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Menurut Nazir (2005:203), teknik kuesioner adalah sebuah set daftar pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian yang diberikan kepada orang lain atau responden yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti. Dan menurut Sugiyono, (2012:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

### Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu preferensi menabung di perbankan syariah dan variabel independen terdiri dari religiustas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan.

## **Definisi Operasional Variabel Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah**

Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah sebagai variabel dependen. Untuk mengetahui preferensi dan perilaku nasabah dalam menabung di perbankan syariah digunakan metode skoring dengan menggunakan skala likert dimana, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam prosedur skala likert sejumlah pertanyaan disusun dengan jawaban responden berada dalam satu kontinum antara sangat setuju sampai tidak setuju. Penilaian jawaban diberikan nilai antara satu sampai dengan lima.

## **Religiusitas**

Menurut Ancok (2008) mendefinisikan religiusitas sebagai keberagaman yang berarti meliputi berbagai sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah) tapi, juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Religiusitas diukur menggunakan skala likert dengan 5 (lima) kriteria : Sangat setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju. Terdiri dari 3 (tiga) poin pertanyaan yaitu tentang kepatuhan agama, tentang bisnis halal dan tentang larangan riba.

## **Produk Bank**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki sifat dan karakteristik yang beragam tergantung seberapa besar kepuasan atau kebutuhan akan produk itu dalam kehidupan konsumen sehingga konsumen tertarik dan memutuskan untuk mengkonsumsi produk (Hermawan, 2012 : 36). Produk Bank diukur menggunakan skala likert dengan 5 (lima) kriteria : Sangat setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak

Setuju. Terdiri dari 3 (tiga) poin pertanyaan yaitu adanya produk yang inovatif, adanya daya tarik bagi hasil dan adanya keringanan biaya administrasi.

## **Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan faktor paling krusial dalam relasi, sekaligus berpengaruh terhadap komitmen. Apabila tidak ada kepercayaan, maka tidak ada komitmen (Fandy Tjiptono 2010: 415). Kepercayaan diukur menggunakan skala likert dengan 5 (lima) kriteria : Sangat setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju. Terdiri dari 3 (tiga) poin pertanyaan yaitu tentang rasa aman menabung, adanya kemudahan bertransaksi dan adanya keunggulan bank dan nama citra bank.

## **Pengetahuan**

Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan (Lestari, 2015). Pengetahuan diukur menggunakan skala likert dengan 5 (lima) kriteria : Sangat setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju. Terdiri dari 3 (tiga) poin pertanyaan yaitu adanya informasi dari media, adanya pengalaman teman /saudara/ keluarga dan adanya pengetahuan ilmiah.

## **Pelayanan**

Menurut Mussry (2010 : 154) terdapat dimensi-dimensi kualitas layanan yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa, diantaranya *tangibles* (penampilan unsur fisik), *reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat), *responsiveness* (kecepatan dan kegunaan), *assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan), dan *empathy* (akses mudah, komunikasi

yang baik, dan pemahaman pelanggan). Pelayanan diukur menggunakan skala likert dengan 5 (lima) kriteria : Sangat setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju. Terdiri dari 3 (tiga) poin pertanyaan yaitu adanya pelayanan sopan, adanya lokasi strategis dan adanya penggunaan fasilitas yang mudah.

**Alat Analisis**

Analisa regresi dilakukan untuk menguji pengaruh arah hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda. Persamaan yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah:  

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

Keterangan:

- Y = preferensi menabung pada perbankan syariah
- B = koefisien regresi
- X<sub>1</sub> = religiusitas
- X<sub>2</sub> = produk bank
- X<sub>3</sub> = kepercayaan
- X<sub>4</sub> = pengetahuan
- X<sub>5</sub> = pelayanan

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Uji Deskriptif**

Analisis deskriptif tanggapan responden ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden dan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang ada didalam kuesioner untuk masing-masing variabel dan ditentukan berdasarkan interval kelas yang dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Religiusitas sebagai keberagaman yang berarti meliputi berbagai sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah) tapi, juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Pengukuran variabel religiusitas terhadap preferensi menabung di perbankan syariah menggunakan skala likert dengan 5 (lima) kriteria : Sangat setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju. Terdiri dari 3 (tiga) poin pertanyaan. Berikut adalah hasil deskriptif dari variabel tanggapan responden terhadap karakteristik religiusitas.

**Tabel 1**  
**Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Karakteristik Religiusitas**

Pertanyaan	Indikator Variabel	SS	S	R	TS	STS	Mean	Std. Dev
X1.1	Kepatuhan Agama	12	59	20	29	5	3.35	1.065
X1.2	Bisnis Halal	20	66	20	17	2	3.68	0.955
X1.3	Larangan Riba	22	49	31	19	4	3.53	1.052
<b>Rata-rata</b>		<b>3.52</b>						

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan hasil dari Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah rata-rata secara keseluruhan dari variabel religiusitas sebesar 3.52 yang menyatakan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan perbankan syariah adalah bisnis yang halal sebagai faktor religiusitas mereka menabung pada perbankan syariah sebanyak 66 orang dengan nilai *mean*

tertinggi sebesar 3.68, sedangkan nilai *mean* terendah ada pada indikator kepatuhan agama sebesar 3.35 yang menyatakan bahwa kepatuhan agama adalah faktor reponden untuk menabung pada perbankan syariah karena kepatuhan terhadap ajaran agama sebanyak 59 orang setuju dengan pernyataan ini.

**Tabel 2**  
**Deskriptif Tanggapan Responden**  
**terhadap karakteristik Produk Bank**

Pertanyaan	Indikator Variabel	SS	S	R	TS	STS	Mean	Std. Dev
X2.1	Produk yang Inovatif	10	64	29	22	0	3.50	0.876
X2.2	Daya Tarik Bagi Hasil	17	51	31	24	2	3.46	1.004
X2.3	Keringanan Biaya Administrasi	28	64	23	9	1	3.87	0.870
<b>Rata-rata</b>		<b>3.61</b>						

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.9 menunjukkan bahwa jumlah rata-rata secara keseluruhan dari variabel produk perbankan sebesar 3.61 yang menyatakan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan keringanan biaya adminitrasi sebagai faktor dari produk bank sehingga mereka menabung pada perbankan syariah sebanyak 64 orang

dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3.87, sedangkan nilai *mean* terendah ada pada indikator daya tarik bagi hasil sebesar 3.46 yang menyatakan bahwa daya tarik bagi hasil adalah faktor reponden untuk menabung pada perbankan syariah sebanyak 51 orang setuju dengan pernyataan ini.

**Tabel 3**  
**Deskriptif Tanggapan Responden**  
**terhadap karakteristik Kepercayaan**

Pertanyaan	Indikator Variabel	SS	S	R	TS	STS	Mean	Std. Dev
X3.1	Rasa Aman Menabung	22	67	22	12	2	3.76	0.911
X3.2	Kemudahan Bertransaksi	13	59	40	12	1	3.57	0.836
X3.3	Keunggulan Bank & Nama Citra Bank	15	66	29	13	2	3.63	0.885
<b>Rata-rata</b>		<b>3.65</b>						

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan hasil dari Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah rata-rata secara keseluruhan dari variabel kepercayaan sebesar 3.65 yang menyatakan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan rasa aman menabung sebagai faktor kepercayaan menggunakan produk dan jasa pada perbankan syariah sebanyak 67 orang

dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3.76, sedangkan nilai *mean* terendah ada pada indikator kemudahan bertransaksi sebesar 3.57 yang menyatakan bahwa kemudahan bertransaksi di perbankan syariah adalah faktor reponden untuk menabung pada perbankan syariah sebanyak 59 orang setuju dengan pernyataan ini.

**Tabel 4**  
**Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Karakteristik Pengetahuan**

Pertanyaan	Indikator Variabel	SS	S	R	TS	STS	Mean	Std. Dev
X4.1	Informasi dari Media	10	56	26	28	5	3.30	1.034
X4.2	Pengalaman teman/saudara/keluarga	12	56	25	24	8	3.32	1.090
X4.3	Pengetahuan Ilmiah	15	51	26	29	4	3.35	1.056
<b>Rata-rata</b>		<b>3.38</b>						

Sumber : Data yang diolah (lampiran 3)

Berdasarkan hasil dari Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah rata-rata secara keseluruhan dari variabel pengetahuan sebesar 3.38 yang menyatakan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan pengalaman teman, saudara, keluarga sebagai faktor pengetahuan mereka untuk menabung pada perbankan syariah sebanyak 56 orang dengan nilai *mean* tertinggi kedua sebesar 3.32 dari tiga indikator, nilai *mean*

tertinggi ada pada indikator pengetahuan ilmiah sebesar 3.35 yang menyatakan bahwa sebanyak 51 orang memilih setuju pengetahuan tentang perbankan syariah berdasarkan ilmiah melalui buku, hasil riset dan lain sebagainya, sedangkan untuk nilai *mean* terendah ada pada indikator informasi dari media sebagai pengetahuan mereka tentang perbankan syariah sebanyak 56 orang setuju dengan pernyataan ini.

**Tabel 5**  
**Deskriptif Tanggapan Responden terhadap karakteristik Pelayanan**

Pertanyaan	Indikator Variabel	SS	S	R	TS	STS	Mean	Std. Dev
X5.1	Pelayanan sopan, santun dan ramah	26	61	21	15	2	3.75	0.973
X5.2	Lokasi Startegi	7	42	33	35	8	3.04	1.050
X5.3	Penggunaan fasilitas yang mudah	14	61	32	16	2	3.55	0.911
<b>Rata-rata</b>		<b>3.44</b>						

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan hasil dari Tabel 5 menunjukkan bahwa jumlah rata-rata secara keseluruhan dari variabel pelayanan sebesar 3.44 yang menyatakan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan pelayanan sopan, santun dan ramah sebagai faktor mereka menabung pada perbankan syariah sebanyak 61 orang

dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3.75, sedangkan nilai *mean* terendah ada pada indikator lokasi strategis sebesar 3.04 yang menyatakan bahwa lokasi strategis perbankan syariah adalah faktor responden untuk menabung pada perbankan syariah sebanyak 42 orang setuju dengan pernyataan ini.

**Tabel 4.6**  
**Deskriptif Tanggapan Responden**  
**terhadap Karakteristik Preferensi Menabung**

Pertanyaan	Indikator Variabel	SS	S	R	TS	STS	Mean	Std. Dev	
Y.1	Bank syariah halal	34	50	25	15	1	3.81	0.998	
Y.2	Biaya adm murah	33	60	21	11	0	3.92	0.885	
Y.3	Menyimpan uang di perbankan syariah daripada investasi	17	51	37	16	4	3.49	0.989	
Y.4	Lebih suka yang berhubungan dengan bank syariah	15	33	42	33	2	3.21	1.018	
Y.5	Lebih suka menabung di bank syariah walaupun bagi hasilnya kecil	13	52	34	25	1	3.41	0.951	
Y.6	Lebih suka menabung di bank syariah walaupun layanan ATM sedikit	7	34	45	33	6	3.02	0.979	
<b>Rata-rata</b>							<b>3.74</b>		

Sumber: Data yang diolah (lampiran 3)

Berdasarkan hasil dari Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah rata-rata secara keseluruhan dari variabel preferensi menabung sebesar 3.74 yang menyatakan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan biaya administrasi murah sebagai faktor mereka menabung pada perbankan syariah sebanyak 90 orang dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3.92, sedangkan nilai *mean* terendah 3.02 ada

pada pernyataan bahwa seseorang lebih suka menabung di bank syariah walaupun layanan ATM masih sedikit sebanyak 45 orang ragu-ragu dengan pernyataan ini karena kebanyakan dari mereka masih berpendapat bahwa fasilitas yang diberikan oleh perbankan syariah masih sedikit terutama fasilitas ATM yang sulit dijumpai jika nasabah berada di sebuah daerah.



## Hasil Analisis dan Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyak tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap pernyataan-pernyataan yang menjadi indikator dari masing-masing variabel penelitian. Setelah melalui proses analisis, diperoleh beberapa kesimpulan yang akan dibahas dan dijelaskan pada pembahasan ini:

### 1. Pengaruh Religiusitas terhadap Preferensi Menabung di Perbankan Syariah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Hal ini dapat dilihat dari tiga indikator pernyataan berdasarkan tanggapan responden terhadap religiusitas menunjukkan bahwa secara keseluruhan rata-rata yang dihasilkan sebesar 3.52. Variabel religiusitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Hal ini dapat diartikan bahwa pandangan mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya tentang perbankan syariah dipengaruhi oleh faktor indikator bisnis halal dalam variabel religiusitas penting bagi mereka yang menabung pada perbankan syariah. Artinya predikat syariah dalam dunia perbankan yang menjadikan bisnis halal inilah yang menjadi preferensi utama menabung pada perbankan syariah.

. Hasil ini tidak mendukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fauzi, 2010) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah tetapi mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2015), mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya tertarik menjadi

nasabah bank syariah karena perbankan syariah bisnis halal di dunia perbankan.

### 2. Pengaruh Produk Bank terhadap Preferensi Menabung di Perbankan Syariah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel produk bank tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Hal ini dapat diartikan bahwa pandangan mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya tentang perbankan syariah dipengaruhi oleh faktor indikator bisnis halal dalam variabel religiusitas penting bagi mereka yang menabung pada perbankan syariah. Artinya predikat syariah dalam dunia perbankan yang menjadikan bisnis halal inilah yang menjadi preferensi utama menabung pada perbankan syariah. Hasil ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2015) karena mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya sebagian besar menggunakan produk dari bank konvensional tetapi ketertarikan mereka menggunakan produk bank syariah diwakili dengan 19 mahasiswa yang sudah menjadi nasabah bank syariah disamping itu mereka juga menjadi nasabah bank konvensional.

### 3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Preferensi Menabung di Perbankan Syariah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Hal ini dianggap oleh mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya bahwa untuk menabung pada perbankan syariah bukan terletak pada kemudahan bertransaksi sebagai indikator faktor variabel kepercayaan menggunakan produk perbankan syariah dan bukan karena keunggulan bank dan nama atau citra bank juga untuk menabung pada perbankan syariah. Mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya beranggapan

bahwa kepercayaan bukan menjadi bukan menjadi faktor utama pengaruh preferensi menabung pada perbankan syariah, karena beberapa dari mereka beranggapan bahwa semua bank pasti akan memberikan rasa aman untuk menyimpan uang. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya tidak hanya melihat dari faktor produk bank melainkan melihat dari faktor yang lainnya

Hasil ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2015) karena mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya sebagian besar menggunakan produk dari bank konvensional tetapi ketertarikan mereka menggunakan produk bank syariah diwakili dengan 19 mahasiswa yang sudah menjadi nasabah bank syariah disamping itu mereka juga menjadi nasabah bank konvensional.

#### **4. Pengaruh Pengetahuan terhadap Preferensi Menabung di Perbankan Syariah**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Hal ini dianggap oleh mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya bahwa pengetahuan bukan menjadi pengaruh preferensi menabung pada perbankan syariah. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa

Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya tidak hanya melihat dari faktor produk bank melainkan melihat dari faktor yang lainnya.

Hasil ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2015) karena mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya sebagian besar menggunakan produk dari bank konvensional tetapi ketertarikan mereka menggunakan produk bank syariah diwakili dengan 19 mahasiswa yang sudah menjadi nasabah bank syariah disamping itu mereka juga menjadi nasabah bank konvensional.

#### **5. Pengaruh Pelayanan terhadap Preferensi Menabung di Perbankan Syariah**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Variabel pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Hal ini dapat diartikan bahwa pandangan mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya tentang perbankan syariah dipengaruhi oleh faktor indikator pelayanan sopan, santun dan ramah dalam variabel pelayanan penting bagi mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya untuk menjadi daya tarik untuk menabung pada perbankan syariah. Artinya pelayanan dirasakan hal yang sangat penting bagi nasabah.

Hasil ini mendukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2015) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah, mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena perbankan syariah karena perbankan syariah memiliki pelayanan yang sopan, santun dan ramah terhadap nasabahnya.

#### **KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian mengenai preferensi menabung pada perbankan syariah dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas dan variabel pelayanan yang berpengaruh signifikan sedangkan variabel produk bank, kepercayaan dan pengetahuan tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yaitu Sampel peneliti adalah bukan nasabah bank syariah tetapi mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya yang belum menjadi nasabah bank syariah dan masih menjadi calon nasabah perbankan syariah. Sebagian besar yang menjadi responden dalam penelitian

ini adalah responden yang menjadi nasabah bank konvensional.

Berdasarkan pada hasil dan keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya diharapkan tidak hanya menggunakan populasi mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya, agar dapat dibuat perbandingan preferensi menabung pada perbankan syariah dengan penelitian selanjutnya dan sebaiknya dalam penelitian selanjutnya menggunakan populasi responden yang sudah menjadi nasabah bank syariah agar hasil dari penelitian lebih maksimal dari penelitian sebelumnya.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Ancok, Djameludin; Nasori, Fuat. 2008. *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem Problem Psikologi*. Yogyakarta: Puataka Pelajar.
- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah : Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Al – Arif, M. Nur Rianto. 2011. *Dasar – dasar Ekonomi Islam*. Cetakan pertama. Solo : PT Era Adicitra Intermedia.
- Azzahra M. (2016). Pengaruh Pengetahuan dan Disposable Income terhadap Perferensi Manabung Di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga). Skripsi Diterbitkan. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press
- Fauzi, Yayan. 2010. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Di Perbankan Syariah (Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta). Skripsi Diterbitkan. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Ghufron, M. N & Risnawita, R. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Menggunakan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- <http://jalurilmu.blogspot.co.id/2011/10/reli-giusitas.html>
- <https://satyaariyono.wordpress.com/2012/06/24/kepercayaan/>
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Pengetahuan>
- <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-pelayanan.html>
- <http://blog-definisi.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-produk-menurut-para-ahli.html>
- Lestari, (2015). Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Vol 3 (No 1)
- Lubis, Arfan Ikhsan. 2011. *Akuntansi Keperilakuan*. Surabaya : Salemba Empat
- Mussry, Jacky, Wirtz, Jochen dan Lovelock, Christopher. 2010. *Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta : Erlangga
- Nazir, Muhammad. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Maski, Ghozali. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung

- : Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang. *Jurnal of Indonesia Applied Economics* Vol. 4 (No.1) : 43-57.
- Masruroh A. (2015). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Mahasiswa Syariah Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga). Diterbitkan. Salatiga : STAIN Salatiga
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian kuantitatif: analisis Isi dan Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Simamora, Bilson. 2003. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Garmedia. Jakarta:Rajawali Pre
- Rahmawati, R. (2015). Strategi Peningkatan Efisiensi Biaya pada Bank Umum Syariah Berbasis Stochastic Frontiener Approach dan Sata Envelopment Analysis. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan* Volume 17, Nomor 4, April 2015
- Sahlan, Asmaun. 2011. *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. Malang: UIN Maliki Press.
- Sugiyono, 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Tjipto, Fandy. 2002. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Siregar,Syofian.2012. *Statistikas Deskriptif Untuk Penelitian*.

