



Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Rafi Irsyad

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI, Depok, Jawa Barat

Korespondensi penulis: rafiirsyad10@gmail.com

Pranoto Effendi

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI, Depok, Jawa Barat

Muhammad Isman Almaududi

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI, Depok, Jawa Barat

Alamat: Jl. Raya Bojongsari, Depok, Jawa Barat, Indonesia 16517

Abstract. *This research was conducted to determine the influence of religiosity and public perception on interest in saving at sharia banks with a sample of respondents from the Rukun Warga 06 West Cilandak community. This study uses a quantitative approach. The results of the analysis show that the level of religiosity and public perception have a positive and significant influence on interest in saving. So these two variables are believed to increase interest in saving at sharia banks, therefore to increase the number of customers of a sharia bank it is necessary to increase outreach programs to the public so that their understanding and knowledge increases regarding the products and characteristics of sharia banks which are different from conventional banks.*

Keywords: *Religiosity, Perception, Interest in Saving, and Sharia Banking*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah dengan sampel responden masyarakat Rukun Warga 06 Cilandak Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil analisis memperlihatkan bahwa tingkat religiusitas dan persepsi masyarakat mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung. Sehingga kedua variabel ini dipercaya dapat meningkatkan minat menabung di bank syariah, karenanya untuk meningkatkan jumlah nasabah sebuah bank syariah diperlukan upaya peningkatan program sosialisasi kepada masyarakat agar pemahaman dan pengetahuan mereka bertambah terhadap produk dan karakteristik bank syariah yang berbeda dengan bank konvensional.

Kata kunci: Religiusitas, Persepsi, Minat Menabung, dan Bank Syariah

LATAR BELAKANG

Perkembangan terbaru dalam industri perbankan syariah menunjukkan data market share perbankan syariah yang dinamis bahkan cenderung stagnan. Rata rata pertumbuhan pertahun market share perbankan syariah per tahun sejak tahun 2017 (5,78%) hingga tahun 2023 (7,31%) hanya pada angka pada kisaran 0,25% per tahun. Bank Indonesia pada tahun 2017 pernah mencanangkan agar market share perbankan syariah bisa tumbuh sampai 20%. Sedangkan tahun 2023 masih berada di angka 7,31% naik dari tahun 2022 sebelumnya yaitu 7,14%. Hal ini masih sangat jauh dari target yang ditetapkan yaitu sebesar 20% pada tahun 2027. Adanya fakta bahwa pangsa pasar bank syariah mengalami stagnan, menjadi sumber kekhawatiran

mengingat potensi pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia yang besar dan harapan tinggi masyarakat terhadapnya.

Sesuai dengan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan 'adl wa tawazun, tidak bertransaksi dengan obyek haram, serta tidak berkaitan dengan transaksi yang mengandung kezaliman, riba, maysir serta gharar (*Perbankan Syariah Dan Kelembagaannya*, 2017). Dengan prinsip-prinsip ini diharapkan masyarakat dapat antusias dan berminat menjadi nasabahnya.

Minat seseorang biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kebiasaan dalam keluarga, keyakinan, budaya, gaya hidup, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan lingkungan di sekitarnya. Hal ini menjelaskan bahwa kaitan perilaku seseorang sangat berhubungan dengan pemilihan minat terhadap sesuatu. Perilaku seseorang juga berkaitan dengan pengambilan keputusan sesuai dengan kebutuhan dan pertimbangan orang tersebut (Putri et al., 2019)

Dari hasil data lapangan di sekitar kediaman penulis, ditemukan bahwa dari 30 warga terdapat 10 warga yang memiliki tabungan di bank syariah dan terdapat 20 orang yang menggunakan tabungan di bank konvensional. Hal tersebut menandakan bahwa di masyarakat Rukun Warga 06 lebih banyak yang menggunakan jasa bank konvensional. Selain itu ditemukan juga masyarakat banyak yang belum mengetahui produk-produk yang ada di bank syariah serta lokasi bank syariah di tempat tinggal mereka. Tambahan pula, adanya persepsi mereka bahwa bank syariah dan bank konvensional sama saja dan tidak ada perbedaan dari sisi operasional. Rasio tabungan rata-rata rumah tangga Indonesia terhadap pendapatan total juga tergolong rendah (Musyaffa & Iqbal, 2022).

Kebaharuan penelitian ini adalah dari sisi objek penelitian yaitu dengan responden masyarakat di Rukun Warga 06 Cilandak Barat. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah.

KAJIAN TEORITIS

Religiusitas adalah satu sistem yang kompleks dari kepercayaan, keyakinan dan sikap-sikap serta upacara-upacara yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat ketuhanan. Religiusitas seseorang dapat dilihat dalam berbagai sisi kehidupannya, yaitu meliputi semua kegiatan yang dipengaruhi oleh faktor keruhanian dan

tidak hanya pada ibadah ritual saja (Parastika et al., 2021). Pada dasarnya religiusitas itu terjadi berdasarkan kesadaran dan keinginan masing-masing dari setiap individu.

Menurut teori Gestalt, sebagian besar dari konsep dalam persepsi adalah prinsip-prinsip organisasi. Teori ini menyatakan bahwa persepsi bukanlah hasil dari penggabungan indra-indra individu, melainkan lebih merupakan keseluruhan yang utuh. Teori Gestalt menjelaskan beberapa prinsip yang menggambarkan bagaimana seseorang mengatur sensasi-sensasi tersebut menjadi bentuk-bentuk persepsi. Pada dasarnya manusia akan merespon setiap stimulus dan mengkategorikannya baik ke dalam fokus yang utama (*figure*) ataupun ke terpinggirkan ke dalam latar (*ground*) (Septiana, Muhammad Kurniawan, 2020).

Minat bisa disamakan seperti keinginan yang timbul dari dalam diri sendiri untuk mencapai keinginan tertentu tanpa ada paksaan dari orang lain. Minat merupakan perasaan senang dan ketertarikan pada aktivitas dan objek tanpa ada yang mengendalikan. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian (Muzakir et al., 2022). Minat juga perlu dipelajari sebelumnya karena ketertarikan pada sesuatu yang dipelajari dan berdampak pada pembelajaran selanjutnya. Jika minat menabung sudah muncul, maka masyarakat akan termotivasi di benaknya untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Jadi penulis menyimpulkan bahwa minat menjadikan seseorang yang akan mengalami ketertarikan dan keterlibatan pada suatu bidang tertentu, lalu merasa suka dan mempelajari materi tersebut untuk mendapatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan yang baru dalam kehidupannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur sejauh mana variabel-variabel yang diteliti yaitu religiusitas, persepsi masyarakat, dan minat menabung di bank syariah berhubungan satu sama lainnya. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2016) yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian berada di wilayah Rukun Warga 06, Kecamatan Cilandak Barat yang populasinya berjumlah 10.357 orang. Penulis mengambil sampel 100 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Adapun kriteria respondennya adalah masyarakat dari RT 001 sampai RT 017 yang telah berumur 17 tahun sampai lebih dari umur 55 tahun dan masyarakat yang sudah memiliki tabungan di bank syariah atau pun rekening di bank konvensional lainnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Menurut Santina et al., (2021) *purposive sampling* yaitu teknik sampling yang

digunakan peneliti jika peneliti secara sengaja memilih sampel yang memenuhi kriteria tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Responden

Responden secara merata diambil dari tujuh belas RT yang ada yang terdiri dari 36 orang laki-laki dan 64 orang perempuan. Dari sisi usia, responden didominasi oleh kalangan yang produktif di usia 30 sampai 55 tahun. Dari segi pendidikan lebih dari 60% didominasi oleh pendidikan SMA/Aliyah. Sedangkan dari sisi pekerjaan didominasi oleh ibu rumah tangga. Berikut secara lengkap terdapat pada Tabel 1, 2 dan 3 di bawah ini.

Tabel 1. Usia Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	17 > 30 tahun	41	41%
2	30 > 55 tahun	52	52%
3	> 55 tahun	7	7%
Total		100	100%

Sumber: data diolah

Tabel 2. Pendidikan Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	SD / Ibtidaiyah	2	2%
2	SMP / Tsanawiyah	8	8%
3	SMA / Aliyah	66	66%
4	S1 / S2 / S3	20	20%
5	Diploma	4	4%
Total		100	100%

Sumber: data diolah

Tabel 3. Pekerjaan Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Pelajar / Mahasiswa	27	27%
2	Pedagang	2	2%
3	Buruh	1	1%
4	PNS	3	3%
5	Ibu Rumah Tangga	39	39%
6	Karyawan Swasta	23	23%
7	Yang lain:	5	5%
Total		100	100%

Sumber: data diolah

Analisis Data

a) Uji Validitas

Sebelum melakukan analisis terhadap variabel penelitian, instrumen penelitian berupa kuesioner harus memenuhi uji validitas. Sebuah nilai *loading factor* yang melebihi angka 0,7 dianggap sebagai standar yang optimal, menunjukkan bahwa suatu indikator dianggap sah sebagai alat pengukur. Sebaliknya, indikator dengan nilai *loading factor* di bawah 0,7 akan dihapus dari model. Adapun indikator yang di bawah 0,7 adalah (X1.2) dan (X1.3) yang bisa dilihat pada Tabel 6. Indikator yang di bawah 0,7 dihilangkan dari model kemudian dilakukan pengujian ulang.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	0,791	<i>Valid</i>
	X1.2	0,665	<i>Tidak Valid</i>
	X1.3	0,695	<i>Tidak Valid</i>
	X1.4	0,750	<i>Valid</i>
	X1.5	0,816	<i>Valid</i>
	X1.6	0,752	<i>Valid</i>
	X1.7	0,832	<i>Valid</i>
	X1.8	0,763	<i>Valid</i>
	X1.9	0,782	<i>Valid</i>
	X1.10	0,746	<i>Valid</i>
	X1.11	0,783	<i>Valid</i>
Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Persepsi (X2)	X2.1	0,805	<i>Valid</i>
	X2.2	0,898	<i>Valid</i>
	X2.3	0,881	<i>Valid</i>
	X2.4	0,861	<i>Valid</i>
	X2.5	0,903	<i>Valid</i>
	X2.6	0,894	<i>Valid</i>
	X2.7	0,918	<i>Valid</i>
	X2.8	0,874	<i>Valid</i>

	X2.9	0,925	Valid
Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Minat Menabung (Y)	Y.1	0,935	Valid
	Y.2	0,912	Valid
	Y.3	0,896	Valid
	Y.4	0,924	Valid
	Y.5	0,923	Valid
	Y.6	0,925	Valid
	Y.7	0,936	Valid
	Y.8	0,857	Valid
	Y.9	0,842	Valid

Sumber: data diolah

Penilaian keandalan konstruk dapat dilakukan dengan menggunakan ukuran *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Menurut Ghazali (2014), suatu konstruk dianggap memadai jika nilai *composite reliability* melebihi 0.60. Namun, jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* masing-masing melebihi 0.80, maka konstruk tersebut dianggap sangat baik. Pada penelitian ini didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sangat baik dan *Composite reliability*-nya memadai.

Tabel 5. *Cronbach's Alpha & Composite Reliability*

Indikator	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i> (rho_a)	<i>Composite Reliability</i> (rho_c)
Religiusitas (X1)	0,928	0,932	0,940
Persepsi (X2)	0,965	0,967	0,970
Minat Menabung (Y)	0,972	0,973	0,976

Sumber: data diolah

b) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengonfirmasi keakuratan, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur suatu konstruk. Menurut Ghazali (2014) Hasil R^2 sebesar 0.67 yang mengindikasikan model "baik", 0.33 yang mengindikasikan model "moderat", dan 0.19 yang mengindikasikan model "lemah" untuk variabel laten endogen dalam model struktural. Berdasarkan Tabel 6, *R-Square* mengidentifikasi bahwa model struktural pada penelitian ini dalam kategori "baik".

Tabel 6. Nilai *R Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Minat Menabung (Y)	0,827	0,824

Sumber: data diolah

Dalam suatu penelitian kuantitatif, ukuran signifikansi dapat dinilai melalui nilai *t*-statistik dan nilai probabilitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan mempertimbangkan nilai statistik, di mana untuk α 5%, nilai *t*-statistik yang diperlukan harus melebihi 1.96. Oleh karena itu, kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah saat *t*-statistik > 1.96 (Ghozali, 2014). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima jika nilai *T*-statistic > 1.96 ; sebaliknya, jika < 1.96 , hipotesis ditolak. Selain itu, hipotesis dapat diterima jika nilai *P* Value < 0.05 , dan sebaliknya ditolak jika > 0.05 . Berikut adalah hasil nilai *Path Coefficients* dan *T-Statistics* berdasarkan data penelitian.

Tabel 7. Hasil *Path Coefficient*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEVI)</i>	<i>P Values</i>
Religiusitas (X1) -> Minat menabung	0,146	0,150	0,060	2,432	0,015
Persepsi (X2) -> Minat Menabung	0,804	0,802	0,059	13,515	0,000

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil uji *resampling bootstrapping* pada Tabel 7 diperoleh adanya pengaruh positif dari nilai parameter koefisien untuk variabel Religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah sebesar 0,146 dan signifikan pada taraf 5% yang dibuktikan dengan nilai *T-Statistic* sebesar 2,432. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

Demikian pula nilai parameter koefisien pada variabel persepsi terhadap minat menabung di bank syariah sebesar 0,804 dan signifikan pada taraf 5% yang dibuktikan dengan nilai *T-Statistic* sebesar 13,515. Hal ini juga menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung

Religiusitas seorang terbukti berpengaruh signifikan terhadap suatu produk dan informasi tentang bank syariah yang mendorong pertambahan minatnya menabung di bank syariah. Jika seseorang tidak memiliki religiusitas yang baik terhadap sebuah produk bank syariah dan layanan bank syariah maka ia cenderung mengabaikan dan memiliki sifat tidak

peduli dengan hal-hal yang ditawarkan bank syariah kepada masyarakat, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar minatnya untuk melakukan kegiatan menabung.

Responden sebagian besar memilih setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang telah disampaikan bahwa responden menjalankan ibadah harian, seperti shalat secara rutin, responden percaya bahwa ajaran agama yang dianutnya memberikan pedoman dalam urusan keuangan, responden aktif dalam membaca dan memahami literatur agama yang dianutnya dan responden memiliki kesadaran spiritual yang membimbing keputusan-keputusan dalam hidup sehari-harinya. Dengan adanya hubungan positif ini, dapat diasumsikan bahwa nilai-nilai keagamaan memiliki dampak positif terhadap kecenderungan individu untuk menabung, kemungkinan karena menekankan pentingnya stabilitas finansial sebagai bagian integral dari prinsip-prinsip keagamaan.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Triuspitorini (2019) menyatakan bahwa proyeksi dari variabel religiusitas menunjukkan hasil pengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung konsumen di bank syariah. Demikian juga penelitian lain yang dilakukan oleh Haryono (2022) menunjukkan hasil bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah karena penduduk lokal melihat bahwa bank syariah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari ketaatan dalam menjalankan agama Islam secara menyeluruh, yang tak terlepas dari prinsip-prinsip syariah Islam.

Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung

Persepsi dari seorang terbukti berpengaruh positif dan signifikan sehingga sangatlah penting untuk menambah minat menabung di bank syariah. Semakin baik persepsi seseorang terhadap kepentingan menabung, semakin besar minat mereka untuk terlibat dalam kegiatan menabung. Pandangan ini dapat terkait dengan keyakinan individu terhadap manfaat finansial dan keamanan masa depan yang dapat diperoleh melalui kegiatan menabung. Responden sebagian besar memilih setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang telah disampaikan bahwa responden memilih bank syariah untuk menabung karena sesuai syariat Islam, responden melihat bank syariah sebagai lembaga keuangan yang terorganisir dengan baik dan mampu menyediakan pelayanan yang berkualitas, responden menganggap informasi tentang produk bank syariah cukup dipahami dan responden merasa yakin bahwa produk tabungan di bank syariah adalah pilihan yang tepat dalam menggunakan layanan perbankan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Cahyono, Amin, dan Tarjono (2021) yang menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi terhadap minat menabung di bank syariah. Namun tidak sejalan dengan penelitian Waadaramah (2022)

yang menyatakan bahwa minat menjadi nasabah di bank syariah tidak dipengaruhi oleh persepsi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel religiusitas dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini bermanfaat dan dapat memberikan masukan terhadap bank syariah untuk memperhatikan kedua variabel ini dalam usaha meningkatkan jumlah nasabahnya. Bank syariah dapat melakukan strategi membangun persepsi positif dan nilai-nilai religiusitas melalui berbagai langkah proaktif. Misalnya, bank syariah dapat mengintensifkan kerjasama dan keterlibatan dengan tokoh-tokoh agama terkemuka melalui kolaborasi dalam penyelenggaraan seminar, diskusi, atau forum dialog yang melibatkan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah. Persepsi masyarakat terkait dengan keyakinan individu terhadap manfaat finansial dan keamanan masa depan yang dapat diperoleh melalui kegiatan menabung juga harus ditumbuhkan. Sikap positif seperti ini dapat mendorong orang untuk mulai membuka tabungan di bank syariah.

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan dua variabel eksogen. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel lain yang juga dapat berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah sehingga didapatkan faktor pengaruh yang lebih lengkap dan komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) (edisi 1)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Heru Cahyono, Nur Muhammad Faiz Amin, Tarjono, A. M. (2021). Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Ecobankers : Journal of Economy and Banking*, 2(2), 80–87.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167.
- Muzakir, A., Variana, Y. U., Fitriyah, A. T., & Suriani. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah). *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 9–18.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 180. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>

- Perbankan Syariah dan Kelembagaannya*. (2017). Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/PBS-dan-kelembagaan.aspx>
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Rudi Haryono. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133–156. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.95>
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*, 2(1), 1–13. [file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf](file:///Users/ajc/Downloads/319-File%20Utama%20Naskah-423-1-10-20210810.pdf)
- Septiana, Muhammad Kurniawan, E. (2020). Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi kasus pada UMKM di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(2), 59.
- Statistik Perbankan Syariah OJK. (2023). Statistik Perbankan Syariah Sharia Banking Statistics. *Statistik Perbankan Syariah*, Mi, 5–24.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK*. Alfabeta.
- Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 58.
- Waadarahmah. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Bima Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 3(1), 16–27.