

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI PRODUK DAN INKLUSIVITAS KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA STAI JAM'İYAH MAHMUDIYAH KECAMATAN TANJUNG PURA)



Disusun Oleh:

**NUR OKTA DINA RANGKUTI
NIM. 210603049**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nur Okta Dina Rangkuti

NIM : 210603049

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 28 Januari 2026

Yang Menyatakan



(Nur Okta Dina Rangkuti)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Literasi Produk dan Inklusivitas Keuangan Syariah Terhadap Minat
Menabung Pada Bank Syariah
(Studi Pada Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura)**

Disusun Oleh:

Nur Okta Dina Rangkuti
NIM: 210603049

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi
syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Ayumiati S.E., M.Si., CTT.
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II



Dara Amanatillah M.Sc.Fin
NIP.197210112014112001

Mengetahui,
Ketua Prodi,

AR - RANIRY



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Literasi Produk dan Inklusivitas Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura)

Nur Okta Dina Rangkuti

NIM: 210603049

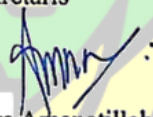
Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 27 Januari 2026 M
08 Sya'ban 1447 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Dr. Ayumiati S.E., M.Si., CTTr.
NIP. 197806152009122002

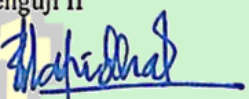
Sekretaris


Dara Amanatillah M.Sc.Fin
NIP.197210112014112001

Penguji I


Dr. Evy Iskandar, S.E. M.Si., Ak., CA., CPA
NIP.196902242025211001

Penguji II


Hafidhah, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP. 198210122023212028

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nur Okta Dina Rangkuti
NIM : 210603049
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : nurroktaadnr@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐

Tugas Akhir

☐

KKU

☐

Skripsi

Yang berjudul: **Pengaruh Literasi Produk dan Inklusivitas Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 28 Januari 2026

AR-RANIRY
Mengetahui,

Penulis

Nur Okta Dina Rangkuti
NIM. 210603049

Pembimbing I

Dr. Ayumiati, S.E., M.Si., CTTr
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Dara Amanatillah, M.Sc.Fin
NIP. 197210112014112001

KATA PENGANTAR



Puji Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Produk dan Inklusivitas Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa STAI Jam’iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura)”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag., dan Ana Fitria, SE., M.Sc., RSA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.
3. Hafizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Ayumiati, S.E., M.Si., CTTr. dan Dara Amanatillah, M.Sc.Fin selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan ilmu pengetahuannya dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Dr. Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA dan Hafidhah, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku dosen penguji I dan penguji II yang telah banyak memberi saran untuk kesempurnaan penulisan karya ilmiah yang lebih baik.
6. Muksal, S.E.I., M.E.I selaku dosen Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda Diflayzar Rangkuti dan Ibunda Erliana yang selalu memberikan kasih sayang, doa serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga untuk memastikan agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan yang tidak terhingga. Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 19 Januari 2026

Penulis

Nur Okta Dina Rangkuti

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987**

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasi nya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*
هول : *haul*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasi nya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
 رَمَى : *ramā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta *marbutah* ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

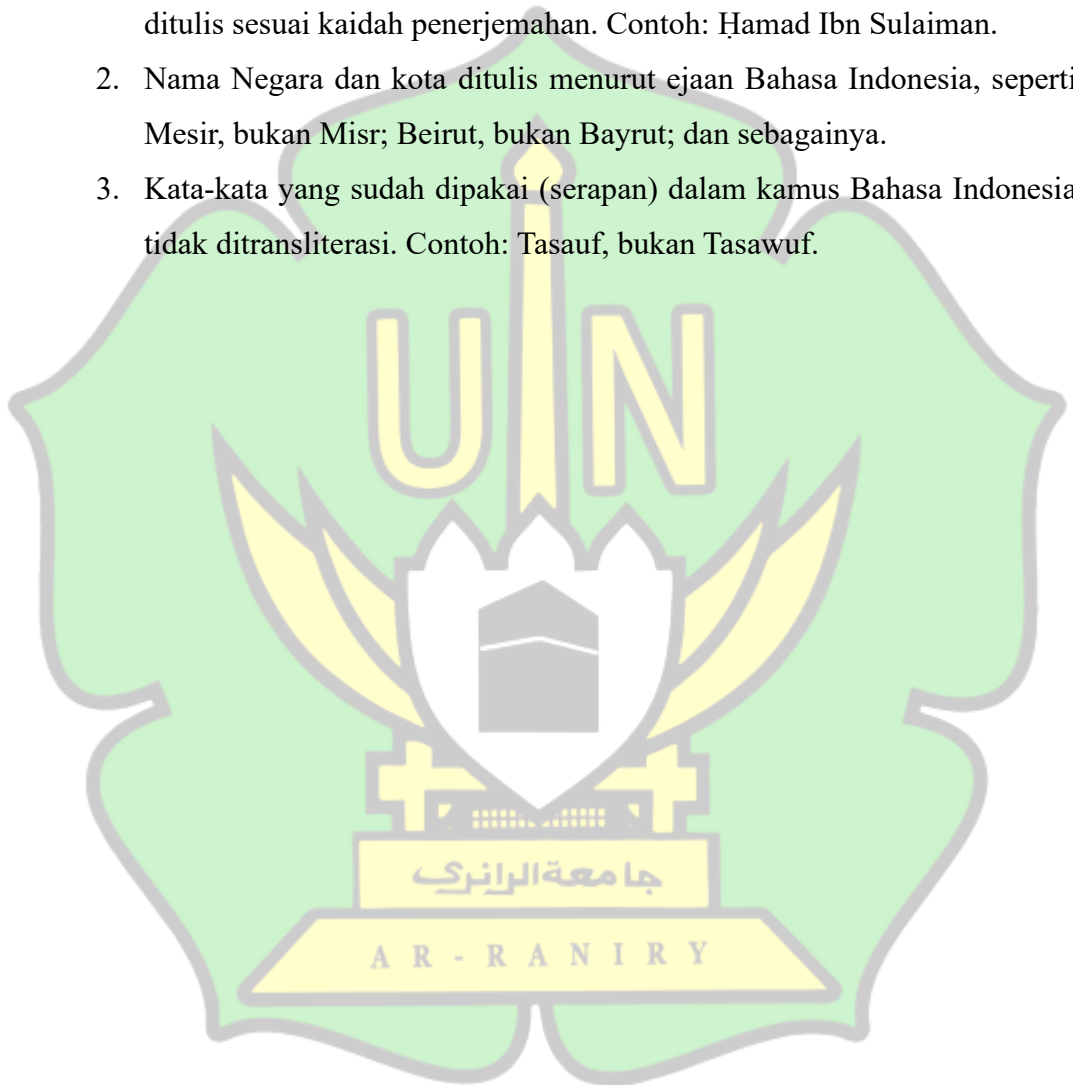
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatulatfāl*
 الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul*
Munawwarah

طَلْحَةُ : *Talhah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Nur Okta Dina Rangkuti
Nim : 210603049
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : "Pengaruh Literasi Produk dan Inklusivitas Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura)"
Pembimbing I : Dr. Ayumiati, S.E., M.Si., CTTr.
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc.Fin

Minat menabung pada bank syariah salah satu indikator penting dalam melihat perilaku keuangan mahasiswa dalam memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa pada bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah terhadap minat menabung pada bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *total sampling* terhadap 50 mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021 STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi produk berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan inklusivitas keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.

Kata Kunci: *Inklusivitas Keuangan Syariah, Literasi Produk, Minat Menabung, Bank Syariah*

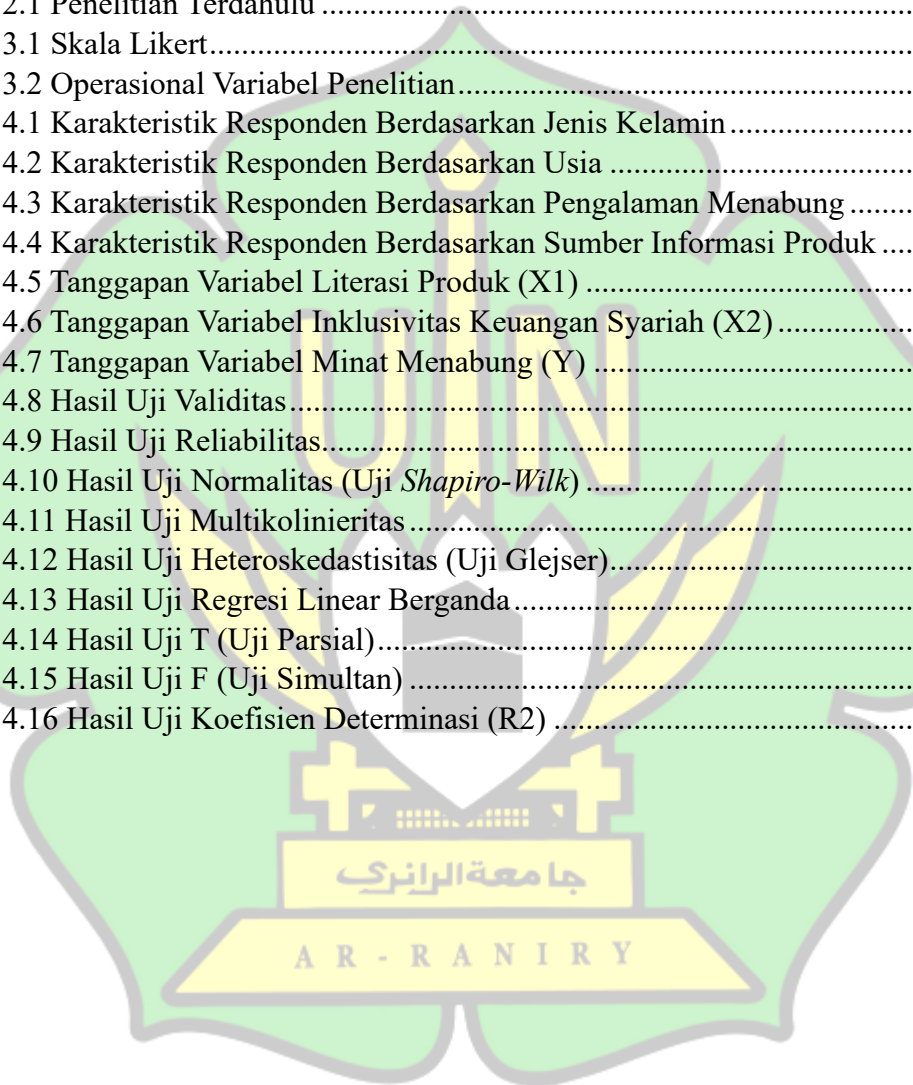
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 13
2.1 Theory Of Planned Behavior.....	13
2.2 Minat Menabung	16
2.3 Literasi Produk	23
2.4 Inklusivitas Keuangan Syariah.....	26
2.5 Bank Syariah	29
2.6 Penelitian Terdahulu.....	32
2.7 Kerangka Berpikir.....	38
2.8 Pengaruh Antar Variabel.....	39
2.9 Hipotesis Penelitian.....	42

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Lokasi Penelitian.....	43
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.5 Sumber Data.....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian.....	46
3.8 Variabel Penelitian	47
3.9 Metode Analisis Data	48
3.10 Uji Instrumen Penelitian	49
3.11 Uji Asumsi Klasik	50
3.12 Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Karakteristik Responden	57
4.3 Tanggapan Responden Penelitian.....	61
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian	66
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	71
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Kantor Bank Syariah	2
Tabel 1.2 Mahasiswa Pengguna Bank Konvensional dan Bank Syariah	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Skala Likert.....	47
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menabung	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Produk	61
Tabel 4.5 Tanggapan Variabel Literasi Produk (X1)	62
Tabel 4.6 Tanggapan Variabel Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)	62
Tabel 4.7 Tanggapan Variabel Minat Menabung (Y)	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas (Uji <i>Shapiro-Wilk</i>)	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan)	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	75



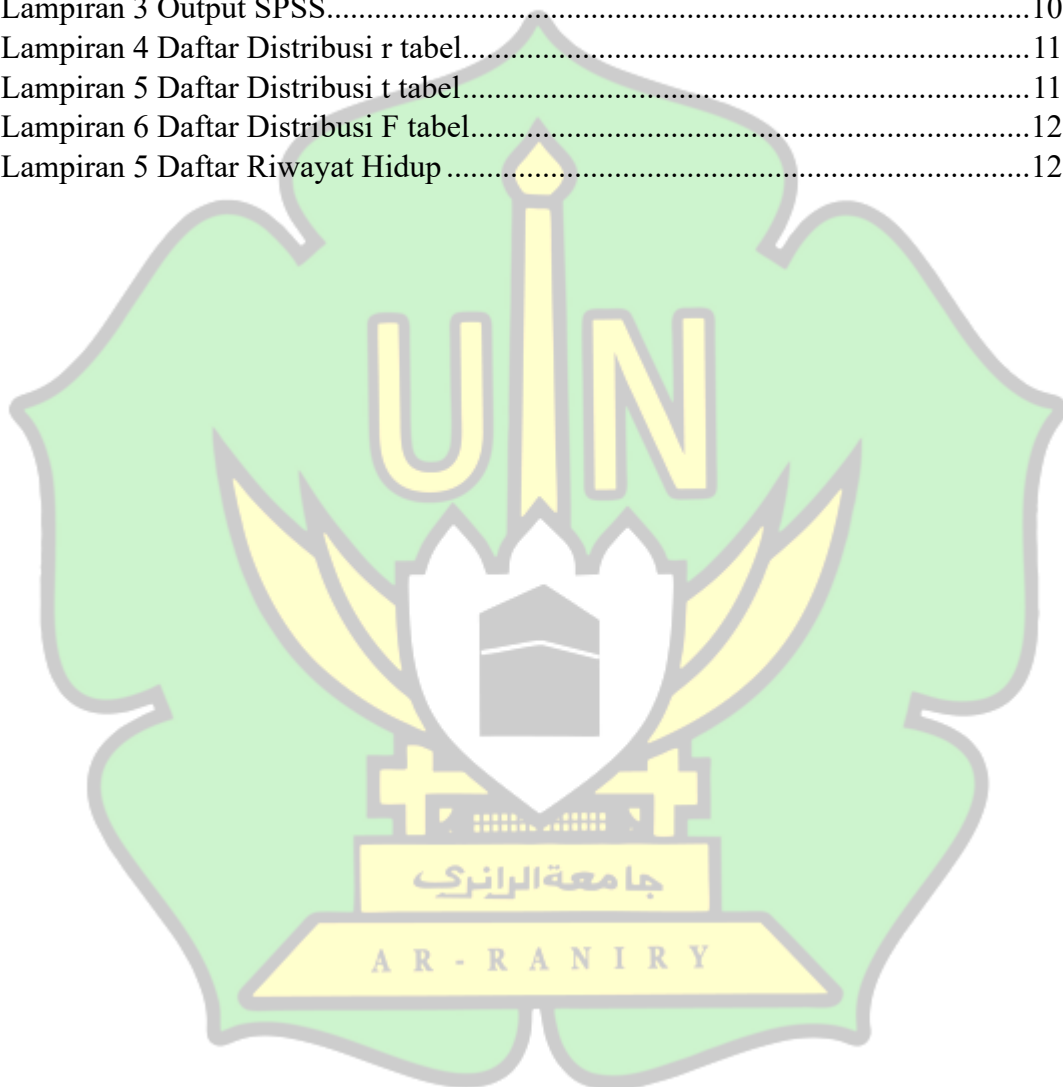
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Inklusi Keuangan	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Model Penelitian	39
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot)	67
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	67
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatterplot</i>).....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	95
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	100
Lampiran 3 Output SPSS.....	108
Lampiran 4 Daftar Distribusi r tabel.....	116
Lampiran 5 Daftar Distribusi t tabel.....	118
Lampiran 6 Daftar Distribusi F tabel.....	121
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	123



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan angka yang masih rendah. Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah, termasuk dalam sektor perbankan. Namun potensi tersebut belum sepenuhnya terealisasi secara optimal, hal ini dapat dilihat dari *market share* perbankan syariah di Indonesia tercatat 7,72% (Otoritas Jasa Keuangan, 2025). Angka tersebut masih belum menguasai pangsa pasar dengan jumlah penduduk mayoritas muslim sebanyak 87% (Badan Pusat Statistik, 2025).

Dalam praktiknya, Indonesia menerapkan sistem perbankan yang dikenal sebagai *dual banking system*, yang berarti dua jenis perbankan berupa konvensional dan syariah, yang dapat beroperasi secara berdampingan dalam satu negara. Keduanya diatur oleh peraturan perundang-undangan, dengan sistem perbankan konvensional berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dan sistem perbankan syariah berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 (Azwari et al., 2022).

Perbankan syariah menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 merupakan jenis perbankan yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Salah satu prinsip ekonomi Islam yang diterapkan dalam perbankan syariah adalah larangan terhadap riba dalam segala bentuk. Perbankan syariah merealisasikan larangan riba dengan menyediakan layanan bebas bunga bagi semua nasabahnya. Dalam setiap transaksi, baik pembayaran maupun penerimaan bunga tidak diperbolehkan, karena bunga dianggap memiliki kesamaan sifat dengan riba. Bank Syariah

beroperasi tanpa menggunakan sistem bunga, melainkan berpedoman pada ketentuan yang terdapat dalam Al-Qur'an dan hadis (Azwari et al., 2022). Prinsip ini menekankan bahwa transaksi ekonomi harus didasarkan pada barang dan jasa yang nyata, serta melarang spekulasi dan pendanaan kegiatan operasional yang dianggap tidak sah menurut hukum syariah (Prasetyo & Siwi, 2022).

Lembaga perbankan syariah di Indonesia terdiri dari 3 jenis, diantaranya Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Perkembangan jumlah kantor perbankan syariah di Indonesia antara tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan dinamika yang signifikan. Hal ini mencerminkan adaptasi sektor perbankan syariah terhadap tantangan dan peluang dalam perekonomian nasional (Simbolon et al., 2025).

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Kantor Perbankan Syariah

Jumlah Kantor	2021	2022	2023
BUS	2.035	2.007	1.967
UUS	445	438	426
BPRS	659	668	693
Jumlah	3.139	3.113	3.086
Peningkatan (n)	86	-26	-27
Peningkatan (%)	2,82%	-0,83%	-0,87%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia, (2024).

Berdasarkan Tabel 1.1 Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia yang telah dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada tahun 2023 jumlah kantor perbankan syariah tercatat sebanyak 3.086 kantor, yang mengalami penurunan sebanyak 27 kantor dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang berjumlah 3.113 kantor. Dari data tersebut

menunjukkan adanya penurunan minat masyarakat di Indonesia terhadap layanan perbankan syariah yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Fenomena rendahnya literasi keuangan syariah menyebabkan masyarakat belum sepenuhnya memahami dan memiliki minat untuk menggunakan produk perbankan syariah, sehingga tingkat penggunaan layanan masih relatif rendah. Kondisi ini berdampak pada menurunnya kebutuhan terhadap layanan di kantor cabang (Safirah et al., 2024). Meningkatnya persaingan dengan bank konvensional yang menawarkan layanan lebih praktis dan berbasis digital membuat masyarakat beralih ke alternatif tersebut. Peralihan ini mengurangi keinginan masyarakat untuk kunjungan ke kantor bank syariah, sehingga mendorong perbankan syariah melakukan efisiensi operasional melalui pengurangan atau penutupan kantor cabang yang berkaitan dengan perubahan minat menabung dan perilaku masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan (Muhri et al., 2023).

Minat menabung merujuk pada ketertarikan individu terhadap produk yang disediakan oleh lembaga keuangan, disertai dengan keinginan untuk mempelajari lebih lanjut dan menabung di bank tersebut (Dwiantoro et al., 2021). Minat menabung merupakan kondisi seseorang sebelum mengambil tindakan sebagai respons terhadap dorongan untuk mencari informasi tentang suatu produk tabungan tertentu, atau kecenderungan untuk memilih produk tabungan yang dianggap sesuai dan menarik untuk digunakan (Sugesti & Hakim, 2021). Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat menabung di bank syariah berupa perhatian, ketertarikan, keinginan, keyakinan, dan perasaan senang (Nathasa & Kusnadi, 2021).

Tingkat literasi produk terhadap perbankan syariah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam minat menabung. Literasi produk bank syariah merujuk pada sejauh mana masyarakat memahami serta memiliki

pengetahuan tentang berbagai produk dan layanan perbankan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Tujuan literasi produk bank syariah adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang karakteristik, manfaat, risiko, serta tata cara penggunaan berbagai produk perbankan yang berlandaskan prinsip syariah (Novian et al., 2023).

Literasi produk mengacu pada kondisi dimana seseorang memiliki informasi mengenai produk yang ditawarkan. Informasi tersebut mencakup merk, kualitas, perbedaan, keunggulan produk dibandingkan dengan produk lain, serta manfaat dan kegunaan produk bagi konsumen. Produk dalam perbankan syariah mencakup tiga kegiatan utama, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, serta penyediaan layanan perbankan lainnya. Aktivitas utama dalam perbankan syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat yang dikenal dengan istilah *funding*, yang berarti mengumpulkan atau memperoleh dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan seperti giro, tabungan, dan deposito (Puspitasari, 2024). Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat literasi produk berupa atribut produk, manfaat fisik, manfaat psikologis, serta nilai yang diperoleh konsumen setelah menggunakan produk atau jasa tersebut (Ramadhani & Darmawan, 2025).

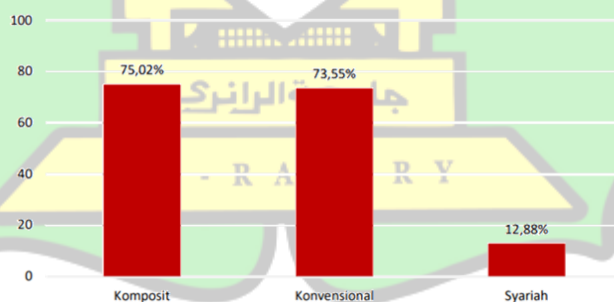
Faktor selanjutnya yakni inklusi keuangan syariah yang menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan masyarakat dalam memilih untuk menggunakan produk tabungan bank syariah. Inklusi keuangan merujuk pada akses yang diberikan kepada masyarakat terhadap produk dan layanan jasa keuangan yang relevan dan terjangkau, seperti transaksi, sistem pembayaran, produk tabungan, kredit atau pembiayaan, serta layanan asuransi yang dapat digunakan secara bijaksana dan berkelanjutan. Pengembangan inklusi keuangan syariah kini sangat penting, terutama di

kalangan mahasiswa, karena kemudahan akses yang ditawarkan oleh lembaga keuangan diharapkan dapat mendorong minat mahasiswa untuk lebih aktif dalam menabung di lembaga keuangan syariah (Sariah & Indra, 2024). Indikator untuk mengukur tingkat inklusi keuangan syariah adalah ketersediaan, penggunaan, kualitas, dan kesejahteraan (Dz., 2018).

Bank syariah di Indonesia belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam memperoleh jasa perbankan. Hal ini disebabkan oleh persepsi sebagian masyarakat yang menganggap bahwa bank syariah tidak memiliki perbedaan signifikan dengan bank konvensional (Kardoyo et al., 2020). Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2024, indeks inklusi keuangan Indonesia secara komposit tercatat sebesar 75,02%. Indeks ini mencerminkan tingkat keterlibatan masyarakat terhadap berbagai layanan keuangan formal baik konvensional maupun syariah. Namun, jika dilihat secara terpisah, inklusi keuangan konvensional jauh lebih tinggi dibandingkan syariah, sebagaimana terlihat pada Gambar 1.1.

Gambar 1.1

Indeks Inklusi Keuangan



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024.

Grafik 1.1 menunjukkan bahwa indeks inklusi keuangan syariah di Indonesia masih berada pada angka yang relatif rendah, yaitu sebesar 12,88%, dibandingkan dengan indeks konvensional yang mencapai 73,55%. Perbedaan ini mencerminkan masih terbatasnya pemanfaatan layanan keuangan syariah oleh masyarakat.

Minimnya literasi produk perbankan syariah dapat mengakibatkan masyarakat tidak mengetahui jenis-jenis produk dan potensi manfaat dari menabung di bank syariah. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya tingkat literasi keuangan syariah. Kurangnya pemahaman ini membuat masyarakat tidak sepenuhnya mengerti produk dan layanan yang disediakan oleh bank syariah, sehingga mempengaruhi pengambilan keputusan yang kurang tepat dalam mengelola keuangan mereka (Heriska, 2022). Literasi keuangan syariah seharusnya lebih banyak diperoleh di jenjang pendidikan tinggi, khususnya di kalangan mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah, sebagai salah satu perguruan tinggi yang memiliki Program Studi Perbankan Syariah. Program Studi ini bertujuan untuk mendalami konsep dan praktik sistem perbankan syariah serta mempersiapkan mahasiswa sebagai sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi dalam aspek teori maupun praktik. Mahasiswa dibekali dengan pengetahuan tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam, hukum perbankan syariah, serta keterampilan yang dibutuhkan untuk berperan aktif dalam industri keuangan syariah.

Mahasiswa Perbankan Syariah yang telah mempelajari sistem perbankan syariah, seharusnya mampu memilih sistem perbankan yang sesuai dengan syariat, meskipun sebagian belum terlibat dalam praktik tersebut. Hal ini dapat terlihat dari data yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2

Mahasiswa Pengguna Bank Konvensional dan Bank Syariah

No.	Jenis Bank	Angkatan	
		2021	2022
1.	Bank Syariah	11	6
2.	Bank Konvensional	36	26
3.	Tidak Memiliki Rekening	3	9
Total Mahasiswa		50	41

Sumber: Observasi, (2024).

Berdasarkan Tabel 1.2 diperoleh dari observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, dapat dilihat bahwa mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura angkatan 2021 memiliki jumlah pengguna bank konvensional yang lebih banyak dibandingkan dengan Angkatan 2022. Dari total 50 mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah angkatan 2021, data menunjukkan bahwa jumlah pengguna bank konvensional masih lebih dominan dibandingkan dengan pengguna bank syariah, dengan 36 mahasiswa yang menggunakan bank konvensional dan 11 mahasiswa yang menggunakan bank syariah, serta sebanyak 3 mahasiswa lainnya belum memiliki rekening. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Perbankan Syariah lebih memilih produk tabungan konvensional untuk bertransaksi dan memiliki minat yang rendah terhadap produk tabungan bank syariah. Dengan demikian, peneliti memilih mahasiswa angkatan 2021 sebagai fokus dari penelitian ini.

Mahasiswa seharusnya memiliki pemahaman mendalam terkait literasi keuangan syariah serta dapat berperan sebagai penghubung bank syariah dalam memperkenalkan produk, layanan, dan aspek positif terkait perbankan syariah kepada masyarakat. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi diharapkan menjadi pengguna aktif produk

dan layanan bank syariah, serta mampu memberikan pemahaman yang menyeluruh kepada masyarakat mengenai pentingnya menjadikan bank syariah sebagai alternatif utama dalam berbagai transaksi keuangan syariah, sekaligus mendorong masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah (Zulfayani et al., 2023)

Minat mahasiswa untuk menggunakan produk perbankan syariah atau menjadikannya sebagai sarana transaksi keuangan umumnya ditentukan oleh sejauh mana pengetahuan atau pemahaman mereka mengenai produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah, yang kemudian mempengaruhi pola perilaku mereka dalam memanfaatkan produk tersebut (Muhlis & Hasanah, 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor pengetahuan produk dan inklusi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Meskipun demikian, terdapat perbedaan hasil (*research gap*) pada penelitian sebelumnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan menabung di bank syariah, terutama pada variabel literasi keuangan syariah, religiusitas, dan inklusi keuangan syariah. Penelitian oleh Rahayu dan Hakim (2024) menjelaskan bahwa pengetahuan produk, inklusi keuangan syariah, dan *disposable income* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Surabaya Wiyung. Namun, lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan, dan religiusitas justru memperlemah pengaruh inklusi keuangan syariah terhadap keputusan menabung.

Selain itu, penelitian oleh Puji dan Hakim (2021) menunjukkan bahwa pembelajaran perbankan syariah, religiusitas, dan inklusi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya. Namun, literasi keuangan

syariah tidak berpengaruh signifikan, dan *gender* mampu memoderasi hubungan antara pembelajaran perbankan syariah dan inklusi keuangan syariah terhadap minat menabung.

Penelitian oleh Arofah (2023) juga mendukung temuan tersebut, dengan menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Sebaliknya, promosi yang efektif dan inklusi keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Kudus.

Penelitian ini merupakan ekstensi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amir (2023). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada subjek yang diteliti, di mana penelitian ini berfokus pada mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura, sedangkan penelitian terdahulu meneliti anggota KSPPS Bina Umat Mandiri Tegal. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Produk Dan Inklusivitas Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, permasalahan dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah literasi produk berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah pada bank syariah?

2. Apakah inklusivitas keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah pada bank syariah?
3. Apakah literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah pada bank syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh literasi produk terhadap minat menabung mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah pada bank syariah.
2. Pengaruh inklusivitas keuangan syariah terhadap minat menabung mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah pada bank syariah.
3. Pengaruh literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah pada bank syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis (Operasional)

Adapun manfaat praktis (operasional) dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi mahasiswa Perbankan Syariah, dengan adanya penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana tingkat literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah dapat mempengaruhi minat menabung di bank syariah.
2. Bagi perbankan syariah, penelitian ini juga dapat menjadi sumber informasi yang berguna untuk memahami perilaku keuangan

konsumen, khususnya faktor-faktor yang mendorong minat menabung di lembaga keuangan syariah.

1.4.2 Manfaat Teoritis (Akademis)

Adapun manfaat teoritis (akademis) dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk memberikan pemahaman lebih tentang preferensi mahasiswa perbankan syariah terkait pilihan produk tabungan, untuk memahami tren di kalangan generasi muda dan mengidentifikasi peluang inovasi layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.
2. Menjadi tambahan referensi atau acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mendalami aspek-aspek yang berkontribusi pada pengambilan keputusan keuangan dalam sistem perbankan syariah.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Adapun manfaat kebijakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi industri keuangan syariah, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan kontribusi informasi yang relevan dalam memahami dinamika literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah di kalangan mahasiswa.
2. Mendukung upaya pengembangan kebijakan atau program literasi dan inklusi keuangan syariah secara lebih terarah, khususnya bagi generasi muda yang memiliki potensi sebagai nasabah di masa mendatang.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah cara penyajian yang teratur dari setiap bagian dalam bab, yang disusun secara rinci, singkat, dan jelas

untuk memudahkan pemahaman laporan penelitian. Sistematika ini terdiri dari lima bab yang akan dibahas secara detail sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, terdapat pembahasan umum mengenai isi penelitian yang telah mencakup latar belakang permasalahan yang menjelaskan tentang isu yang diangkat dalam penelitian ini, identifikasi masalah yang merinci semua aspek yang terkait dengan objek penelitian, serta batasan masalah yang menetapkan ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan teori yang relevan dengan topik penelitian. Di samping itu, bab ini juga menguraikan hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan konteks penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian mencakup jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan atau perolehan data, populasi dan sampel penelitian, skala pengukuran, variabel penelitian serta metode dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini memberikan penjelasan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang mendalam tentang temuan-temuan yang telah didapatkan dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian terakhir dalam penulisan skripsi. Di dalamnya, mencakup kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dibahas, serta memberikan saran yang didasarkan pada temuan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Theory Of Planned Behavior

2.1.1 Definisi *Theory Of Planned Behavior* (TPB)

Menurut Ajzen (2002) dalam Afrianty (2021) *Theory of Planned Behavior* (TPB) berdasarkan asumsi bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) tidak cukup dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*), tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). TPB merupakan pengembangan dari *Theory Reasoned Action* (TRA) yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein. TPB atau teori perilaku terencana adalah sebuah kerangka kerja teoritis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi individu dalam melakukan suatu tindakan perilaku.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) karena minat menabung merupakan bentuk perilaku yang didasarkan pada proses perencanaan individu. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah, yang mampu mempengaruhi minat mahasiswa dalam menabung pada bank syariah.

Menurut Ajzen (2002) dalam Purwanto et al. (2022) bahwa sikap terhadap suatu perilaku ditentukan oleh sebuah keyakinan tentang konsekuensi dari suatu perilaku tersebut. Keyakinan juga dikaitkan dengan penilaian subjektif individu terhadap keadaan di lingkungan sekelilingnya yang disadari oleh diri sendiri. Hal ini berhubungan dengan perilaku tertentu dengan berbagai manfaat dan kerugian yang akan didapat dan diperoleh jika individu melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. *Theory of Planned Behavior* dipengaruhi oleh tiga variabel sebagai berikut:

1. *Attitude Toward Behavior* (Sikap Terhadap Perilaku)

Ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau bisa dikatakan keyakinan-keyakinan perilaku (*behavioural beliefs*), keyakinan berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitar. Pemahaman individu mengenai diri dan lingkungannya dilakukan dengan cara menghubungkan antara perilaku tertentu dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh apabila individu melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

Sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh penilaian individu terhadap hasil yang terkait dengan perilaku tersebut. Secara keseluruhan, jika seseorang memiliki penilaian positif terhadap suatu perilaku, maka mereka cenderung memiliki sikap yang mendukung terhadap perilaku tersebut, dan sebaliknya. Maka dari itu, sikap dapat berperan sebagai faktor yang mempengaruhi minat.

2. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Persepsi individu mengenai harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupan dirinya (*significant other*) mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya suatu tindakan atau perilaku tertentu sedangkan persepsi ini bersifat subjektif. Norma subjektif adalah persepsi individu tentang tekanan sosial yang mendorong atau menghalangi mereka untuk melakukan suatu tindakan. Berbeda dengan sikap yang dipengaruhi oleh penilaian individu terhadap diri mereka sendiri, norma subjektif dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal. Secara umum, semakin individu merasa bahwa lingkungan sosial mereka mendukung untuk melakukan suatu perilaku, semakin besar kemungkinan individu tersebut akan melakukan perilaku tersebut.

3. *Perceived Behavioral Control* (Persepsi Kontrol Perilaku)

Ditentukan oleh keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya berupa peralatan, kompatibilitas, kompetensi dan kesempatan yang

mendukung dan menghambat perilaku yang diprediksi dan besarnya sumber daya tersebut. Persepsi kontrol perilaku berasal dari keyakinan individu tentang faktor-faktor yang memfasilitasi atau menghalangi kemampuan mereka untuk melaksanakan suatu tindakan. Pengendalian perilaku dan keyakinan individu ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup hal-hal seperti pengalaman sebelumnya, pengetahuan yang dimiliki, keinginan, keterampilan, dan lain sebagainya yang ada pada diri individu itu sendiri. Di samping itu, ada juga faktor eksternal yang berasal dari lingkungan sekitar individu.

Persepsi kontrol perilaku menjelaskan bagaimana individu memahami bahwa tindakan yang mereka lakukan adalah hasil dari kemampuan dan kontrol mereka sendiri. Semakin individu merasa bahwa ada banyak faktor yang mendukung pelaksanaan suatu perilaku tertentu, maka akan semakin besar kontrol yang mereka rasakan dan persepsi positif untuk melaksanakan perilaku tersebut. Sebaliknya, jika ada banyak faktor yang menghambat pelaksanaan suatu perilaku, maka individu cenderung memiliki persepsi bahwa itu sulit untuk melaksanakan perilaku tersebut.

2.1.2 Tujuan *Theory Of Planned Behavior*

Tujuan dari *Theory of Planned Behavior* menurut Ajzen (2005) dalam Afrianty (2021) ada tiga, yaitu (1) untuk memprediksi dan memahami pengaruh motivasi pada perilaku, (2) untuk mengidentifikasi strategi dalam mengubah perilaku, (3) untuk menjelaskan hampir semua perilaku manusia. Teori tersebut mampu untuk memprediksi perilaku manusia dengan asumsi bahwa manusia berfikir secara rasional dan sistematis dalam memanfaatkan informasi yang tersedia bagi mereka dan seseorang akan

mempertimbangkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk terlibat atau tidak terlibat dalam perilaku tertentu.

2.2 Minat Menabung

2.2.1 Definisi Minat Menabung

Minat adalah fokus individu terhadap suatu objek yang dianggap dapat memberikan manfaat, sehingga menimbulkan perasaan senang dan mendorong individu untuk melakukan aktivitas yang dianggap sesuai dan bernilai. Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan hati yang terarah pada suatu objek, yang kemudian mempengaruhi sikap individu karena adanya perasaan senang, sehingga menghasilkan suatu keputusan yang dianggap tepat dan diyakini (Saputra, 2022).

Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan tersebut merupakan hasil dari suatu proses pengambilan keputusan yang melibatkan pertimbangan terhadap kebutuhan, kemampuan, serta berbagai alternatif yang tersedia. Pengambilan keputusan ini dipengaruhi oleh pengalaman dan aktivitas sebelumnya, termasuk kondisi kebutuhan dan sumber dana yang dimiliki oleh individu (Novian et al., 2023).

Kotler (1994) dalam Likumahua (2026) menjelaskan bahwa minat akan muncul dengan sendirinya ketika seseorang tergerak untuk melakukan pencarian baik berupa informasi ataupun yang lain. Minat merupakan proses evaluasi terhadap berbagai alternatif yang muncul dari rangsangan yang diterima, termasuk dalam pengambilan keputusan. Seseorang akan terdorong dan memiliki minat terhadap suatu barang atau jasa, yang kemudian tercermin dalam perilaku, seperti perilaku menabung sebagai bentuk respons kognitif yang dialaminya. Pengumpulan informasi baik yang berasal dari dalam diri maupun dari lingkungan luar, turut membentuk persepsi individu yang pada akhirnya mendorong munculnya minat hingga menjadi suatu perilaku.

Dalam konteks perilaku keuangan, minat tercermin pada kecenderungan individu untuk terlibat dalam aktivitas menabung, yang dikenal sebagai minat menabung. Minat menabung merupakan dorongan yang memotivasi seseorang untuk menyimpan dana di bank, dengan ketentuan bahwa penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan aturan yang telah disepakati antara nasabah dan pihak bank (Nengsih et al., 2021).

Minat menabung merupakan suatu dorongan dalam diri individu atau kelompok masyarakat yang mengarah pada keputusan untuk menyimpan uang, yang dilakukan atas dasar keinginan sendiri tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak manapun. Minat seseorang untuk menabung umumnya muncul dari adanya stimulus atau dorongan yang berasal dari berbagai pihak, seperti promosi oleh lembaga keuangan atau pengaruh lingkungan sekitar. Rangsangan tersebut kemudian akan dipertimbangkan oleh individu sesuai dengan karakter dan kepribadiannya, sebelum akhirnya memutuskan untuk menyimpan uang di lembaga keuangan yang dipilihnya (Ma'ruf, 2021).

2.2.2 Tahapan Timbulnya Minat Menabung

Said (2016) menyebutkan munculnya minat untuk menabung umumnya melalui beberapa tahapan perkembangan yang mencakup aspek psikologis, emosional, hingga praktis. Berikut adalah tahapan-tahapan yang sering terjadi dalam proses timbulnya minat menabung:

1. Kesadaran Awal
 - a. Seseorang bisa mulai menyadari nilai penting menabung setelah menghadapi kondisi kekurangan dana, atau saat menyaksikan orang lain mampu mengatur keuangannya dengan baik.
 - b. Belajar tentang konsep dasar uang, seperti pengertian menabung dan bagaimana cara kerja uang yang dapat diperoleh melalui pembelajaran baik dari keluarga, lingkungan sekolah, maupun melalui media.

2. Pengenalan dan Motivasi

- a. Pengenalan manfaat menabung. Menyadari keuntungan yang diperoleh dari aktivitas menabung, seperti tersedianya dana untuk keperluan di masa depan, pencapaian tujuan jangka panjang, ataupun untuk menghadapi keadaan darurat.
- b. Motivasi internal. Memiliki dorongan pribadi, misalnya keinginan untuk membeli barang yang diinginkan, merencanakan kehidupan di masa depan, atau meraih target keuangan tertentu.

3. Perencanaan dan Tujuan

- a. Menetapkan tujuan finansial yang spesifik dan realistis, seperti membeli barang yang bernilai tinggi, merancang agenda liburan, atau menyiapkan biaya pendidikan.
- b. Memiliki rencana menabung yang jelas, tentang jangka waktu berapa lama dan berapa banyak yang akan ditabung

4. Pengembangan Kebiasaan

- a. Mulai menabung secara konsisten, misalnya dengan menyisihkan sebagian dari penghasilan setiap bulannya
- b. Konsisten menumbuhkan kebiasaan menabung, meskipun nominalnya kecil guna membentuk rutinitas yang berkelanjutan.

5. Pengelolaan dan Evaluasi

- a. Mengelola dan memantau perkembangan tabungan, termasuk dalam memilih instrument keuangan yang sesuai, seperti tabungan syariah, reksa dana, maupun bentuk investasi lainnya.
- b. Mengevaluasi perkembangan tabungan yang telah dicapai dan melakukan penyesuaian terhadap rencana jika diperlukan, berdasarkan perubahan dalam pendapatan, pengeluaran, atau tujuan.

6. Perluasan dan Diversifikasi

- a. Diversifikasi investasi. Setelah kebiasaan menabung terbentuk, seseorang bisa mulai mempertimbangkan untuk melakukan diversifikasi investasi, misalnya dengan membeli saham, obligasi, atau jenis aset lainnya.
- b. Pendidikan lanjutan. Melanjutkan edukasi terkait beragam produk keuangan dan strategi investasi guna memperdalam pemahaman serta meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan secara efektif.

7. Penguatan dan Komitmen

- a. Komitmen jangka panjang. Menjadikan aktivitas menabung sebagai bagian yang tak terpisahkan dari gaya hidup serta perencanaan keuangan jangka panjang.
- b. Penguatan kebiasaan. Terus memperkuat kebiasaan menabung dan memastikan bahwa tujuan keuangan tetap relevan dan dapat dicapai sesuai rencana.

Proses timbulnya minat menabung juga dapat dipahami melalui pendekatan lain, salah satunya model AIDA yang diuraikan oleh Kotler & Keller (2009) dalam Priansa (2017), yaitu sebagai berikut:

1. Perhatian (*attention*). Tahap ini merupakan tahap awal di mana calon nasabah mulai menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhannya.
2. Ketertarikan (*interest*). Pada tahap ini, calon nasabah mulai menunjukkan ketertarikan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan setelah memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai layanan tersebut.
3. Hasrat (*desire*). Calon nasabah mulai memikirkan dan mendiskusikan jasa yang ditawarkan, seiring munculnya keinginan untuk menggunakan

layanan tersebut. Hal ini ditandai dengan adanya minat yang semakin kuat untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

4. Tindakan (*action*). Pada tahap ini, calon nasabah telah memiliki keyakinan yang tinggi untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

2.2.3 Jenis-Jenis Minat Menabung

Nashihah (2017) menjelaskan minat seseorang dalam menabung dapat bervariasi, tergantung pada tujuan, motivasi, serta strategi keuangan yang dimiliki. Secara umum, minat menabung dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berikut:

1. Menabung untuk kebutuhan jangka pendek
2. Menabung untuk tujuan jangka menengah
3. Menabung untuk tujuan jangka panjang
4. Menabung berdasarkan metode atau strategi tertentu
5. Menabung untuk keperluan investasi
6. Menabung untuk kegiatan sosial dan amal
7. Menabung untuk keamanan dan perlindungan

Klasifikasi minat menabung juga dikemukakan oleh Saleh & Wahab (2004) yang membagi minat menabung ke dalam tiga jenis, yaitu:

1. Berdasarkan timbulnya, minat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif merupakan minat yang muncul karena kebutuhan biologis atau dorongan dari dalam tubuh. Sementara itu, minat kultural dapat disebut sebagai minat sosial, yaitu minat yang terbentuk melalui proses pembelajaran
2. Berdasarkan arahnya, minat terbagi menjadi minat intrinsik dan minat ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang berkaitan langsung dengan

aktivitas itu sendiri, sedangkan minat ekstrinsik merupakan minat yang berkaitan dengan tujuan akhir dari aktivitas tersebut.

3. Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat dapat dibedakan menjadi *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interest*, dan *inventoried interest*.

2.2.4 Indikator Minat Menabung

Lucas & Britt (2003) menjelaskan dalam penelitian Nathasa & Kusnadi (2021), di mana mereka mengkaji lima komponen yang mempengaruhi minat menabung, di antaranya:

1. Perhatian (*attention*)

Menurut Kotler dalam penelitian Solihin, *attention* merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan calon konsumen. Selain itu, konsumen juga mulai mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks minat menabung, artinya pada tahap ini nasabah mulai menilai suatu produk atau jasa yang ditawarkan apakah sesuai dengan kebutuhannya. Pada bagian ini, *attention* memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen sehingga mampu dilihat dan dirasakan oleh nasabah. Perhatian ini terjadi pada tingkat ketertarikan nasabah terhadap produk-produk perbankan, di mana pegawai bank memperkenalkan produk-produk secara ramah.

2. Ketertarikan (*interest*)

Menurut Kotler dalam penelitian Solihin, *interest* merupakan proses munculnya rasa ketertarikan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai produk atau jasa tersebut. Artinya, dalam tahapan ini, setelah adanya perhatian dari pihak pegawai bank kepada calon nasabah, maka akan timbul ketertarikan untuk menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan.

3. Keinginan (*desire*)

Menurut Kotler dan Armstrong, *desire* ditandai dengan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu. Produsen berusaha menyediakan barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan kata lain, keinginan muncul sebagai hasil dari ketertarikan kuat calon konsumen terhadap suatu objek yang membangkitkan minat dan Hasrat untuk mencoba atau membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks penggunaan produk perbankan, apabila calon nasabah sudah merasakan ketertarikan, maka pada tahap ini mereka mulai memilih produk yang ditawarkan oleh pihak bank.

4. Keyakinan (*conviction*)

Menurut Kotler, *conviction* merupakan keadaan di mana seseorang telah menempatkan suatu produk pada posisi penting dan menjadikannya sebagai pilihan utama. Keyakinan adalah hasil akhir dari kemampuan individu dalam mengambil keputusan secara mantap. Dalam konteks bank syariah, ketika nasabah telah memilih produk yang diinginkan, maka akan muncul keyakinan untuk benar-benar mengambil keputusan dalam memperoleh produk tersebut. Keyakinan ini ditunjukkan melalui rasa percaya diri individu terhadap kualitas, manfaat, dan keuntungan dari produk yang akan digunakan.

5. Perasaan Senang

Persepsi mengenai minat menabung di bank syariah berkaitan erat dengan emosi atau perasaan individu. Artinya, indikator ini memiliki hubungan yang kuat dengan persepsi atau kondisi emosional seseorang. Jika keberhasilan dalam menabung didorong oleh minat yang tinggi, maka hal tersebut dapat menimbulkan perasaan senang atau puas.

Pengukuran minat juga dapat dilihat dari perspektif yang berbeda. Ferdinand (2014) dalam Amalia et al. (2025) mengemukakan beberapa

indikator yang digunakan untuk mengukur variabel minat, yaitu:

1. Minat Transaksional. Menggambarkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau layanan, yang menunjukkan kecenderungan individu untuk melakukan transaksi.
2. Minat Referensial. Menunjukkan kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk kepada orang lain, sebagai bentuk tingkat kepercayaan terhadap produk tersebut.
3. Minat Preferensial. Mengacu pada ketertarikan individu terhadap suatu produk tertentu. Preferensi ini umumnya bersifat stabil dan hanya akan berubah apabila terjadi perubahan yang signifikan pada produk yang dipilih.
4. Minat Eksploratif. Menggambarkan kecenderungan individu untuk terus mencari informasi mengenai produk yang diminati, serta mengumpulkan berbagai informasi yang mendukung kualitas positif produk tersebut.

2.3 Literasi Produk

2.3.1 Definisi Literasi Produk

Lin & Lin (2007) pengetahuan produk pada konsumen dipengaruhi oleh tingkat keterbiasaan atau familiaritas mereka terhadap produk tersebut. Konsumen yang memiliki tingkat pengetahuan produk yang tinggi cenderung memiliki kemampuan mengingat, mengenali, menganalisis, serta menalar secara lebih rasional dibandingkan dengan yang memiliki tingkat pemahaman terhadap produk yang masih rendah.

Kotler & Armstrong (2004) dalam Ramadhani & Darmawan (2025) produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk

dapat berupa benda fisik, layanan, individu, tempat, gagasan, ataupun organisasi.

Pengetahuan produk merupakan himpunan informasi yang berkaitan dengan suatu produk. Informasi ini mencakup kategori produk, merek, istilah-istilah yang digunakan, karakteristik atau fitur produk tersebut. Secara umum, pengetahuan produk mencakup pemahaman mengenai kualitas, keunggulan, perbedaan produk dibandingkan dengan produk lain, serta manfaat dan nilai guna produk bagi konsumen (Novian et al., 2023)

2.3.2 Dimensi Literasi Produk

Lin & Chen (2006) menjelaskan dalam Khanifah (2024) dimensi pengetahuan produk terdiri dari tiga, yaitu:

1. *Consumer Perception*, merupakan persepsi konsumen mengenai keunggulan produk dan cara pakai produk dengan tepat secara penggunaannya.
2. *Memory*, merupakan spesifikasi produk yang terdapat dalam ingatan konsumen serta jenis produk.
3. *Consumer Experience*, merupakan pengalaman konsumen saat melihat serta mencoba produk.

Pengetahuan terhadap suatu produk dapat dilihat melalui beberapa dimensi yang saling berkaitan, di mana secara umum terdiri atas tiga dimensi utama. Pertama, pengetahuan subjektif merupakan sejauh mana pengetahuan pembeli terhadap suatu produk yang didasarkan pada penilaian diri sendiri. Kedua, pengetahuan objektif adalah tingkat informasi produk yang tersimpan dalam ingatan konsumen, yang mencerminkan pemahaman actual. Ketiga, keahlian yang terbentuk dari pengalaman berkaitan dengan pengalaman sebelumnya dalam membeli atau menggunakan produk, sehingga tingkat

keakraban terhadap produk turut mempengaruhi pengetahuan yang dimiliki (Matondang et al., 2023).

2.3.3 Indikator Literasi Produk

Indikator pengetahuan produk menurut Peter & Olson (2010) dalam Ramadhani & Darmawan (2025) meliputi:

1. Atribut produk, yaitu semua aspek fisik dari produk itu sendiri
2. Manfaat fisik, yaitu efek yang langsung dirasakan oleh konsumen
3. Manfaat psikologis, yang berkaitan dengan dampak sosial atau emosional
4. Nilai yang diperoleh konsumen setelah menggunakan produk atau jasa

Roslina (2009) dalam Risnawati et al. (2023), literasi produk diukur melalui tiga pendekatan, yaitu:

1. *Subjective Knowledge*, yaitu tingkat pemahaman konsumen terhadap suatu produk yang didasarkan pada penilaian diri sendiri (*self-assessed knowledge*).
2. *Objective Knowledge*, merupakan tingkat serta jenis informasi produk yang benar-benar tersimpan dalam ingatan konsumen, yang juga dikenal sebagai pengetahuan actual (*actual knowledge*).
3. *Experience-based Knowledge*, yaitu pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya dalam membeli atau menggunakan suatu produk.

Literasi yang cukup mengenai produk akan membantu konsumen memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, perusahaan memiliki peran penting dalam menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses tentang produk mereka.

2.4 Inklusivitas Keuangan Syariah

2.4.1 Definisi Inklusi Keuangan Syariah

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023) inklusi keuangan adalah ketersediaan akses dan pemanfaatan atas produk dan atau layanan PUJK yang terjangkau, berkualitas, dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan masyarakat.

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (2020) inklusi keuangan adalah kondisi ketika masyarakat mempunyai akses terhadap berbagai produk dan layanan keuangan formal yang berkualitas secara tepat waktu, lancar, dan aman dengan biaya terjangkau sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

The Consultative Group to Assist the Poor-Global Partnership for Financial Inclusion (CGAP-GPFI) mengartikan inklusi keuangan adalah kondisi di mana semua orang memiliki akses efektif terhadap kredit, tabungan, pembayaran, dan asuransi dari penyedia layanan formal. Akses efektif diartikan sebagai pemberian layanan yang nyaman dan bertanggung jawab, dengan biaya yang terjangkau bagi pelanggan, sehingga mereka yang tidak layak secara finansial dapat menggunakan layanan keuangan formal dibandingkan layanan informal yang ada (Putri, 2020).

Inklusi keuangan dapat diartikan sebagai kemudahan akses bagi seluruh lapisan masyarakat terhadap lembaga keuangan formal guna mendukung peningkatan kondisi perekonomian. Sementara itu, inklusi keuangan syariah merujuk pada tersedianya akses yang mudah bagi seluruh golongan

masyarakat untuk memanfaatkan layanan lembaga jasa keuangan yang berlandaskan prinsip dan hukum syariah (Zahara et al., 2021)

2.4.2 Tujuan Inklusi Keuangan

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 tentang peningkatan inklusi dan literasi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen yang berisi tujuan inklusi keuangan sebagai berikut:

1. Meningkatnya akses masyarakat terhadap lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan
2. Meningkatnya penyediaan produk atau layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat
3. Meningkatnya penggunaan produk atau layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat
4. Meningkatnya kualitas penggunaan produk dan layanan jasa keuangan sesuai kebutuhan dan kemampuan masyarakat

Implementasi inklusi keuangan diarahkan pada sejumlah tujuan yang tidak hanya berfokus pada perluasan akses layanan keuangan, tetapi juga pada penguatan kapasitas ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Tujuan inklusi keuangan secara detail antara lain:

1. Menjadikan strategi keuangan inklusif sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi nasional, yang termasuk dalam upaya penanggulangan kemiskinan, pemerataan pendapatan, dan menjaga stabilitas sistem keuangan.
2. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai layanan serta produk keuangan yang tersedia
3. Memperluas akses masyarakat terhadap berbagai layanan keuangan sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal

4. Memperkuat kerja sama antara perbankan, lembaga keuangan mikro, serta lembaga keuangan formal maupun nonformal nonbank dalam mendukung perluasan layanan keuangan.
5. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk memperluas jangkauan layanan keuangan kepada masyarakat yang belum terlayani secara maksimal (Setyaningrat et al., 2023).

2.4.3 Indikator Inklusi Keuangan

Menurut Dz. (2018) indikator yang dapat digunakan untuk menilai sejauh mana suatu negara mengembangkan inklusi keuangan meliputi:

1. Ketersediaan/akses, yaitu sejauh mana masyarakat dapat menjangkau layanan keuangan formal secara fisik maupun dari sisi biaya.
2. Penggunaan, yakni pemanfaatan nyata terhadap produk dan layanan keuangan dilihat dari frekuensi, keteraturan, dan durasi penggunaannya.
3. Kualitas, yaitu sejauh mana produk keuangan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pengguna
4. Kesejahteraan, yakni pengaruh layanan keuangan terhadap peningkatan kualitas hidup pengguna

Pengukuran inklusi keuangan syariah pada tingkat individu dapat dilakukan melalui beberapa indikator yang mencerminkan akses, penggunaan, dan pemanfaatan layanan keuangan syariah oleh masyarakat. Indikator tersebut meliputi kemudahan akses terhadap produk dan layanan keuangan syariah, kepemilikan rekening atau produk keuangan syariah, frekuensi penggunaan layanan keuangan syariah, serta ketersediaan informasi mengenai produk keuangan syariah. Selain itu, kemudahan dalam memperoleh pembiayaan syariah dan pemanfaatan layanan digital perbankan syariah juga menjadi bagian penting dalam mengukur tingkat inklusi keuangan syariah (Karimah et al., 2025).

2.5 Bank Syariah

2.5.1 Definisi Bank Syariah

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2025) bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim, dan objek yang haram.

Bank syariah adalah institusi keuangan yang berperan sebagai penghubung antara individu atau pihak yang memiliki kelebihan dana dengan mereka yang membutuhkan dana untuk menjalankan berbagai aktivitas bisnis, sesuai dengan prinsip-prinsip dalam ajaran Islam. Dalam praktiknya, sistem perbankan syariah juga dikenal sebagai perbankan bebas bunga, di mana operasionalnya tidak melibatkan penerapan bunga (riba), aktivitas spekulatif (maysir), maupun ketidakjelasan atau ketidakpastian (gharar) (Wardani et al., 2023).

2.5.2 Fungsi Bank Syariah

Fungsi bank syariah berdasarkan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 pada pasal 4 adalah sebagai berikut:

1. Bank syariah dan Unit Usaha Syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat
2. Bank syariah dan Unit Usaha Syariah dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga Baitul Mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
3. Bank syariah dan Unit Usaha Syariah dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola

wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).

Fungsi bank syariah dapat diwujudkan sebagai *intermediary agent*, yaitu pihak yang berperan sebagai perantara antara masyarakat dengan masyarakat maupun masyarakat dengan pemerintah dalam kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana. Selain itu, bank syariah juga berfungsi sebagai *fund and investment manager* (manajer investasi dan pembiayaan), penyedia jasa perbankan sebagaimana bank konvensional dengan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip syariah, serta sebagai pengelola fungsi sosial (Handayani et al., 2025).

2.5.3 Produk Bank Syariah

Terdapat tiga klasifikasi produk dalam bank syariah secara garis besar berupa produk penghimpun dana/simpanan (*funding*) seperti giro, deposito dan tabungan, penyaluran dana (*lending*) seperti pembiayaan, serta penyediaan jasa-jasa bank (*service*) seperti pengiriman uang, *letter of credit*, bank garansi, dan sebagainya (Romadhon & Sutantri, 2021)

A. Produk Penghimpun Dana (*Funding*)

1. Giro wadiah. Produk ini merupakan salah satu bentuk simpanan yang memberikan kebebasan bagi nasabah dalam menarik dana kapan pun, di mana risiko kerugian sepenuhnya menjadi tanggung jawab bank syariah. Giro wadiah wajib memiliki karakter sebagai titipan, artinya dana yang disimpan harus selalu siap untuk dicairkan oleh pemiliknya kapan saja diperlukan. Di samping itu, dalam giro wadiah tidak diperbolehkan adanya pemberian imbalan yang bersifat mengikat atau wajib kepada nasabah (Azky & Budianto, 2024).
2. Produk tabungan. Bank syariah menyediakan dua jenis produk tabungan, yakni tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Tabungan wadiah merupakan akad titipan di mana nasabah

menyerahkan dananya kepada bank untuk disimpan dengan aman, tanpa adanya pembagian keuntungan. Sementara itu, tabungan mudharabah adalah bentuk kerja sama antara pemilik dana (*shahibul mal*) dan pihak pengelola (*mudharib*), di mana keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan bersama (Siagian & Suti, 2025)

3. Deposito. Deposito merupakan jenis simpanan yang hanya bisa dicairkan dalam periode tertentu berdasarkan kesepakatan nasabah dan pihak bank syariah. Produk ini menggunakan akad mudharabah, dengan maksud sebagai sarana investasi berdasarkan prinsip syariah untuk memperoleh keuntungan (Sovita & Sari, 2021).

B. Produk Penyaluran Dana (*Lending*)

Pembiayaan dalam bank syariah, yang setara dengan kredit pada bank konvensional, pada hakikatnya merupakan suatu perjanjian antara bank dan nasabah yang membutuhkan dana untuk mendukung kegiatan atau keperluan tertentu. Jenis pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah ini dibedakan berdasarkan akad yang digunakan, seperti akad jual beli, akad investasi atau penanaman modal, akad sewa, serta akad pinjaman tanpa imbalan atau bunga. Bentuk pembiayaan ini termasuk dalam kategori produk *lending* atau penyaluran dana pada bank syariah, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat sesuai prinsip-prinsip syariah (Fikri et al., 2023).

C. Produk Penyediaan Jasa (*Service*)

Peran bank syariah tidak hanya terbatas pada penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat, tetapi bank syariah juga menyediakan berbagai layanan jasa perbankan. Layanan ini disediakan untuk mendukung kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitas

ekonomi mereka. Memberikan jasa kepada nasabah termasuk dalam fungsi ketiga dari perbankan syariah. Beberapa bentuk layanan jasa yang ditawarkan meliputi pengiriman uang (transfer), layanan pemindahbukuan dana, penagihan surat berharga, proses kliring, *letter of credit* (L/C), inkaso dan garansi bank, serta berbagai layanan jasa perbankan lainnya (Fikri et al., 2023)

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan langkah penting dalam proses penelitian ilmiah. Dengan melakukan kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya secara tepat, peneliti dapat membangun dasar yang kuat untuk penelitian baru, menghasilkan karya ilmiah yang berkualitas, serta turut berkontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan. Dalam dunia riset, membangun fondasi yang kokoh merupakan tahap yang sangat penting menuju keberhasilan. Fondasi ini dibentuk melalui proses yang biasa disebut sebagai penelitian terdahulu, tinjauan pustaka, kajian literatur, atau studi literatur (Halid & Bashori, 2024). Penelitian ini mengacu pada sejumlah penelitian-penelitian terdahulu yang relevan sebagai landasan dan pembanding, sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan oleh Novelia (2025). Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui angket (kuesioner) yang dibagikan langsung kepada responden. Lokasi penelitian berada di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ungaran, Jawa Tengah. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Ungaran yang belum menjadi nasabah di BSI KCP Ungaran, dengan total jumlah penduduk pada tahun 2024 sebanyak 281.603 jiwa. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. *Islamic Branding* serta

pendapatan masyarakat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung. Selain itu, *Corporate Image* mampu memoderasi hubungan antara pengetahuan produk, *Islamic Branding*, dan pendapatan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Sya'banin (2024) menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan data melalui kuesioner yang disebarlang langsung kepada masyarakat. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat desa Cipeujeuh Wetan. Sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling* yaitu sebanyak 96 orang, dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan literasi keuangan, inklusi keuangan, dan kepercayaan pada bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.
3. Penelitian ini dilakukan oleh Novian, Anwar, Fauzi, dan Irviani (2023). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah per 28 Februari 2022 yang berjumlah 6.917 nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi terstruktur, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan statistik kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya pengetahuan setiap jenis produk tabungan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah.

4. Penelitian ini dilakukan oleh Amir (2023) dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis data berupa angka dan diuji menggunakan metode statistik. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran angket kepada anggota KSPPS BMT BUM Tegal yang berjumlah 17.612 orang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang diambil dari anggota KSPPS BMT BUM Tegal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung anggota KSPPS BMT BUM Tegal. Selain itu, inklusi keuangan syariah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota KSPPS BMT BUM Tegal. Secara simultan, literasi keuangan syariah dan inklusi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung anggota KSPPS BMT BUM Tegal.
5. Penelitian ini dilakukan oleh Muhlis & Hasanah (2023) yang menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Syariah Indonesia, KC Pettarani Makassar. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan data *timeseries*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat tentang bank syariah mempengaruhi sikap masyarakat memilih produk yang ditawarkan, sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan meningkatkan minat menjadi nasabah, demikian pula sebaliknya. Sementara pada variabel reputasi bank syariah juga berpengaruh positif terhadap keyakinan nasabah dalam memilih bermitra di bank syariah. Nasabah akan tetap menggunakan jasa perusahaan dan memiliki keyakinan menabung yang kuat pada perusahaan terkait apabila perusahaan memiliki reputasi yang baik.

6. Penelitian ini dilakukan oleh Pranata (2023). Penelitian ini terkategori dalam jenis penelitian kuantitatif dan dilakukan pada mahasiswa aktif UIN Malang Program Studi Perbankan Syariah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UIN Malang yang berjumlah 2.494 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 147 responden yang dianggap mampu mewakili populasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa, yang berarti semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki maka semakin besar minat untuk menabung di bank syariah. Sebaliknya, lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa, sehingga luasnya lingkungan sosial tidak selalu meningkatkan minat tersebut. Selain itu, pengetahuan bank syariah dan lingkungan sosial sama-sama berpengaruh signifikan terhadap religiusitas mahasiswa.

Tabel 2.1

Penelitian Terkait

No	Judul Penelitian, Nama Peneliti, dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil
1	Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, <i>Islamic Branding</i> dan Pendapatan Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan <i>Corporate Image</i> Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP	Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui instrumen penelitian, dan menggunakan analisis regresi linear berganda	Variabel X sama yaitu pengetahuan produk. Variabel Y sama yaitu minat menabung.	Pada penelitian ini terdapat variabel moderasi. Sedangkan peneliti tidak terdapat variabel moderasi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung,

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Judul Penelitian, Nama Peneliti, dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil
	Ungaran). (Novelia, 2025)	dengan pendekatan <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).			<i>Islamic Branding</i> dan pendapatan masyarakat berpengaruh negatif dan signifikan. <i>Corporate Image</i> dapat memoderasi hubungan antara pengetahuan produk terhadap minat menabung
2	Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Kepercayaan pada Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Cipeujeuh Wetan) (Syab'ani, 2024).	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan data melalui kuesioner yang disebarkan langsung kepada masyarakat desa Cipeujeuh Wetan dengan analisis regresi linear berganda.	Variabel X2 yang sama yaitu inklusivitas keuangan syariah serta variabel Y yang juga serupa yaitu minat menabung.	Variabel X1 pada penelitian ini berupa literasi keuangan, sedangkan variabel X1 peneliti yaitu literasi produk.	Hasil penelitian ini menunjukkan literasi keuangan, inklusi keuangan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.
3	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). (Novian, Anwar, Fauzi, dan Irviani, 2023).	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan teknik analisis data regresi linear sederhana.	Variabel X dan Y sama yaitu pengetahuan produk dan minat menabung.	Peneliti menambahkan variabel X2 berupa inklusi keuangan syariah, sementara	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan setiap jenis produk

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Nama Peneliti, dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil
				penelitian ini tidak memasukkan variabel tersebut.	berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah.
4	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Anggota KSPPS BMT Bina Umat Mandiri Tegal. (Amir,2023)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis data berupa regresi linear berganda.	Variabel X2 yang sama yaitu inklusi keuangan syariah serta Variabel Y yang sama yaitu minat menabung	X1 pada penelitian ini merupakan literasi keuangan syariah, sedangkan pada judul peneliti X1 yaitu pengetahuan produk.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan inklusi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung anggota KSPPS BMT BUM Tegal.
5	Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia. (Muhlis & Hasanah, 2023).	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan melalui regresi linear berganda menggunakan data <i>timeseries</i> .	Variabel X1 dan Y yang sama yaitu pengetahuan produk dan minat menabung	Variabel X2 pada penelitian ini berupa reputasi bank, sedangkan pada peneliti variabel X2 membahas inklusivitas keuangan syariah.	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan produk dan reputasi bank berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Tabel 2.1-Lanjutan

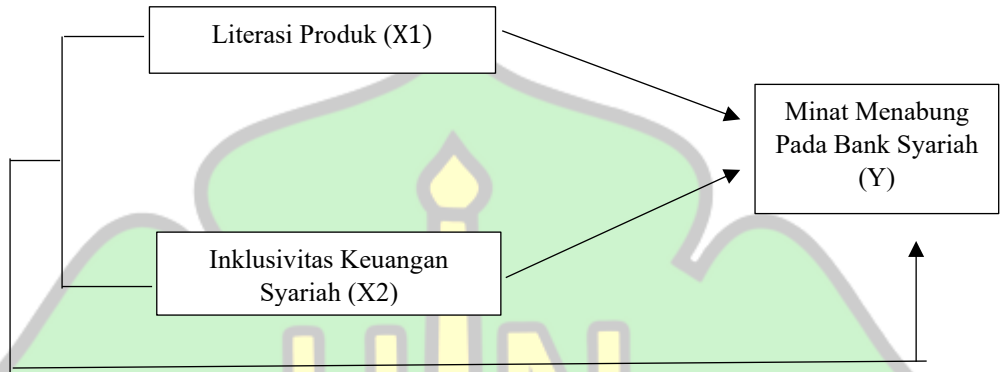
No	Judul Penelitian, Nama Peneliti, dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil
6	Pengaruh Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Malang di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Mediasi (Pranata, 2023).	Penelitian ini terkategori dalam jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode analisis <i>Structural Equation Modeling</i> berbasis <i>Partial Least Square</i> (SEM/PLS).	Variabel X1 peneliti yang sama pada penelitian ini yaitu pengetahuan produk	Variabel X2 pada penelitian ini membahas lingkungan sosial yang berbeda dengan variabel X2 peneliti yaitu inklusi keuangan syariah.	Hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan bank syariah berpengaruh signifikan, sedangkan lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

2.7 Kerangka Berpikir

Syahputri et al., (2023) menyebutkan kerangka berpikir merupakan landasan konseptual dari suatu penelitian yang disusun berdasarkan hasil dari fakta, observasi, serta kajian literatur. Oleh karena itu, dalam kerangka pemikiran tercantum teori-teori, prinsip-prinsip, atau konsep-konsep yang menjadi landasan utama dalam penelitian. Kerangka ini juga menguraikan secara rinci variabel-variabel yang diteliti, dengan tetap menjaga keterkaitannya terhadap permasalahan yang dibahas, sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam menjadi rumusan masalah penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dua variabel bebas yakni literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah terhadap variabel terikat yakni minat menabung pada bank syariah. Gambar berikut menunjukkan kerangka berpikir penelitian ini:

Gambar 2.1

Skema Kerangka Berpikir



Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi produk (X1) dan inklusivitas keuangan syariah (X2) yang diduga memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y) berupa minat menabung pada bank syariah.

2.8 Pengaruh Antar Variabel

2.8.1 Pengaruh Literasi Produk Terhadap Minat Menabung

Literasi nasabah tentang produk bank syariah memiliki dampak positif terhadap minat mereka untuk menabung. Semakin besar pemahaman seseorang tentang produk-produk yang ditawarkan, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk tertarik menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang jelas dan mudah diakses mengenai produk bank syariah dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan tersebut (Novelia, 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh (Novian et al., 2023) menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk tabungan di Bank Syariah

Indonesia (BSI) Kalirejo berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mereka untuk menabung. Selain itu, penelitian oleh Muliwana et al., (2024) juga mengungkapkan bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk tabungan haji di bank syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mereka untuk menabung. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Santoso et al. (2025) menunjukkan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota menabung di KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang produk tabungan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Hasil penelitian Siboro & Rochmawati (2021) menunjukkan bahwa literasi produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung. Sejalan pada penelitian yang dilakukan oleh Sekarwati & Susanti (2020) menyatakan pengetahuan produk memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi produk tidak selalu diikuti oleh peningkatan minat menabung, melainkan mengalami penurunan pada objek penelitian tersebut.

2.8.2 Pengaruh Inklusivitas Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung

Inklusi keuangan berperan dalam membentuk sikap individu terhadap kebiasaan menabung, termasuk di bank syariah. Konsep inklusi keuangan mencakup kemampuan individu untuk memperoleh dan memanfaatkan produk serta layanan, atau lembaga keuangan yang selaras dengan kebutuhan mereka (Siboro & Rochmawati, 2021).

Dari hasil penelitian Jumarni et al., (2024) menemukan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku serta minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kabupaten Bone. Hasil

serupa juga ditunjukkan oleh Amir (2023) yang menyatakan bahwa inklusi keuangan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota KSPPS BMT Bina Umat Mandiri. Selain itu, Shafira & Sisdianto (2024) membuktikan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan akses dan pemahaman masyarakat terhadap layanan dan produk perbankan syariah dapat mendorong peningkatan minat mereka menabung di bank syariah.

Aini et al. (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa inklusi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi Z di wilayah DKI Jakarta. Sejalan dengan penelitian Saragih & Novitasari (2023) yang menjelaskan bahwa inklusi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di BPR. Temuan tersebut menunjukkan bahwa meskipun infrastruktur, regulasi, teknologi, dan akses terhadap layanan keuangan telah tersedia belum cukup kuat untuk mendorong minat menabung seseorang.

2.8.3 Pengaruh Literasi Produk dan Inklusivitas Keuangan Syariah

Terhadap Minat Menabung

Pengetahuan produk dan inklusi keuangan syariah dapat memperkuat minat menabung masyarakat di bank syariah. Hasil penelitian oleh Sya'banin (2024) menunjukkan bahwa pengetahuan produk dan inklusi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Alfariy & Canggih (2025) juga menemukan bahwa pengetahuan produk dan inklusi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan syariah dapat meningkatkan minat menabung di bank syariah.

Siska et al. (2025) dalam penelitiannya juga mengungkapkan hasil yang sama bahwa pengetahuan produk dan inklusi keuangan syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung. Tingkat pemahaman yang memadai terhadap prinsip-prinsip syariah, termasuk larangan riba, gharar, dan maysir berperan penting dalam membantu individu untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat. Selain itu, aksesibilitas dan ketersediaan layanan keuangan syariah memungkinkan individu untuk mengelola keuangan secara lebih efektif.

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara atas permasalahan yang akan diteliti, karena sifatnya masih sementara, sehingga perlu dilakukan pengujian kebenarannya melalui data yang diperoleh dari penelitian (Sugiyono, 2024). Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disusun, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Literasi Produk berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah.

H2: Inklusivitas Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah.

H3: Literasi Produk dan Inklusivitas Keuangan Syariah secara bersamaan berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sugiyono (2024) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pada penelitian kuantitatif menggambarkan dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini difokuskan untuk melihat bagaimana pengaruh literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah terhadap minat menabung pada bank syariah.

3.2 Lokasi Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, lokasi penelitian ditetapkan di STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada hasil pra-survei yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah masih cenderung menggunakan produk perbankan konvensional dibandingkan produk perbankan syariah.

Alasan lainnya yaitu tidak tersedianya Kantor Cabang (KC) maupun Kantor Cabang Pembantu (KCP) bank syariah di Kecamatan Tanjung Pura menjadi salah satu kendala yang dihadapi mahasiswa dalam mengakses layanan perbankan syariah. Untuk melakukan transaksi, mereka harus pergi ke Kantor Cabang Pembantu (KCP) bank syariah Stabat yang berjarak sekitar 20 km, sehingga hal ini turut memengaruhi rendahnya minat terhadap produk

bank syariah. Oleh karena itu, STAI Jam'iyah Mahmudiyah dipilih sebagai lokasi yang relevan untuk menggambarkan fenomena tersebut.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Creswell (2014) dalam Subhaktiyasa (2024) populasi merujuk pada kumpulan individu yang memiliki karakteristik serupa dan menjadi dasar dalam proses pengumpulan data penelitian. Dalam konteks ini, terdapat tiga unsur penting yang harus diperhatikan, yakni subjek, objek, dan lokasi penelitian. Subjek penelitian merupakan individu, benda, atau makhluk hidup yang memberikan informasi dalam proses pengambilan data. Objek penelitian mengarah pada aspek atau kondisi tertentu yang menjadi fokus utama penelitian, seperti perilaku, aktivitas, pandangan, atau proses tertentu. Sementara itu, lokasi penelitian tidak hanya berfungsi sebagai tempat dilaksanakannya studi, tetapi juga sebagai area di mana data mengenai subjek dan objek dapat dikumpulkan secara langsung. Lokasi ini memiliki peran strategis karena berkaitan erat dengan kemudahan akses terhadap populasi yang sedang dikaji. Berdasarkan pengertian tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura yang berjumlah 50 orang. Populasi ini dipilih untuk mengetahui sejauh mana literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah dapat mempengaruhi minat mereka dalam menabung di bank syariah.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mewakili jumlah dan karakteristiknya (Sugiyono, 2024). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *total sampling*, dimana jumlah sampel sama dengan populasi. Menurut Arikunto (2019) apabila subjek kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian

populasi. Alasan mengambil *total sampling* karena jumlah populasi yang kurang dari 100, dan seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Dengan demikian, seluruh mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura angkatan 2021 yang berjumlah 50 orang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *sampling total* atau sensus, yaitu teknik pengambilan sampel di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel. Penelitian yang dilakukan pada populasi di bawah 100 dilakukan dengan sensus, sehingga seluruh anggota populasi tersebut dijadikan seluruh sampel sebagai subyek yang dipelajari atau sebagai responden pemberi informasi (Sugiyono, 2024).

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber internal melalui proses pengumpulan data seperti observasi langsung dan metode lainnya (Siregar et al., 2022). Data primer pada penelitian ini dikumpulkan melalui hasil pengisian kuesioner yang disebarakan kepada responden mahasiswa aktif STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura yang memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari sumber eksternal yang diperoleh melalui berbagai referensi seperti artikel ilmiah, jurnal, dan bahan pustaka lainnya (Siregar et al., 2022). Data sekunder diperoleh dari berbagai

sumber yang mendukung pelaksanaan penelitian, seperti dokumentasi dan bahan pustaka. Dalam penelitian ini, data sekunder yang dimanfaatkan meliputi buku-buku serta jurnal penelitian terdahulu.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan menyampaikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2024). Kuesioner bisa terdiri dari pertanyaan tertutup dan terstruktur yang mempermudah proses pengolahan data, maupun pertanyaan terbuka yang memberi kebebasan bagi responden untuk menjelaskan jawabannya secara lebih mendalam (Romdona et al., 2025)

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, di mana responden hanya diminta untuk memilih salah satu jawaban dari opsi yang telah disediakan oleh peneliti. Penggunaan kuesioner tertutup mempermudah proses pengolahan dan analisis data. Dalam pelaksanaannya, kuesioner disebarkan kepada responden melalui Google Form yang dikirim melalui aplikasi WhatsApp kepada mahasiswa aktif STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura yang pernah atau sedang menggunakan layanan perbankan syariah.

3.7 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2024) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur

dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala *likert* dinyatakan dalam lima respon alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (S), Setuju (S), Ragu-ragu (RG), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Pemberian bobot terhadap pernyataan positif dimulai dari 5, 4, 3, 2, 1. Sedangkan pemberian bobot terhadap pernyataan negatif dimulai dari 1, 2, 3, 4, 5.

Tabel 3.1
Skala *Likert*

Keterangan	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Ragu-ragu	RG	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono, 2024

3.8 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan karakteristik, sifat, atau nilai dari individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2024). Variabel penelitian dikelompokkan menjadi 2, diantaranya variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

1. Variabel bebas: Literasi Produk (X1), Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)
2. Variabel terikat: Minat Menabung (Y)

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Literasi Produk (X1)	Pengetahuan produk pada konsumen dipengaruhi oleh tingkat keterbiasaan atau familiaritas mereka terhadap produk tersebut (N. H. Lin & Lin, 2007).	1. Atribut produk 2. Manfaat fisik 3. Manfaat psikologis 4. Nilai yang diperoleh konsumen setelah menggunakan produk (Peter & Olson, 2010)	<i>Likert</i>
2	Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)	Inklusi keuangan syariah merujuk pada tersedianya akses yang mudah bagi seluruh golongan masyarakat untuk memanfaatkan layanan lembaga jasa keuangan yang berlandaskan prinsip dan hukum syariah (Zahara et al., 2021)	1. Ketersediaan/akses 2. Penggunaan 3. Kualitas 4. Kesejahteraan (Dz., 2018)	<i>Likert</i>
3	Minat Menabung (Y)	Minat menabung merupakan suatu dorongan dalam diri individu atau kelompok masyarakat yang mengarah pada keputusan untuk menyimpan uang, yang dilakukan atas dasar keinginan sendiri tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak manapun (Ma'ruf, 2021).	1. Perhatian (<i>attention</i>) 2. Ketertarikan (<i>interest</i>) 3. Keinginan (<i>desire</i>) 4. Keyakinan (<i>conviction</i>) 5. Perasaan senang (Lucas & Britt, 2003)	<i>Likert</i>

3.9 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan pendekatan statistik melalui aplikasi komputer SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Dalam penelitian kuantitatif, proses analisis data dilakukan setelah seluruh data dari responden berhasil dikumpulkan. Tahapan dalam analisis ini meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan tipe responden,

penyajian informasi untuk masing-masing variabel yang diteliti, serta perhitungan yang diperlukan guna menjawab rumusan masalah penelitian.

3.10 Uji Instrumen Penelitian

3.10.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2024), pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan bersifat sah dan layak. Uji validitas adalah instrument yang digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh valid dan akurat. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan $<0,05$ atau 5% sehingga apabila nilai signifikansinya sebesar 0,05 berarti data tersebut dinyatakan valid. Kriteria penilaian pada uji validitas adalah sebagai berikut:

- Apabila r hitung $> r$ tabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid.
- Apabila r hitung $< r$ tabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan program SPSS. Rumus yang diterapkan dalam pengujian validitas adalah *Pearson Correlation Product Moment*.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

n = jumlah responden

x = skor total yang diperoleh dari seluruh item variabel x

y = skor total yang diperoleh dari seluruh item variabel y

3.10.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2024) uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran terhadap objek yang sama mampu menghasilkan data yang

konsisten. Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai tingkat konsistensi hasil pengukuran ketika dilakukan berulang kali pada gejala yang sama dengan menggunakan instrumen atau alat ukur yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS statistik untuk menghitung nilai *Cronbach Alpha* (α). Sebuah variabel dinyatakan memenuhi kriteria reliabilitas apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*, yaitu sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

3.11 Uji Asumsi Klasik

3.11.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi, baik variabel independen, variabel dependen, maupun keduanya, memiliki sebaran data yang berdistribusi secara normal. Suatu model regresi dikatakan baik apabila data yang digunakan memiliki pola distribusi normal atau setidaknya mendekati distribusi normal. Oleh karena itu, diperlukan dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data dalam model regresi telah memenuhi asumsi normalitas atau belum. (Widyaningsih, 2021).

Uji normalitas dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis secara grafik dan analisis secara statistik. Salah satu metode dalam analisis grafik untuk menilai normalitas residual dapat diketahui dengan mengamati

grafik histogram yang menunjukkan perbandingan antara sebaran data dengan pola distribusi normal. Di samping itu, pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *normal probability plot* yang menunjukkan perbandingan distribusi kumulatif data dengan distribusi normal (Sergio et al., 2024). Adapun kriteria pengambilan keputusan berdasarkan *normal probability plot* adalah sebagai berikut:

- a. Apabila titik titik data menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis tersebut, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Sebaliknya, jika titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka data tidak menunjukkan distribusi normal sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Untuk memperkuat hasil pengujian normalitas secara visual melalui grafik histogram dan *normal probability plot*, penelitian ini juga menggunakan pengujian normalitas secara statistik menggunakan uji *Shapiro Wilk*. Uji *Shapiro Wilk* merupakan salah satu uji statistik yang umum digunakan untuk menguji normalitas data, khususnya pada ukuran sampel kecil hingga sedang. Uji ini menghasilkan nilai signifikansi (*p-value*) yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Apabila nilai sig. > 0,05 maka dinyatakan berdistribusi secara normal (Isnaini et al., 2025).

3.11.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Payadnya & Jayantika (2018) uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang kuat (signifikan) antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang signifikan maka dapat dikatakan ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Uji multikolinieritas ini diperlukan hanya pada regresi ganda, hal ini dikarenakan pada regresi ganda

memiliki lebih dari satu variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factro* (VIF) dan nilai *tolerance*. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10,00$. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10,00 maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).

3.11.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Cara pengujiannya dengan uji glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*. *Residual* adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, sedangkan absolut adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.12 Pengujian Hipotesis

3.12.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ialah suatu teknik statistik yang dapat digunakan untuk memprediksi hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Tujuan dari analisis ini adalah untuk melihat arah pengaruh masing-masing variabel bebas, apakah berpengaruh secara positif atau negatif, serta untuk memprediksi perubahan nilai variabel terikat (Y) jika terjadi peningkatan atau penurunan pada variabel bebas (Sudrajat, 2020). Adapun pada penelitian yang dilakukan, uji regresi linear bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah terhadap minat menabung pada bank syariah (studi pada

Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura). Berikut persamaan regresi untuk dua prediktor (variabel bebas):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X_1, X_2 = Variabel independen

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

e = *Error term*

3.12.2 Uji T (Uji Parsial)

Uji-t merupakan uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dengan melakukan perbandingan nilai t hitung terhadap t tabel, apabila t hitung > t tabel berarti variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y). Uji-t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas (X) secara masing-masing parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada taraf signifikansi dengan mengasumsikan variabel bebas (X) bernilai tetap (Huda, 2020)

1. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

3.12.3 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilaksanakan dengan cara melakukan perbandingan nilai F

hitung dengan F tabel, jika F hitung > F tabel artinya semua variabel independen (X) secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Y) (Huda, 2020).

1. Jika nilai Sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai Sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

3.12.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2016) menyatakan uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat besarnya hubungan yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas akan diikuti oleh variabel terikat pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai *R Square*. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel X menerangkan variabel Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura

STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura merupakan salah satu perguruan tinggi Islam yang berdiri pada tanggal 30 Juni 1995 dan berlokasi di Jl. Syekh M. Yusuf No.24 Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Kampus ini dikenal sebagai salah satu sekolah tinggi Islam tertua yang ada di Indonesia. Kesultanan Langkat yang dahulu termasuk kerajaan paling makmur di Sumatera Utara, memiliki peran besar dalam meletakkan dasar berdirinya STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura hingga berkembang menjadi perguruan tinggi terkemuka di kabupaten Langkat.

Seiring perkembangannya, STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura kini telah menyelenggarakan lima program studi, yaitu Pendidikan Agama Islam, Ahwal Al-Syakhshiyah, Perbankan Syariah, Manajemen Pendidikan Islam, serta Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah. Kelima program studi tersebut merupakan program studi pada jenjang strata satu (S1) (IJM Langkat, 2025).

4.1.2 Visi dan Misi STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura

Setiap perguruan tinggi memiliki visi dan misi sebagai arah dalam penyelenggaraan pendidikan, begitu juga dengan STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura yang menetapkan visi dan misi untuk menjadi pedoman dalam mencapai tujuan institusionalnya, sebagai berikut:

1. Visi

Unggul dan profesional berdasarkan ilmu keislaman Tahun 2030.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan tata kelola perguruan tinggi secara profesional berlandaskan ilmu keislaman.
- b. Menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian) yang unggul di bidang ilmu keislaman melalui kerjasama Tripartit di kancah Nasional dan Internasional.
- c. Menciptakan suasana akademik yang ramah dengan menjunjung nilai budaya lokal dan bernuansa Islami.
- d. Melaksanakan pembelajaran yang kreatif berbasis IT
- e. Menciptakan jiwa *entrepreneur* yang unggul dan inovatif dengan berlandaskan nilai-nilai keislaman.

4.1.3 Sejarah Bank Syariah di Indonesia

Gagasan pendirian bank Islam di Indonesia mulai muncul pada tahun 1980 melalui berbagai diskusi yang membahas peran bank Islam sebagai salah satu pilar ekonomi syariah. Pada tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk sebuah kelompok kerja dengan tujuan mendirikan Bank Islam di Indonesia. Selanjutnya, pada 18-20 Agustus 1990, MUI melaksanakan kegiatan lokakarya mengenai bunga bank serta sistem perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Temuan dari lokakarya tersebut selanjutnya didiskusikan secara lebih lanjut dalam Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta pada 22-25 Agustus 1990, yang memberikan hasil berupa keputusan untuk membentuk tim kerja pembentukan bank Islam di Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai Tim Perbankan MUI dan ditugaskan untuk melakukan pendekatan serta berdiskusi dengan berbagai instansi terkait.

Hasil dari upaya Tim Perbankan MUI yaitu berdirinya bank syariah pertama yang didirikan di Indonesia, yakni PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), dan secara resmi didirikan berdasarkan akta pendirian pada 1 November 1991. Kemudian, mulai 1 Mei 1992, BMI mulai beroperasi dengan modal awal sebesar Rp. 106.126.382.000,-. Pada awal berdirinya, bank syariah belum mendapatkan perhatian besar dalam sistem perbankan nasional. Dasar hukum operasionalnya saat itu hanya tercantum pada salah satu pasal dalam UU No.7 Tahun 1992 yang menyebutkan mengenai “bank dengan sistem bagi hasil”, tanpa memberikan penjelasan rinci mengenai landasan hukum syariah maupun jenis-jenis usaha yang diperkenankan.

Pada tahun 1998, pemerintah bersama Dewan Perwakilan Rakyat melakukan revisi terhadap UU No.7 Tahun 1992 menjadi UU No.10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut ditegaskan adanya dua mekanisme perbankan yang berlaku di Indonesia (*dual banking system*), yang terdiri atas perbankan konvensional dan perbankan syariah. Kesempatan ini mendapat sambutan positif dari dunia perbankan, yang kemudian ditandai dengan berdirinya sejumlah bank syariah, seperti Bank IFI (*Indonesia Finance and Investment company*), Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank Tabungan Negara, Bank Mega, Bank Rakyat Indonesia, Bank Bukopin, BPD Jabar, BPD Aceh, dan lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, peneliti telah mengumpulkan data responden melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *Google Form*. Responden yang berpartisipasi dalam survei ini adalah Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura dari angkatan 2021 dengan jumlah 50 responden. Data profil responden yang didapatkan berupa informasi terkait

nama responden, jenis kelamin, usia, pengalaman menabung di bank syariah, dan sumber informasi tentang produk bank syariah.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, data yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	16	32%
2	Perempuan	34	68%
Total		50	100%

Sumber: Data diolah (2025).

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari dua kategori jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Dari total 50 responden yang diteliti, sebanyak responden 16 atau sebesar 32% berjenis kelamin laki-laki, sementara responden lainnya berjenis kelamin perempuan berjumlah 34 atau sebesar 68%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden perempuan memiliki jumlah yang lebih dominan dibandingkan dengan responden laki-laki.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pada penelitian ini, usia responden dikelompokkan oleh peneliti berdasarkan tiga (3) kategori, diantaranya: (1) kurang dari dua puluh tahun (< 20 tahun); (2) diantara dua puluh hingga dua puluh dua tahun (20 - 22 tahun); dan (3) diatas 22 tahun (> 22 tahun). Berikut adalah data responden berdasarkan usia yang sebagaimana tercantum pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 tahun	0	0%
2	20 – 22 tahun	48	96%
3	> 22 tahun	2	4%
Total		50	100%

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa keseluruhan responden dalam penelitian ini berusia >20 tahun. Responden dengan rentang usia 20-22 tahun adalah kelompok paling dominan, yaitu sebanyak 48 orang atau sebesar 96%. Sementara itu, responden yang berusia >22 tahun berjumlah 2 orang atau sebesar 4%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia mahasiswa angkatan 2021, sehingga karakteristik usia responden dinilai relevan dengan tujuan penelitian.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menabung di Bank Syariah

Dalam penelitian ini, karakteristik responden berdasarkan pengalaman menabung di bank syariah dibagi ke dalam tiga kategori, diantaranya responden yang pernah menabung di bank syariah, yaitu mereka yang sebelumnya memiliki pengalaman menggunakan produk tabungan bank syariah meskipun saat ini sudah tidak aktif lagi, kemudian responden yang sedang menabung di bank syariah, yaitu mahasiswa yang hingga saat ini masih aktif menjadi nasabah dan menggunakan produk tabungan bank syariah, serta responden yang belum pernah menabung di bank syariah, yaitu mereka yang sama sekali tidak memiliki pengalaman menabung di bank berbasis syariah. Berikut ini karakteristik responden berdasarkan pengalaman menabung di bank syariah, sebagaimana terlihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menabung

No	Pengalaman Menabung	Jumlah	Persentase
1	Pernah	10	20%
2	Sedang Menabung	7	14%
3	Belum Pernah	33	66%
Total		50	100%

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa yang belum pernah menabung di bank syariah berjumlah 33 orang atau sebesar 66% dari jumlah responden secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa yang diteliti belum memiliki pengalaman menggunakan produk tabungan bank syariah. Sementara itu, responden yang pernah menabung di bank syariah tetapi sudah tidak aktif lagi berjumlah 10 orang atau 20%, sedangkan responden yang sedang menabung di bank syariah sebanyak 7 orang atau 14%. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat partisipasi mahasiswa dalam penggunaan produk tabungan bank syariah masih relatif rendah.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Produk Bank Syariah

Dalam penelitian ini, karakteristik responden juga dilihat dari berbagai sumber informasi mengenai produk tentang bank syariah yang diperoleh melalui media sosial, dosen atau perkuliahan, teman maupun keluarga, pihak bank, dan sumber lainnya yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Produk

No	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase
1	Media Sosial	9	18%
2	Dosen/Perkuliahan	28	56%
3	Teman/Keluarga	7	14%
4	Pihak Bank	6	12%
Total		50	100%

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa sumber informasi utama responden mengenai produk bank syariah paling banyak diperoleh melalui dosen atau perkuliahan, yaitu sebanyak 28 responden atau 56%. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan akademik memiliki peran penting dalam memberikan pemahaman dan pengetahuan mahasiswa terkait produk perbankan syariah. Selanjutnya, sumber informasi yang berasal dari media sosial dengan jumlah 9 responden atau 18%, dan informasi yang diperoleh dari teman atau keluarga sebanyak 7 responden atau 14%. Sementara itu, responden yang memperoleh informasi secara langsung dari pihak bank berjumlah 6 orang atau 12%.

4.3 Tanggapan Responden Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah sebagai variabel bebas (independen), sedangkan minat menabung merupakan variabel terikat (dependen). Data tanggapan responden diperoleh melalui kuesioner yang telah peneliti sebarakan kepada Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura yang terdiri dari 24 pernyataan. Pada variabel literasi produk (X_1) terdapat 7 pernyataan, variabel inklusivitas keuangan syariah (X_2) terdapat 7 pernyataan, dan variabel minat menabung (Y) terdapat 10 pernyataan.

4.3.1 Tanggapan Responden Penelitian Variabel Literasi Produk (X_1)

Variabel literasi produk mencakup beberapa item pernyataan yang merupakan komponen penyusun variabel. Hal ini sebagaimana ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Variabel Literasi Produk (X_1)

Indikator Pernyataan	Jawaban Responden					Rata-rata
	STS	TS	RG	S	SS	
X1.1	0	0	8	22	20	4,24
X1.2	0	3	7	24	16	4,06
X1.3	0	5	23	16	6	3,46
X1.4	0	4	16	26	4	3,6
X1.5	0	1	17	27	5	3,72
X1.6	0	1	12	27	10	3,92
X1.7	0	1	20	22	7	3,7
Literasi Produk (X_1)						3,81

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan Tabel 4.5 tersebut dapat disimpulkan dari hasil penyebaran kuesioner untuk variabel literasi produk responden dominan setuju atas pernyataan-pernyataan pada variabel literasi produk.

4.3.2 Tanggapan Responden Penelitian Variabel Inklusivitas Keuangan Syariah (X_2)

Variabel inklusivitas keuangan syariah terdiri atas beberapa item pernyataan yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Variabel Inklusivitas Keuangan Syariah (X_2)

Indikator Pernyataan	Jawaban Responden					Rata-rata
	STS	TS	RG	S	SS	
X2.1	5	20	17	6	2	2,6
X2.2	2	6	11	25	6	3,54

Tabel 4.6-Lanjutan

Indikator Pernyataan	Jawaban Responden					Rata-rata
	STS	TS	RG	S	SS	
X2.3	1	7	26	10	6	3,26
X2.4	2	7	23	13	5	3,24
X2.5	0	0	17	26	7	3,8
X2.6	0	2	18	20	10	3,76
X2.7	0	2	24	20	4	3,52
Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)						3,38

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan Tabel 4.6 tersebut dapat diketahui tanggapan responden pada setiap item pernyataan menunjukkan jawaban yang beragam, dengan dominasi pada kategori ragu-ragu. Hal ini mengindikasikan bahwa responden belum sepenuhnya merasakan kemudahan akses, ketersediaan layanan, serta fasilitas perbankan syariah secara optimal dan masih memerlukan peningkatan terkait inklusivitas keuangan syariah. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil penyebaran kuesioner untuk variabel inklusivitas keuangan syariah responden dominan ragu-ragu atas pernyataan-pernyataan pada variabel X2.

4.3.3 Tanggapan Responden Penelitian Variabel Minat Menabung (Y)

Variabel minat menabung mencakup beberapa item pernyataan yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada Tabel berikut:

AR - Tabel 4.7 I R Y
Tanggapan Variabel Minat Menabung (Y)

Indikator Pernyataan	Jawaban Responden					Rata-rata
	STS	TS	RG	S	SS	
Y.1	0	1	6	25	18	4,2
Y.2	0	1	4	26	19	4,26
Y.3	1	0	7	27	15	4,1
Y.4	0	0	8	25	17	4,18

Tabel 4.7-Lanjutan

Indikator Pernyataan	Jawaban Responden					Rata-rata
	STS	TS	RG	S	SS	
Y.5	0	0	7	28	15	4,16
Y.6	0	0	10	25	15	4,1
Y.7	0	0	27	16	7	3,6
Y.8	0	0	8	28	14	4,12
Y.9	0	0	18	21	11	3,86
Y.10	0	0	17	17	16	3,98
Minat Menabung (Y)						4,05

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan Tabel 4.7 di tersebut dapat disimpulkan dari hasil penyebaran kuesioner untuk variabel minat menabung responden dominan setuju atas pernyataan-pernyataan pada variabel minat menabung.

4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan menilai apakah kuesioner yang digunakan sudah valid atau tidak. Kuesioner dapat dianggap valid pada saat setiap item pernyataan yang ada di dalamnya dapat merepresentasikan dan mengukur dengan tepat hal yang ingin diteliti. Pernyataan dikatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel. Hasil dari pengujian validitas tersebut sebagaimana tercantum pada Tabel berikut ini:

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Literasi Produk (X1)	X1.1	0,332	0,278	Valid
	X1.2	0,474	0,278	Valid
	X1.3	0,697	0,278	Valid
	X1.4	0,700	0,278	Valid
	X1.5	0,814	0,278	Valid
	X1.6	0,645	0,278	Valid
	X1.7	0,749	0,278	Valid

Tabel 4.8-Lanjutan

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)	X2.1	0,682	0,278	Valid
	X2.2	0,608	0,278	Valid
	X2.3	0,781	0,278	Valid
	X2.4	0,820	0,278	Valid
	X2.5	0,603	0,278	Valid
	X2.6	0,386	0,278	Valid
	X2.7	0,579	0,278	Valid
Minat Menabung (Y)	Y.1	0,371	0,278	Valid
	Y.2	0,618	0,278	Valid
	Y.3	0,669	0,278	Valid
	Y.4	0,663	0,278	Valid
	Y.5	0,715	0,278	Valid
	Y.6	0,603	0,278	Valid
	Y.7	0,662	0,278	Valid
	Y.8	0,538	0,278	Valid
	Y.9	0,654	0,278	Valid
	Y.10	0,618	0,278	Valid

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.8 diketahui seluruh item variabel yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas. Hal tersebut dilihat dari nilai r hitung > dibandingkan dengan r tabel. Nilai r tabel pada uji ini ditentukan dengan menggunakan rumus *degree of freedom* ($df = n - 2$). Dengan jumlah sampel (n) sebanyak 50, maka diperoleh $df = 48$. Pada tingkat signifikansi 5% dan pengujian dua arah (*two tailed*), nilai r tabel yang dihasilkan adalah 0,278. Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa setiap item pernyataan memiliki nilai r hitung > daripada r tabel. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dikatakan valid dan kuesioner dianggap layak untuk digunakan pada tahap penelitian selanjutnya.

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan pada pernyataan-pernyataan yang telah terbukti valid. Sebuah variabel dianggap andal (reliabel) apabila respon yang diberikan terhadap pernyataan menunjukkan konsistensi. Untuk menilai apakah suatu variabel bersifat reliabel, analisis statistik dilakukan dengan

menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel tersebut dianggap andal (reliabel). Berikut merupakan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel berikut ini:

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar	Keterangan
Literasi Produk (X1)	0,741	0,60	Reliabel
Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)	0,759	0,60	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,812	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah (2025).

Dari hasil Tabel 4.9 dapat dilihat nilai reliabilitas variabel Literasi Produk sebesar 0,741, nilai reliabilitas variabel Inklusivitas Keuangan Syariah sebesar 0,759, serta nilai reliabilitas variabel Minat Menabung sebesar 0,812. Berdasarkan hasil pengolahan uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa data yang dianalisis menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Hal ini dibuktikan dengan seluruh nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel yang melebihi batas kriteria yang telah ditetapkan, yaitu 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan konsisten.

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

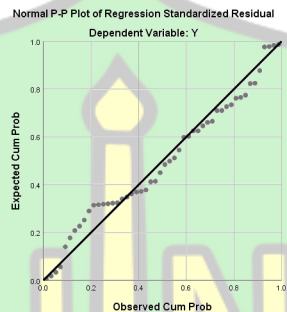
4.5.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya mengikuti pola distribusi normal dalam suatu model regresi. Suatu model regresi dikatakan baik jika distribusinya normal atau cenderung mendekati normal. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan metode *normal probability plot* serta analisis grafik histogram. Untuk memperkuat hasil pengujian, penelitian ini juga menggunakan uji normalitas *Shapiro Wilk* untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi secara normal atau tidak secara statistik. Dasar

pengambilan keputusan pada uji *Shapiro Wilk* adalah jika nilai sig. $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas menggunakan metode *normal probability plot* disajikan pada gambar berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas (P-Plot)

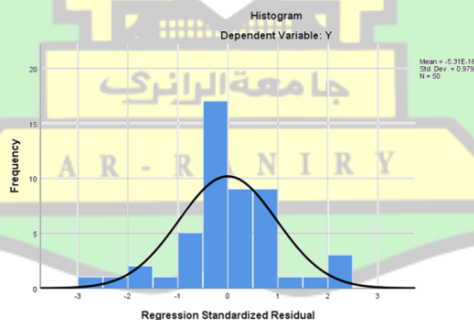


Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan grafik *P-Plot* pada gambar 4.2 terlihat titik-titik sebaran data di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menjelaskan bahwa model memiliki residual yang terdistribusi dengan normal.

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas (Histogram)



Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan tampilan grafik histogram diatas, terlihat bahwa sebaran data hasil pengujian membentuk pola yang menyerupai distribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa data menyebar secara simetris di sekitar nilai tengah, sehingga dapat diketahui bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Untuk menghindari adanya kesalahan interpretasi dengan menggunakan grafik, maka dilanjutkan dengan uji statistik *Shapiro Wilk* sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas (*Shapiro Wilk*)

Tests of Normality			
	Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.
X1	.977	50	.422
X2	.961	50	.101
Y	.974	50	.335

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *Shapiro Wilk* diperoleh nilai sig. untuk variabel X1 sebesar 0.422, variabel X2 sebesar 0.101, dan variabel Y sebesar 0.335. Seluruh nilai signifikansi tersebut $> 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data pada masing-masing variabel berdistribusi secara normal, sehingga model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas dalam model regresi. Untuk mendeteksi multikolinieritas dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Dalam uji multikolinieritas menggunakan metode *tolerance* dan VIF memiliki

kriteria apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10,00 sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi. Tabel berikut menunjukkan hasil pengolahan data untuk uji multikolinieritas:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constanta)		
	Literasi Produk	.685	1.460
	Inklusivitas Keuangan Syariah	.685	1.460

Sumber: Data diolah (2025).

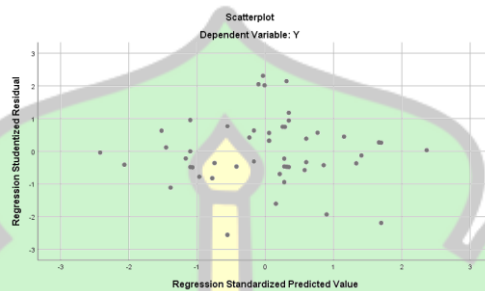
Hasil pengujian multikolinieritas pada Tabel 4.11 diatas memperlihatkan bahwa nilai *tolerance* pada Literasi Produk sejumlah 0,685 dan Inklusivitas Keuangan Syariah sejumlah 0,685, seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10. Selanjutnya diperoleh nilai VIF pada Literasi Produk sejumlah 1,460 dan Inklusivitas Keuangan Syariah sejumlah 1.460, seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10.00. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa model regresi diantara variabel independent tidak ditemukan gejala multikolinieritas, hal ini menunjukkan bahwa model regresi linear berganda bebas dari multikolinieritas sehingga layak digunakan dalam penelitian ini.

4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2009) menyatakan uji heteroskedastisitas merupakan metode dalam analisis statistik yang bertujuan untuk mengetahui apakah varian residual dalam model regresi bersifat tetap (konstan) atau tidak. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode grafik dan statistik. Metode grafik menggunakan *scatterplot*, yaitu dengan melihat penyebaran titik residual terhadap nilai prediksi. Jika titik-titik menyebar acak

di sekitar garis nol tanpa pola tertentu, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Scatterplot*)



Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan gambar 4.3 terlihat bahwa titik-titik data tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Kondisi tersebut menunjukkan tidak adanya pola sebaran tertentu pada grafik, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Selain itu, digunakan uji *glejser* untuk memberikan hasil yang lebih objektif dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka model bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji *Glejser*)

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.661	3.229		1.134	.263
	X1	.152	.141	.185	1.078	.286
	X2	-.194	.120	-.276	-1.612	.114

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas dengan metode uji *glejser*, variabel X1 dengan hasil nilai signifikansi sebesar 0.286, dan variabel X2 dengan hasil nilai signifikansi sebesar 0.114, menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen (literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah) yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen (minat menabung), karena terlihat dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.6 Hasil Pengujian Hipotesis

4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah terhadap minat menabung, serta mengidentifikasi pola hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda untuk menjelaskan hubungan linear antar variabel sekaligus menilai kontribusi masing-masing variabel indepen terhadap variabel dependen. Berikut ini disajikan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS v.25:

Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	45.325	3.552	
	LiterasiProduk	-.570	.110	-.644
	Inklusi	.440	.140	.389

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan Tabel 4.13 yang merupakan *output* pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS, dari rumus persamaan regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Hasil analisis menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 45,325 - 0,570 X_1 + 0,440 X_2 + e$$

Model persamaan yang tercantum pada tabel 4.13 dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 45,325, artinya apabila variabel literasi produk (X_1) dan inklusivitas keuangan syariah bernilai nol, maka tingkat minat menabung pada bank syariah adalah sebesar 45,325.
2. Nilai koefisien regresi literasi produk (X_1) bernilai negatif sebesar -0,570 yang artinya setiap meningkatnya literasi produk akan menurunkan minat menabung pada bank syariah sebesar 0,570.
3. Nilai koefisien regresi inklusivitas keuangan syariah (X_2) bernilai positif sebesar 0,440 yang menunjukkan bahwa setiap meningkatnya inklusivitas keuangan syariah akan meningkatkan minat menabung pada bank syariah sebesar 0,440.

4.6.2 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Variabel dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikansinya $< 5\%$ atau nilai t hitung $> t$ tabel. Hipotesis statistik yang diuji dalam uji t (parsial) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_{01} : Literasi Produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah.

H_{a1} : Literasi produk berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah

H02: Inklusivitas keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah

Ha2: Inklusivitas keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah

Adapun hasil uji t (parsial) dapat dilihat pada Tabel 4.14:

Tabel 4.14

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.325	3.552		12.762	.000
	LiterasiProduk	-.570	.110	-.644	-5.193	.000
	Inklusi	.440	.140	.389	3.142	.003

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa pengujian parsial dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap t tabel serta nilai signifikansi dengan nilai alpha sebesar 0,05. Suatu variabel dinyatakan berpengaruh secara signifikan apabila nilai t hitung > nilai t tabel dan nilai sig. < 0,05. Dengan demikian, derajat kebebasan (*degree of freedom/df*) diperoleh dari perhitungan n (jumlah sampel) – k (jumlah variabel penelitian). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50, sehingga nilai $df = 50 - 3 = 47$ dengan alpha 5% sehingga didapat t tabel sebesar 2,011. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat ditarik kesimpulan:

1. Nilai probabilitas signifikan untuk variabel literasi produk (X_1) $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $-5,193 > 2,011$ dengan demikian dalam penelitian ini H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak sehingga variabel literasi produk berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menabung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa literasi produk secara parsial berpengaruh

terhadap minat menabung pada bank syariah dengan arah hubungan yang berlawanan.

2. Nilai probabilitas signifikan untuk variabel inklusivitas keuangan syariah (X_2) $0,003 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $3,142 > 2,011$ dengan demikian dalam penelitian ini H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak sehingga variabel inklusivitas keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa inklusivitas keuangan syariah secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah.

4.6.3 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dilakukan untuk menilai apakah seluruh variabel independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis statistik yang diuji dalam uji F (simultan) adalah sebagai berikut:

H_{03} : Literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah.

H_{a3} : Literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah.

Adapun hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	361.455	2	180.727	14.327	.000
	Residual	592.865	47	12.614		
	Total	954.320	49			

Sumber: Data diolah (2025).

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji-F) pada Tabel 4.15 diperoleh nilai F sebesar 14,327 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan derajat kebebasan

(df) yang menunjukkan nilai 47 sehingga dapat diketahui bahwa nilai F tabel sebesar 3,200. Dinyatakan signifikan jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai sebesar $14,327 > 3,200$. Dan hasil signifikan $0,000 < 0,05$, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya seluruh variabel bebas atau variabel literasi produk (X1) dan inklusivitas keuangan syariah (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.

4.6.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menggambarkan tingkat keterkaitan hubungan antara variabel independen yaitu literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah dengan variabel dependen yaitu minat menabung, serta menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, hasil uji koefisien determinasi yang disajikan pada tabel berikut memberikan gambaran mengenai sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan. Berdasarkan pengujian, nilai R^2 (*R-Square*) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.615	.379	.352	3.552

Sumber: Data diolah (2025).

Dari Tabel 4.16 tersebut dapat disimpulkan bahwa angka *R-Square* sebesar 0,379, artinya bahwa 37,9% variabel dependen yaitu minat menabung pada bank syariah dipengaruhi oleh variabel literasi produk dan inklusivitas

keuangan syariah, dan sisanya mencapai 62,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus pada penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Literasi Produk Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah

Hasil penelitian dari uji statistik secara parsial pertama memperlihatkan bahwa variabel literasi produk menghasilkan nilai t hitung yakni -5,193 lebih besar dari nilai t tabel yakni 2,011 serta tingkat probabilitas $0,000 < 0,05$. Hipotesis alternatif pertama (H_{a1}) yang diajukan sebelumnya diterima serta menolak Hipotesis nol (H_0). Menurut Janie (2012) hasil uji t yang bernilai negatif menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan arah antara variabel independen dengan variabel dependen, namun demikian nilai t hitung dengan tanda negatif tetap dinyatakan berpengaruh apabila hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel literasi produk secara negatif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah secara parsial.

Tingkat jawaban responden menunjukkan nilai rata-rata tanggapan pernyataan sebesar 3,81 yang berada pada kategori setuju. Pernyataan pada instrumen variabel literasi produk menggambarkan bahwa mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura telah memiliki pemahaman yang cukup mengenai produk perbankan syariah, khususnya terkait produk tabungan. Dari seluruh pernyataan yang diajukan, skor tertinggi terdapat pada pernyataan X1.1 yaitu "Saya mengetahui perbedaan fitur antara produk tabungan bank syariah dan konvensional dengan jelas". Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar responden sudah mampu membedakan karakteristik produk tabungan syariah dan konvensional, baik dari segi prinsip, fitur,

maupun mekanismenya. Namun demikian, meskipun tingkat literasi produk tergolong cukup baik, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel literasi produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.

Pengaruh negatif dan signifikan literasi produk terhadap minat menabung menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman responden mengenai produk perbankan tidak selalu diikuti oleh meningkatnya minat menabung pada bank syariah. Pengaruh negatif tersebut menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan arah antara literasi produk dan minat menabung. Artinya, apabila tingkat literasi produk individu meningkat, maka minat menabung pada bank syariah cenderung menurun. Responden dengan literasi produk yang lebih tinggi cenderung lebih kritis dan rasional dalam mengambil keputusan untuk menabung, sehingga melakukan perbandingan berdasarkan manfaat, biaya, dan kemudahan layanan. Kondisi tersebut dapat menyebabkan minat menabung pada bank syariah menurun apabila produk yang ditawarkan belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan dan preferensi responden (Kumalasari & Soesilo, 2019).

Kondisi tersebut juga dapat dijelaskan dari perspektif perilaku konsumen, di mana individu dengan tingkat literasi yang tinggi cenderung memiliki kemampuan evaluasi yang lebih baik terhadap berbagai alternatif produk keuangan. Hal ini menyebabkan responden tidak hanya mempertimbangkan aspek prinsip syariah, tetapi juga mempertimbangkan efisiensi, kemudahan transaksi, serta keuntungan yang diperoleh apabila produk bank syariah dinilai belum kompetitif dibandingkan dengan bank konvensional, maka individu dengan literasi tinggi justru cenderung tidak memilih bank syariah sebagai tempat menabung. Dengan demikian, literasi

produk tidak selalu menjadi faktor pendorong, tetapi juga dapat menjadi faktor pembanding dalam pengambilan keputusan Sari & Afandy (2024).

Selain itu, kondisi sosial ekonomi responden turut mempengaruhi hasil penelitian ini. Mayoritas responden merupakan mahasiswa yang belum memiliki pendapatan tetap, sehingga kebutuhan untuk menabung belum menjadi prioritas utama. Dalam konteks *Theory of Planned Behavior*, kondisi tersebut mempengaruhi *Perceived Behavioral Control*, di mana meskipun individu memiliki tingkat literasi produk yang memadai, keterbatasan kemampuan finansial menyebabkan rendahnya minat untuk menabung (Ajzen, 2002).

Faktor lain yang turut mempengaruhi yaitu sistem pembayaran akademik di STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura yang masih dilakukan secara manual atau tunai juga berkontribusi terhadap rendahnya kebutuhan mahasiswa untuk membuka rekening tabungan bank syariah. Ketidakterkaitan langsung antara aktivitas akademik dan penggunaan layanan perbankan menyebabkan mahasiswa tidak merasakan urgensi untuk menabung, meskipun secara konseptual mereka telah memahami produk dan prinsip perbankan syariah. Dengan demikian, literasi produk yang tinggi tanpa didukung oleh kebutuhan praktis dan dorongan institusional belum mampu untuk meningkatkan minat menabung pada bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Siboro & Rochmawati (2021) yang juga menjelaskan bahwa literasi produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung. Temuan dalam penelitian ini semakin diperkuat oleh penelitian Sekarwati & Susanti (2020) yang menyatakan bahwa peningkatan literasi produk tidak selalu mendorong peningkatan minat menabung, bahkan dapat menunjukkan hubungan yang berlawanan arah.

Sebaliknya, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Novian et al. (2023) yang menyatakan bahwa literasi produk berpengaruh positif terhadap minat menabung. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi pemahaman individu terhadap produk perbankan, maka semakin besar pula minatnya untuk menabung. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh literasi produk terhadap minat menabung bersifat kontekstual, tergantung pada karakteristik responden dan lingkungan penelitian. Pada penelitian ini, responden didominasi oleh mahasiswa dengan tingkat kebutuhan finansial yang relatif rendah serta keterbatasan akses terhadap layanan perbankan syariah. Oleh karena itu, meskipun tingkat literasi produk tinggi, hal tersebut belum cukup kuat untuk mendorong minat menabung tanpa didukung oleh faktor kebutuhan, kemudahan akses, dan dukungan lingkungan.

4.7.2 Pengaruh Inklusivitas Keuangan Syariah Terhadap Minat

Menabung pada Bank Syariah

Hasil penelitian dari uji statistik secara parsial memperlihatkan bahwa variabel inklusivitas keuangan syariah menghasilkan nilai t hitung yakni 3,142 lebih besar dari nilai t tabel yakni 2,011 serta tingkat probabilitas $0,003 < 0,05$. Hipotesis yang diajukan sebelumnya menolak Hipotesis nol (H_0) dan menerima Hipotesis alternatif (H_a). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel inklusivitas keuangan syariah secara signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah secara parsial. Nilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inklusi keuangan syariah, maka semakin besar kemudahan bagi mahasiswa tersebut dalam mengambil keputusan untuk menabung pada bank syariah, dan begitu pula sebaliknya.

Dari total hasil tanggapan responden terhadap pernyataan dalam kuesioner, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,38 yang berada pada kategori

ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat inklusi keuangan syariah pada mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura masih belum kuat atau belum sepenuhnya dirasakan secara optimal. Berdasarkan seluruh pernyataan yang diajukan, skor tertinggi terdapat pada pernyataan X2.6 yaitu "Penggunaan layanan keuangan bank syariah membantu dalam mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik". Namun, nilai rata-rata yang masih berada pada kategori ragu-ragu menjelaskan bahwa akses, penggunaan, serta pemanfaatan layanan keuangan syariah belum merata di kalangan mahasiswa dan masih memerlukan peningkatan.

Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, inklusi keuangan merupakan bagian dari komponen *perceived behavioral control*, yang merefleksikan keyakinan individu dalam melakukan suatu perilaku yang dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya pendukung (Rahayu & Hakim, 2024). Dalam penelitian ini, inklusivitas keuangan syariah dipahami sebagai tingkat ketersediaan dan kemudahan akses terhadap lembaga perbankan syariah, termasuk keberadaan produk perbankan, layanan ATM, serta fasilitas *mobile banking* yang menunjang aktivitas transaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Amir (2023) yang menyatakan bahwa inklusivitas keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah, karena semakin mudah akses masyarakat terhadap layanan perbankan syariah, baik melalui ketersediaan kantor layanan, produk tabungan, fasilitas ATM, maupun layanan *mobile banking*, maka semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk menabung pada bank syariah. Kemudahan akses tersebut memberikan rasa nyaman dan meningkatkan keyakinan responden dalam menggunakan layanan perbankan syariah sehingga mendorong peningkatan minat menabung.

Sebaliknya, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Supriyanti & Fatimah (2018) yang menyatakan bahwa inklusivitas keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah, dikarenakan perbedaan karakteristik responden, tingkat akses terhadap layanan perbankan syariah, serta kondisi infrastruktur dan fasilitas keuangan di wilayah penelitian.

4.7.3 Pengaruh Literasi Produk dan Inklusivitas Keuangan Syariah

Secara Simultan Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah

Hasil penelitian dari uji statistik secara simultan memperlihatkan bahwa variabel literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah menghasilkan nilai f hitung yaitu 14,327 lebih besar dari nilai f tabel yaitu 3,200 dan nilai signifikan yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, nilai tersebut menjelaskan bahwa semua variabel independen atau variabel literasi produk (X1) dan inklusivitas keuangan syariah (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung (Y) pada bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara pemahaman mahasiswa terhadap produk perbankan syariah serta kemudahan akses dan ketersediaan layanan perbankan syariah berperan penting dalam membentuk minat menabung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Literasi produk mencerminkan aspek sikap dan pengetahuan individu terhadap suatu perilaku, sedangkan inklusivitas keuangan syariah merepresentasikan *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu atas kemudahan dan kemampuan untuk melakukan perilaku menabung. Ketika kedua faktor tersebut mempengaruhi secara simultan, maka kecenderungan individu untuk memiliki minat

menabung akan semakin kuat, meskipun secara parsial masing-masing variabel dapat menunjukkan arah pengaruh yang berbeda (Ajzen, 2002).

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,379 atau 37,9% dapat menjelaskan varian variabel literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah terhadap minat menabung pada bank syariah, sedangkan sisanya sebesar 62,1% dipengaruhi oleh variabel lain seperti tingkat pendidikan (Ma'ruf, 2021); kebudayaan (Ma'ruf, 2021), *disposable income* (Rahayu & Hakim, 2024), religiusitas (Sariah & Indra, 2024), kualitas layanan (Faradina, 2024), lingkungan sosial (Iryani & Kristanto, 2022); uang saku (Iryani & Kristanto, 2022), reputasi bank (Muhlis & Hasanah, 2023), dan promosi (Arofah, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung merupakan perilaku yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai hal seperti ekonomi, sosial, dan psikologis.

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan minat menabung mahasiswa tidak dapat hanya difokuskan pada peningkatan literasi produk, tetapi harus diiringi dengan penguatan inklusivitas keuangan syariah, seperti perluasan akses layanan, kemudahan pembukaan rekening, serta optimalisasi layanan digital. Selain itu, diperlukan kerja sama antara bank syariah dan perguruan tinggi untuk mendukung kebutuhan keuangan mahasiswa agar minat menabung dapat meningkat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan hasil dari penelitian dan pembahasan yang sudah diperoleh, oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan dari rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Literasi produk secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi produk yang dimiliki mahasiswa belum tentu dapat meningkatkan minat mereka untuk menabung di bank syariah, bahkan cenderung menurunkan minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.
2. Inklusivitas keuangan syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inklusivitas keuangan syariah yang dirasakan mahasiswa, maka semakin meningkat minat mereka untuk menabung di bank syariah.
3. Literasi produk dan inklusivitas keuangan syariah secara simultan dapat mempengaruhi minat menabung pada bank syariah secara positif dan signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka peneliti akan mengajukan beberapa saran yang mungkin bermanfaat:

1. Saran teoritis

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan dalam pengembangan penelitian di bidang perbankan

syariah, khususnya terkait minat menabung. Disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi minat menabung, seperti variabel kepercayaan, kemudahan teknologi digital, tingkat pendidikan, kebudayaan, *disposable income*, religiusitas, kualitas layanan, lingkungan sosial, uang saku, reputasi bank, serta promosi. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas jumlah responden dan lokasi penelitian agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

2. Saran Praktis

Bagi perbankan syariah, diharapkan tidak hanya meningkatkan literasi produk melalui penyampaian informasi yang bersifat teoritis, tetapi juga menyesuaikan produk tabungan dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa. Kemudahan layanan, inovasi produk, serta pengalaman pengguna yang baik perlu ditingkatkan agar dapat mendorong minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah secara berkelanjutan.

3. Saran Kebijakan

Perbankan syariah diharapkan dapat memperkuat inklusi keuangan syariah melalui kebijakan yang mendukung kemudahan akses layanan perbankan. Hal ini dapat dilakukan dengan memperluas jaringan kantor cabang dan ATM di Kecamatan Tanjung Pura, serta mengoptimalkan layanan digital seperti *mobile banking*. Kebijakan tersebut diharapkan mampu meningkatkan aksesibilitas dan mendorong peningkatan minat menabung mahasiswa pada bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, N. (2021). *Theory of Planned Behavior* (M. Herawati (Ed.)). CV. Brimedia Global.
- Aini, Q., A.S., K. D., & Pratama, A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan , dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Menabung Pada Masyarakat Generasi Z di DKI Jakarta. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4), 1753–1763.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4).
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour*. New York: McGraw-Hill Education.
- Alfarisy, F. R., & Canggih, C. (2025). Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 8(1), 172–185.
- Amalia, Z., Isnaliana, Muksal, & Gunawan, E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Kemudahan , dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Masyarakat Aceh dalam Menggunakan Fintech Peer To Peer Lending Syariah. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 7(2), 252–272.
- Amir, P. A. I. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung Anggota KSPPS BMT Bina Umat Mandiri Tegal*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arofah, H. (2023). *Pengaruh Tingkat Literasi, Promosi, dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Penggunaan Produk Perbankan Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Kudus*. Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Azkya, V., & Budianto, E. W. H. (2024). Pengaruh Penerimaan Dana ZISWAF, Simpanan Giro Wadiah, dan Pendapatan Murabahah terhadap GWM dengan

- Firm Size sebagai Variabel Moderasi pada Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2018–2023. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 6(1), 32–46.
- Azwari, P. C., Dewi, P. R., & Zuhro, F. (2022). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Dan Bank Umum Konvensional Di Indonesia. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 7(1).
- Dwiantoro, R. Z., Haryono, H., & Imamah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik. *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 55–63.
- Dz., A. S. (2018). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 63.
- Faradina, A. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Pengetahuan Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia di Kota Makassar. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 5(2).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit UNDIP.
- Fikri, A., Nurnasrina, N., & Sunandar, H. (2023). Problematika Perkembangan Kegiatan Usaha Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(2), 92–105.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17*. BPFE Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. BPFE Universitas Diponegoro.
- Halid, A. R. I., & Bashori. (2024). *Telaah Penelitian Terdahulu: Membangun Landasan Dan Mengungkap Kebaruan Penelitian*.
- Handayani, I., Candara, R., Mardialta, I., & Zora, F. (2025). Perbandingan Fungsi dan Peran Bank Syariah dan Lembaga Keuangan Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal JIPS (Jurnal Ilmiah Pendidikan Scholastic)*, 9(1), 1–9.

- Heriska, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Dan Pelayanan Syariah Terhadap Preferensi Tabungan BSI. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 345–359.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1).
- Iryani, R. M., & Kristanto, R. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Jurnal Magisma*, 10(2).
- Isnaini, M., Afgani, M. W., Haqqi, A., & Azhari, I. (2025). Teknik Analisis Data Uji Normalitas. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 1377–1384.
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (A. Ika (Ed.)). Semarang University Press.
- Jumarni, A., Arafah, M., & Karyono, O. (2024). Pengaruh Religiusitas dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung dan Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 7(1), 49–65.
- Kardoyo, Nurkhin, A., Muhsin, Mukhibad, H., & Aprilia, F. D. (2020). The Effect of Knowledge , Promotion , and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Services. *International Journal of Financial Research*, 11(2), 128–135.
- Karimah, A. D., Rama, A., & Lebba. (2025). Pengaruh Inklusi Keuangan Syariah dan Financial Socialization Terhadap Kesejahteraan Finansial dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics*, 5(2), 179–193.
- Kementerian Sekretariat Negara RI. (2020). *Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif*.
- Khanifah, V. A. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Halal , dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Investasi Pada Produk Cicil Emas dan Gadai Emas di Bank Syariah indonesia (Studi Kasus Wisma Muslimah Yayasan Pendidikan Islam Al-Atsari Yogyakarta)*. Universitas Tidar.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation*,

- and Control* (8th ed.). Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Prentice-Hall.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71.
- Likumahua, D. (2026). Analisis Informasi Eksternal Terhadap Minat Menabung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Kristen Indonesia Maluku. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 154–162.
- Lin, L. Y., & Chen, C. S. (2006). Lin, L., & Chen, C. (2007). The Influence of The country-of-origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions: an Empirical Study of Insurance and Catering Services in Taiwan. *Journal of Consumer Marketing*, 23(5), 248–265.
- Lin, N. H., & Lin, B. S. (2007). *The Effect of Brand image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount*.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2003). *Advertising Psychology and Research*. Mc Grow-Hill.
- Ma'ruf, A. (2021). *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, dan Kebudayaan terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Matondang, Z., Nasution, H. F., & Saefullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1).
- Muhlis, & Hasanah, A. (2023). Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 4(1), 28–38.

- Muhri, A., Habbe, A. H., & Rura, Y. (2023). Analisis Perbandingan Stabilitas Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 346–366.
- Muliyana, Novianty, R., & Hasbi, H. (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Promosi terhadap Minat Menabung Tabungan Haji di Bank Syariah. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 5(10).
- Nashihah, Z. (2017). *Pengaruh Karakteristik Individu, Kepercayaan dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- Nathasa, E., & Kusnadi, I. (2021). Analisis Minat Menabung Nasabah pada Masa Pandemi Covid 19 di Bank Kalbar Syariah Cabang Singkawang. 4(2).
- Nengsih, T. A., Arsa, & Putri, P. S. (2021). Determinan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah: Studi Empiris di Kota Jambi. *Journal of Business and Banking*, 11(1).
- Novelia, R. (2025). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Islamic Branding dan Pendapatan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran). Universitas Islam Negeri Salatiga.
- Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023a). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia No. 3 Tahun 2023 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan Masyarakat Indonesia*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023b). *Sejarah Perbankan Syariah*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025a). *Kinerja Positif Perbankan Syariah 2024*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025b). *Perbankan Syariah dan Kelembagaannya*.
- Payadnya, I. P. A. A., & Jayantika, I. G. A. N. T. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. CV Budi Utama.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*.

Erlangga.

- Pranata, A. A. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Malang di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Mediasi. In *UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Prasetyo, E. D., & Siwi, M. K. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 91–101.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. CV. Alfabeta.
- Puji, P. S., & Hakim, L. (2021). Peran Gender sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 1–12.
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behavior*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Puspitasari, L. (2024). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Riba dan Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. 3(01), 344–351.
- Putri, R. S. (2020). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Anggota KSPPS BMT Anda Kantor Cabang Salatiga). Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Rahayu, N. H., & Hakim, L. (2024). Pengaruh Pengetahuan Produk, Inklusi Keuangan Syariah, Lingkungan Sosial, dan Disposable Income Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8).
- Ramadhani, D., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Obat : Literatur Review (The Influence of Product Knowledge on Purchasing Decisions on Drugs : Literature Review). *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 4(1), 24–36.
- Risnawati, Wonua, A. R., & Astaginy, N. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan

- Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, 1(6).
- Romadhon, B., & Sutantri. (2021). Korelasi Merger Tiga Bank Syariah dan Kesadaran Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah. *Jurnal At-Tamwil*, 3(1), 26–49.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1).
- Roslina, R. (2009). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 10(2), 200–215.
- Safirah, Y., Muslihun, & Wijaya, P. A. (2024). Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Kota Mataram. *J-HES (Jurnal Hukum Ekonomi Syariah)*, 08(01).
- Said, A. (2016). *Pengaruh Brand Image, Word of Mouth, dan Iklan, Terhadap Minat Menabung di BMT Se-Kabupaten Demak*. STAIN Kudus.
- Saleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam (I)*. Prenada Media Grup.
- Santoso, A. Y., Khristiana, Y., & Utama, H. B. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Anggota Menabung di KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar. *Kelola : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 123–141.
- Saputra, A. E. (2022). Pengaruh Pengetahuan , Promosi , Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening. *JALHu: Jurnal Al-Mujaddid Humaniora*, 8(1), 8–20.
- Saragih, B. S. G., & Novitasari. (2023). Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Perkreditan Rakyat (Studi Kasus Wilayah Depok). *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1).
- Sari, D. I., & Afandy, J. (2024). Minat Menabung di Bank Syariah Ditinjau dari Literasi Keuangan Syariah, Pendapatan dan Religiusitas. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2428–2437.

Sariah, & Indra. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, Layanan Digital M-Banking Terhadap Keputusan Menabung Gen Z. Studi Kasus Nasabah BSI Jabodetabek. *Economic Reviews Journal*, 3(3).

Sejarah - Institut Jam'iyah Mahmudiyah (IJM Langkat). (2025).

Sekarwati, M. A., & Susanti. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan dan Modernitas Individu Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya. *JEBM*, 16(2), 268–275.

Sergio, N., Sutarno, S., & Anggraini, D. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa. *Jurnal KAFEBIS: Jurnal Kajian Fenomena Ekonomi & Bisnis*, 02(02), 1–8.

Setyaningrat, D., Mushlihin, I. A., & Zunaidi, A. (2023). Strategi Digitalisasi untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah : Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1).

Shafira, H., & Sisdianto, E. (2024). Analisis Pengaruh Tingkat Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2).

Siagian, F. G., & Suti, M. Z. (2025). Keunggulan Tabungan Wadiah dan Mudharabah dalam Perbankan Syariah untuk Menarik Minat Nasabah Berbasis Syariah. *Digital Bisnis : Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 4(1).

Siboro, E. D., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Melalui Self Control Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 37–50.

Simbolon, I. C., Samosir, J. M. C., Harahap, N. A., Nurhaliza, Hanum, S. L., Sayiddina, & Simamora, V. (2025). Analisis Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah Perbankan Syariah di Indonesia pada Tahun 2013-2023. *JCRD: Journal of Citizen Research and Development*, 2(1), 453–460.

Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan

- Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 2(1).
- Siska, Irvani, A., & Nurdin, M. (2025). Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Mahasiswa IAIN SAS Bangka Belitung Tahun 2024). *JYRS: Journal of Youth Research and Studies*, 6(1).
- Sovita, I., & Sari, M. A. (2021). Pengaruh Giro Wadiah, Deposito Mudharabah, dan Tabungan Mudharabah Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Tahun 2019-2023). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan*, 01(03), 429–442.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Imiah Profesi Pendidikan*, 9.
- Sudrajat, D. (2020). *Pengantar Statistika Pendidikan Disertai Aplikasi Program SPSS* (T. Budiharso (Ed.)).
- Sugesti, P., & Hakim, L. (2021). Peran Religiusitas dalam Memoderasi Disposable Income dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 5(1).
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (Ed.)). CV. Alfabeta.
- Supriyanti, T., & Fatimah, S. (2018). Pengaruh Aksesibilitas dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah: Studi Pada Anggota Komunitas Difabel Blora Mustika. *Jurnal MD*, 4(2).
- Sya'banin, S. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Kepercayaan pada Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Cipeujeuh Wetan). In *UIN Siber Syekh NUrjati Cirebon*.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

- Wardani, R. K., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Persepsi Mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 5(2), 81–95.
- Widyaningsih, D. (2021). *Statistika Bisnis* (E. Zusrony (Ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Zahara, S. N., Ruhadi, R., & Setiawan, S. (2021). Analisis Pengaruh Inklusi Keuangan Syariah terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Indonesia. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2(1), 164–177.
- Zulfayani, A., Nurmilasari, N., Nurul Afdhal, A. M., Rahayu, A., Achriaty, N., & Nurfadilla, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Dan Layanan Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 201–207.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Angket/Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum wr.wb.

Kepada Yth. Saudara/I, sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul “Pengaruh Literasi Produk dan Inklusivitas Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa STAI Jam’iyah Mahmudiyah Kecamatan Tanjung Pura)”, saya:

Nama : Nur Okta Dina Rangkuti

NIM : 210603049

Fakultas/Prodi: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Bermaksud untuk memohon kesediaan Saudara/i dalam mengisi angket ini guna menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini. Saya menjamin bahwa seluruh jawaban yang diberikan oleh Saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan dalam penelitian skripsi ini. Atas kesediaan Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi angket ini, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Hormat Saya,

Nur Okta Dina Rangkuti

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Usia:
 - a. < 20 tahun
 - b. 20-22 tahun
 - c. 23-25 tahun
 - d. > 25 tahun
4. Pengalaman Menabung di Bank Syariah:
 - a. Pernah
 - b. Sedang menabung
 - c. Belum pernah
5. Sumber Informasi tentang Produk Bank Syariah:
 - a. Media Sosial
 - b. Dosen/Perkuliahan
 - c. Teman/Keluarga
 - d. Pihak Bank
 - e. Lainnya:...

B. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda *check* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara pada setiap pernyataan yang telah disediakan. Keterangan dan nilai untuk jawaban dalam kuesioner sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
 Tidak Setuju (TS) : 2
 Ragu-ragu (RG) : 3
 Setuju (S) : 4
 Sangat Setuju (SS) : 5

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. Literasi Produk (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1	Saya mengetahui perbedaan fitur antara produk tabungan bank syariah dan konvensional dengan jelas					
2	Saya mengetahui berbagai jenis produk tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah					
3	Saya merasa terbantu secara finansial setelah menggunakan produk tabungan bank syariah					
4	Produk tabungan bank syariah memberikan kemudahan bagi saya dalam menyimpan dan mengelola dana					
5	Saya merasa lebih tenang menggunakan tabungan bank syariah					
6	Terdapat rasa percaya diri yang meningkat saat menggunakan layanan keuangan berbasis syariah					
7	Saya merasa puas setelah menggunakan produk tabungan bank syariah					

2. Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1	Layanan bank syariah mudah diakses dan dijangkau secara fisik (lokasi kantor dan ATM)					
2	Saya dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai layanan bank syariah					
3	Saya sering melakukan transaksi keuangan melalui rekening bank syariah					
4	Saya telah menggunakan produk bank syariah dalam jangka waktu yang cukup lama					
5	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah					
6	Penggunaan layanan bank syariah membantu dalam mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik					
7	Kehadiran bank syariah memberi dampak positif terhadap kondisi finansial saya sehari-hari					

3. Minat Menabung (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1	Produk tabungan bank syariah diperkenalkan secara ramah dan informatif oleh pihak bank					
2	Informasi awal yang saya dapatkan tentang produk tabungan bank syariah cukup jelas dan menarik perhatian					
3	Saya merasa tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk tabungan bank syariah					
4	Informasi yang diperoleh mendorong saya untuk mendalami tentang layanan tabungan bank syariah					
5	Saya memiliki keinginan untuk membuka tabungan di bank syariah					

6	Produk tabungan bank syariah sudah sesuai dengan apa yang saya butuhkan					
7	Saya menjadikan tabungan bank syariah sebagai pilihan utama untuk menyimpan uang					
8	Saya meyakini bahwa produk tabungan bank syariah memiliki kualitas dan manfaat yang baik					
9	Saya merasa senang dan aman ketika menggunakan layanan tabungan bank syariah					
10	Menabung di bank syariah memberikan pengalaman positif secara emosional					



Lampiran 2

Tabulasi Data Hasil Pengisian Kuesioner 50 Responden

Tabel Kuesioner Variabel Literasi Produk (X1)

No	Literasi Produk (X1)							Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	5	4	3	4	4	4	4	28
3	5	4	3	4	4	4	4	28
4	4	4	3	3	3	3	3	23
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	4	3	4	5	5	4	29
7	5	4	4	4	4	4	3	28
8	5	5	5	5	5	5	5	35
9	4	3	2	4	3	4	3	23
10	5	5	3	3	3	4	4	27
11	5	5	3	4	4	4	4	29
12	4	4	3	3	4	4	4	26
13	4	4	3	4	4	5	4	28
14	5	5	3	3	3	3	3	25
15	4	3	4	4	4	4	4	27
16	5	5	4	4	4	5	5	32
17	4	4	3	4	4	3	4	26

18	4	4	3	4	4	4	4	27
19	3	4	5	5	5	5	5	32
20	5	4	4	4	4	4	4	29
21	5	4	3	3	3	3	3	24
22	3	2	3	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	4	4	5	3	3	4	3	26
25	4	3	4	4	3	4	3	25
26	5	4	5	3	4	4	5	30
27	5	5	3	3	3	4	3	26
28	4	4	2	3	3	4	3	23
29	5	5	3	4	3	4	3	27
30	4	3	3	3	3	4	3	23
31	4	5	3	2	4	3	5	26
32	3	4	4	4	4	4	4	27
33	5	5	4	4	4	5	5	32
34	5	5	2	2	3	3	2	22
35	3	3	3	4	4	4	4	25
36	5	5	4	4	4	5	4	31
37	3	3	4	5	5	5	4	29
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	5	5	5	3	4	3	3	28

40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	5	5	2	3	3	2	3	23
42	3	3	3	3	3	4	3	22
43	3	4	3	3	3	3	3	22
44	4	2	3	2	3	3	3	20
45	5	5	5	5	5	3	4	32
46	3	2	3	3	2	3	3	19
47	4	5	3	3	4	5	3	27
48	4	4	4	4	4	4	3	27
49	5	5	2	2	3	3	3	23
50	4	4	4	4	4	5	5	30

Tabel Kuesioner Variabel Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)

No	Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)							Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
1	4	4	5	5	4	4	4	30
2	4	4	4	3	4	4	4	27
3	3	4	4	3	4	4	4	26
4	2	4	3	3	3	3	3	21
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	2	4	2	1	4	3	3	19

7	4	4	5	5	4	3	3	28
8	5	5	5	5	5	4	4	33
9	1	4	1	1	3	4	3	17
10	2	4	3	4	4	4	4	25
11	2	3	3	4	4	3	4	23
12	1	3	2	4	3	5	4	22
13	2	4	3	4	4	5	4	26
14	2	4	2	2	3	4	3	20
15	1	3	4	4	5	4	4	25
16	1	3	4	4	5	4	4	25
17	2	4	2	3	3	5	3	22
18	2	5	3	4	4	4	5	27
19	5	5	5	5	5	5	5	35
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	2	2	4	3	3	3	3	20
22	2	2	3	3	4	3	4	21
23	2	2	3	3	3	3	3	19
24	2	1	3	2	4	3	5	20
25	3	3	3	3	4	5	3	24
26	2	2	3	3	3	5	3	21
27	1	1	3	3	4	3	3	18
28	2	3	3	3	3	4	3	21

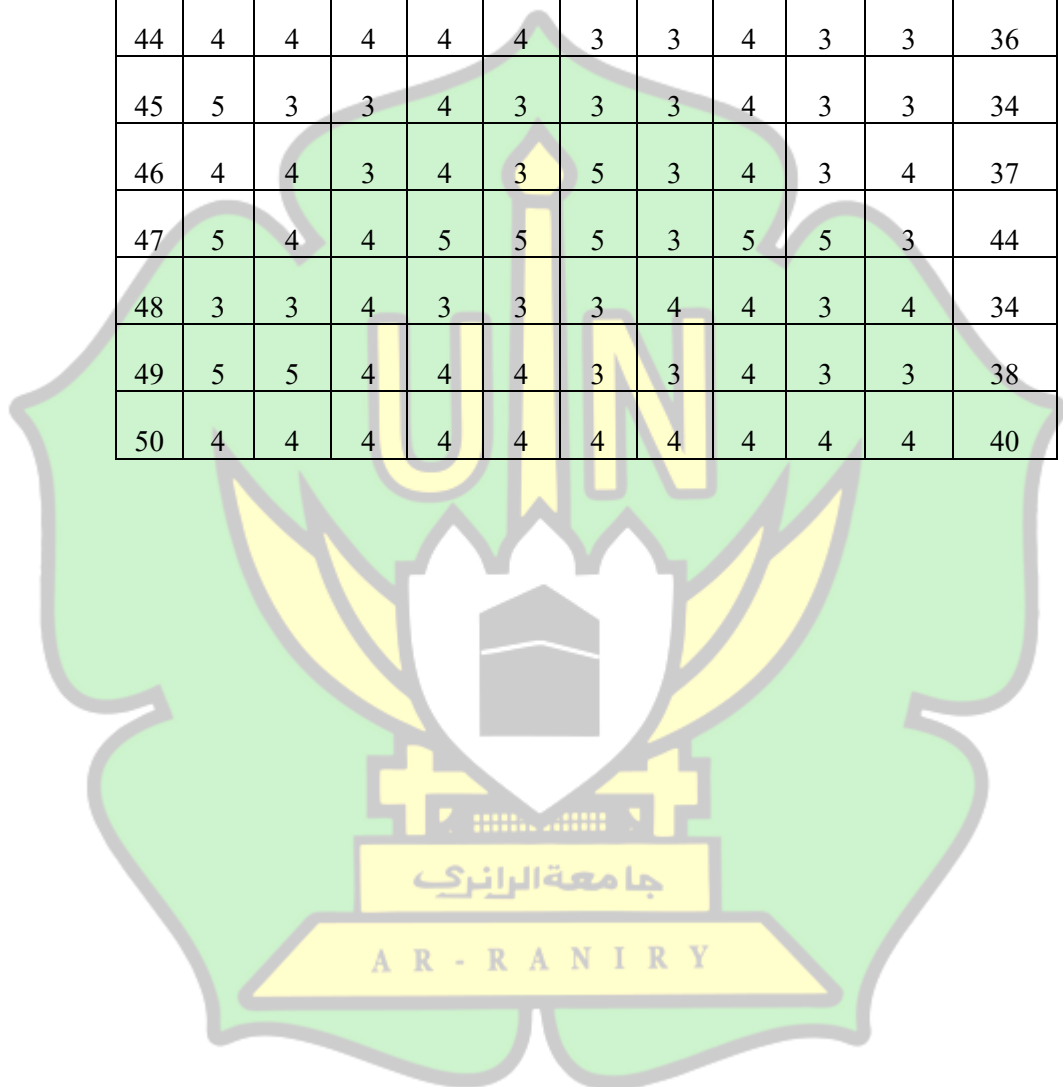
29	2	3	2	2	3	3	3	18
30	3	3	3	3	4	3	2	21
31	2	4	3	3	5	5	2	24
32	2	4	3	3	4	5	4	25
33	2	3	3	3	5	4	4	24
34	3	3	3	3	3	2	3	20
35	2	5	2	3	4	5	3	24
36	3	3	3	3	4	4	3	23
37	3	4	5	4	4	4	4	28
38	3	4	4	4	4	3	4	26
39	3	5	5	5	3	3	3	27
40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	3	2	2	2	4	4	3	20
42	3	4	3	3	3	3	3	22
43	3	4	3	3	4	4	3	24
44	3	4	3	2	3	3	3	21
45	3	5	3	3	3	3	4	24
46	3	4	3	2	4	3	3	22
47	2	2	3	2	3	4	3	19
48	3	4	3	3	3	2	4	22
49	3	4	3	3	4	3	3	23
50	3	4	4	4	5	5	5	30

Tabel Kuesioner Variabel Minat Menabung (Y)

No	Minat Menabung (Y)										Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	37
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
6	5	3	1	3	3	4	3	4	4	4	34
7	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
8	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	44
9	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	36
10	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	42
11	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	44
12	4	5	5	4	5	5	3	3	4	5	43
13	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
14	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	38
15	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	42
16	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44
17	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	39
18	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49

19	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	41
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	3	4	3	3	4	4	3	5	5	4	38
22	4	4	3	3	5	4	3	4	3	3	36
23	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	39
24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
25	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	29
26	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	44
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	39
29	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	44
30	4	5	4	5	5	5	4	5	3	3	43
31	5	4	4	4	5	5	3	5	4	3	42
32	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
33	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44
34	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	34
35	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	43
36	3	4	5	5	5	4	3	5	3	5	42
37	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
38	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

41	5	5	3	5	3	3	3	4	3	3	37
42	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	39
43	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	41
44	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	36
45	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	34
46	4	4	3	4	3	5	3	4	3	4	37
47	5	4	4	5	5	5	3	5	5	3	44
48	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	34
49	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	38
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40



Lampiran 3

Uji Validitas

Uji Validitas Variabel Literasi Produk (X1)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.686**	.016	-.121	-.027	-.120	-.016	.332*
	Sig. (2-tailed)		.000	.910	.404	.851	.408	.915	.019
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.686**	1	.076	-.058	.175	.008	.128	.474**
	Sig. (2-tailed)	.000		.601	.691	.225	.956	.374	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.016	.076	1	.522**	.560**	.365**	.493**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.910	.601		.000	.000	.009	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	-.121	-.058	.522**	1	.700**	.574**	.514**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.404	.691	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	-.027	.175	.560**	.700**	1	.541**	.695**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.851	.225	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	-.120	.008	.365**	.574**	.541**	1	.529**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.408	.956	.009	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.7	Pearson Correlation	-.016	.128	.493**	.514**	.695**	.529**	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.915	.374	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.332*	.474**	.697**	.700**	.814**	.645**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)

		Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.462**	.622**	.435**	.220	-.046	.191	.682**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.002	.125	.750	.185	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.462**	1	.245	.353*	.135	.187	.173	.608**
	Sig. (2-tailed)	.001		.087	.012	.351	.194	.229	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.622**	.245	1	.782**	.416**	-.024	.383**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.087		.000	.003	.870	.006	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.435**	.353*	.782**	1	.394**	.204	.444**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.002	.012	.000		.005	.156	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	.220	.135	.416**	.394**	1	.356*	.396**	.603**
	Sig. (2-tailed)	.125	.351	.003	.005		.011	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.6	Pearson Correlation	-.046	.187	-.024	.204	.356*	1	.184	.386**
	Sig. (2-tailed)	.750	.194	.870	.156	.011		.201	.006
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.7	Pearson Correlation	.191	.173	.383**	.444**	.396**	.184	1	.579**
	Sig. (2-tailed)	.185	.229	.006	.001	.004	.201		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.682**	.608**	.781**	.820**	.603**	.386**	.579**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y)

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.420**	-.036	.333*	.233	.040	.000	.034	.200	.075	.371**
	Sig. (2-tailed)		.002	.807	.018	.104	.785	1.000	.815	.164	.604	.008
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	.420**	1	.510**	.496**	.448**	.279	.169	.109	.148	.224	.618**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.001	.050	.239	.452	.303	.117	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	-.036	.510**	1	.491**	.525**	.311*	.426**	.212	.263	.350*	.669**
	Sig. (2-tailed)	.807	.000		.000	.000	.028	.002	.139	.065	.013	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.333*	.496**	.491**	1	.571**	.213	.308*	.310*	.166	.223	.663**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.000		.000	.137	.029	.028	.248	.120	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	.233	.448**	.525**	.571**	1	.453**	.353*	.335*	.295*	.236	.715**
	Sig. (2-tailed)	.104	.001	.000	.000		.001	.012	.017	.037	.099	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson Correlation	.040	.279	.311*	.213	.453**	1	.357*	.543**	.294*	.250	.603**
	Sig. (2-tailed)	.785	.050	.028	.137	.001		.011	.000	.038	.080	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y7	Pearson Correlation	.000	.169	.426**	.308*	.353*	.357*	1	.357*	.526**	.499**	.662**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.239	.002	.029	.012	.011		.011	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y8	Pearson Correlation	.034	.109	.212	.310*	.335*	.543**	.357*	1	.362**	.118	.538**
	Sig. (2-tailed)	.815	.452	.139	.028	.017	.000	.011		.010	.415	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y9	Pearson Correlation	.200	.148	.263	.166	.295*	.294*	.526**	.362**	1	.653**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.164	.303	.065	.248	.037	.038	.000	.010		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y10	Pearson Correlation	.075	.224	.350*	.223	.236	.250	.499**	.118	.653**	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.604	.117	.013	.120	.099	.080	.000	.415	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.371**	.618**	.669**	.663**	.715**	.603**	.662**	.538**	.654**	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Literasi Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	7

Uji Reliabilitas Variabel Inklusivitas Keuangan Syariah (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	7

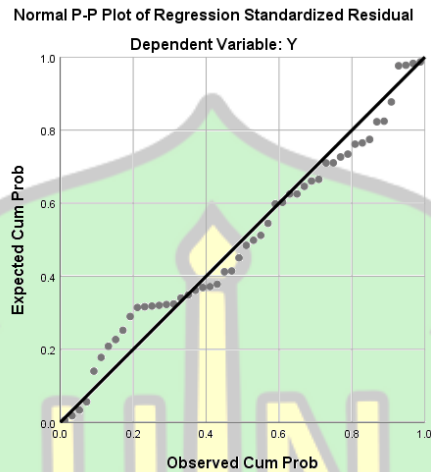
Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung (Y)

Reliability Statistics

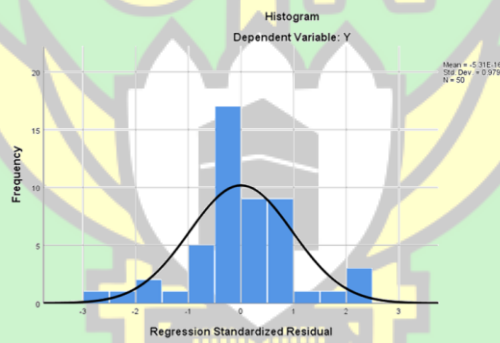
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	10

Uji Normalitas

Grafik P-Plot



Grafik Histogram



Uji Shapiro Wilk

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	.116	50	.090	.977	50	.422
X2	.110	50	.177	.961	50	.101
Y	.098	50	.200*	.974	50	.335

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Uji Multikolinieritas

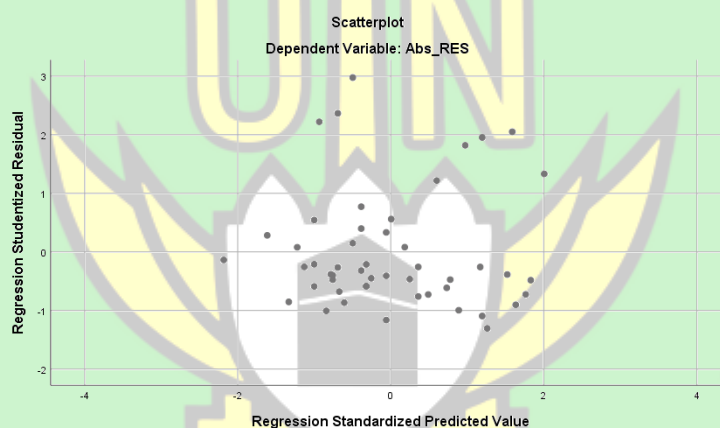
Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.685	1.460
	X2	.685	1.460

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas

Gambar Scatterplot



Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.661	3.229	1.134	.263
	X1	.152	.141	.185	.286
	X2	-.194	.120	-.276	.114

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.325	3.552		12.762	.000
	LiterasiProduk	-.570	.110	-.644	-5.193	.000
	Inklusi	.440	.140	.389	3.142	.003

a. Dependent Variable: Minat

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.325	3.552		12.762	.000
	LiterasiProduk	-.570	.110	-.644	-5.193	.000
	Inklusi	.440	.140	.389	3.142	.003

a. Dependent Variable: Minat

Hasil Uji F (Uji Simultan)

:: ANOVA^a ::

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	361.455	2	180.727	14.327	.000 ^b
	Residual	592.865	47	12.614		
	Total	954.320	49			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Inklusi, LiterasiProduk

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.615 ^a	.379	.352	3.552

a. Predictors: (Constant), Inklusi, LiterasiProduk



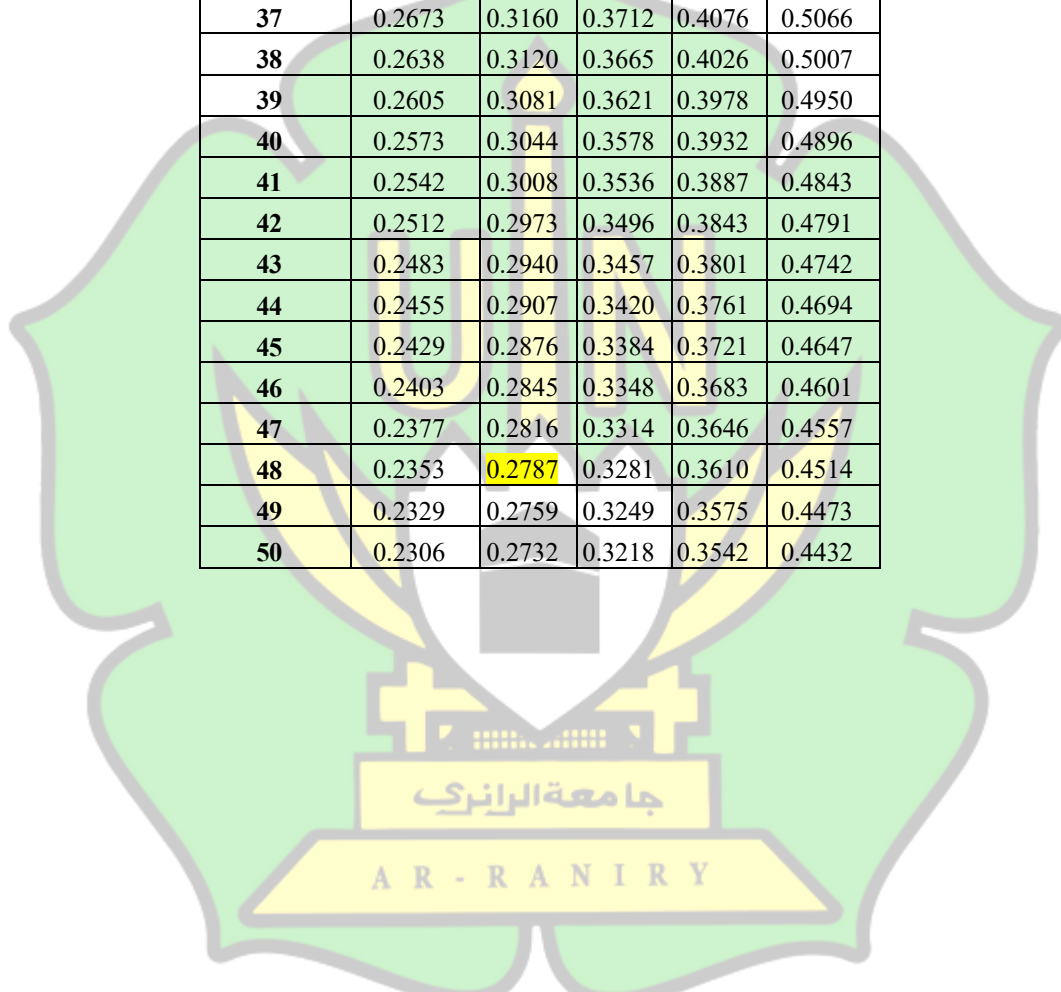
Lampiran 4

Daftar Distribusi r tabel

Tabel r untuk df = 1-50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620

30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432



Lampiran 5

Daftar Distribusi t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1-40)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005

36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentase Distribusi t (df = 41-80)

Pr Df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903

72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526



Lampiran 6

Daftar Distribusi F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.1	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98

34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87

