

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Istilah internasional menyebutkan bahwa bank syariah adalah *Islamic Banking* atau istilah lainnya *interest-free Banking*.¹ Fungsi utama Bank yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan bertugas menyalurkan lagi kepada nasabah dalam bentuk lainnya sebagai salah satu usaha dalam rangka menaikkan kualitas hidup nasabah.² Sedangkan bank menurut UU No. 10 tahun 1998 mengenai perubahan UU No. 7 tahun 1992 mengenai perbankan disebutkan bahwa Bank Syariah adalah lembaga keuangan umum yang melaksanakan tugas dan fungsinya dengan prinsip-prinsip syariah untuk menyalurkan jasa transaksi pembayaran keuangan³

Bank islam atau yang dikenal sebagai bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak menggunakan metode bunga. Karakteristik dominan antara perbankan konvensional dengan perbankan syariah terletak pada bagaimana kedua lembaga tersebut dalam mendapatkan keuntungan. Bank konvensional memiliki sistem bunga sedangkan bank syariah ciri khasnya menggunakan sistem bagi hasil. Bunga bagi nasabah sebagai keuntungan karena telah menggunakan produk tabungan dan deposito, sedangkan masyarakat yang meminjam uang kepada bank berada diposisi kesulitan dengan sistem bunga bank tersebut. Lebih tepatnya bunga yang dibebankan bank sifatnya tetap dipungut perbulan dan tidak memperhatikan untung atau ruginya usaha nasabah. Agama islam jelas melarang sistem ini, yaitu larangan untuk tidak minta pinjaman atau meminjamkan uang maupun menginvestasikan modal untuk jenis usaha yang tidak diperbolehkan, karena islam meyakini bahwa kegiatan akad yang dilakukan akan memiliki konsekuensi di dunia maupun akhirat.⁴ Sedangkan, riba yaitu pungutan atas tambahan pokok hutang atau jenis lainnya yang bertentangan dengan aturan syariah secara *bathil*.⁵

¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah, Edisi Revisi Ke-2* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011) h.15

² Undang-Undang No.1 Tahun 1998 tentang Perbankan, Pasal 1

³ Muhamad, *Bank Syariah*, (Graha Ilmu : Yogyakarta, 2005), h.78

⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani, 2001).

⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Wacana Ulama dan Cendekiawan* (Jakarta: Central Bank Of Indonesia and Tazkia Institute, 1999)

Riba diharamkan karena berkaitan dengan suatu tambahan yang nilainya berlipat. Sebagaimana dalam surah lain Allah SWT berfirman dalam al-quran surat Ali-Imran ayat 130:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً
وَ اتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.*”⁶ (QS. Ali-Imran ayat 130).

Tujuan utama dalam pendirian lembaga ini adalah sebagai usaha bersama agar umat islam memiliki dasar rujukan dalam kehidupan bermuamalahnya dengan qur’an dan sunnah sebagai landasan hukumnya.⁷ Adapun peran dan fungsi bank syariah adalah memurnikan operasional atau kegiatan dalam bank syariah, sehingga akan terbentuk rasa kepercayaan masyarakat. Dan harapannya meningkatkan kesadaran umat islam sehingga bisa memperluas segmen serta pangsa pasarnya bank syariah. Diharapkan ulama di Indonesia juga sejalan dengan tujuan bank syariah itu sendiri sehingga bisa terjalinnya kerja sama antara para ulama yang menjadi rujukan kehidupan umat islam di Indonesia.⁸

Permasalahan yang kentara ketika sistem bunga sudah jelas dilarang dan sudah banyak masyarakat yang tau tentang hal tersebut, disisi lain masyarakatnya yang masih banyak memilih menjadi nasabah bank konvensional. Seharusnya dengan ditetapkannya *dual banking system* di Indonesia, masyarakat lebih mudah untuk memilih bank syariah dalam memenuhi kebutuhan keuangannya. Ditandai dengan kokohnya bank syariah ketika menghadapi krisis global tahun 1998 menunjukkan bahwa *performance* bank syariah baik dibandingkan dengan bank konvensional yang mengalami *negative spread*. Hal ini yang melatarbelakangi perkembangan bank syariah semakin banyak peningkatan baik dari segi jumlah kantor, nasabah, jumlah asset, DPK dan lain-lain.⁹ Maka, dengan banyak dibukanya banyak kantor cabang baru yang semakin memungkinkan masyarakat untuk tidak lagi beralasan tidak

⁶ Enang Sudrajat dkk, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Yayasan Penyelenggara penerjemah penafsir Al-Qur’an Revisi Terjemah oleh Lajnah Pentasih Mushaf Al-Qur’an Departemen Agama Republik Indonesia), (Bandung: Syaamil Quran, 2009), h. 63.

⁷ Abdullah Saeed, *Islamic Banking and Interest: A study Of The Prohibition Of Riba and its Contemporary Interpretation*, (Leiden: EJ Brill, 1996)

⁸ Karnaen Purwataatmadja, *Istiqomah dalam menjalankan Operasional Bank Syariah*, (Gaha Ilmu : Yogyakarta, 2005) h.67

⁹ Anangadipa Abimantra, Andisa Rahmi, dkk. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam memilih Menabung pada Bank Syariah*. (Jurnal Ekonomi Universitas Gunadarma, 2013)

mengetahui perbankan syariah sebagai salah satu solusi dalam bertansaksi keuangan di Indonesia. seperti yang dipaparkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Kantor Bank Syariah di Indonesia Tahun 2020

Kelompok Bank	KC	KCP	KK	Total
Bank Umum Syariah	490	1.256	197	2.755
Unit Usaha Syariah	162	166	62	390
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	-	-	-	-
Jumlah	652	1.422	259	3.145

Sumber: Statistik Perbankan Syariah September 2020¹⁰

Terlepas dari perkembangan bank syariah di Indonesia, lembaga keuangan ini sampai sekarang masih terus menghadapi tantangan dan peluang dalam bisnisnya. Salah satu, permasalahan utama lembaga keuangan syariah di Indonesia adalah bagaimana mendapatkan dan mempertahankan pelanggan sebagai upaya bertahan dan terus berkembang. Upaya-upaya tersebut sangat variatif bisa dengan meningkatkan kualitas pelayanan, perbaikan sarana dan prasarana, mengeluarkan produk baru yang inovatif, maupun gencar meliterasi masyarakat agar terciptanya persepsi positif terhadap perbankan syariah dikalangan masyarakat.

Upaya bank syariah untuk terus berkembang dengan cara mendapatkan dan mempertahankan pelanggannya bisa dengan memperbaiki kualitas pelayanan, gencar pemasaran, dan lain-lain. Menurut teori, minat beli konsumen terhadap pembelian suatu produk dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan.¹¹

Potensi Indonesia yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi mereka untuk tertarik menabung di perbankan syariah, salah satunya yaitu Indonesia telah di akui

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan, *Data Statistik September 2020*, melalui <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/pages/statistik-perbankan-syariah---september-2020.aspx> diakses pada 23 Februari 2021

¹¹ Okta Nofri dan Andi Hafifah, *Analisis Prilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar*, (Jurnal Manajemen, ide, Inspirasi (MINDS), Volume 5 No. 1, 2018) h.117

dunia sebagai salah satu peringkat atas dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Seharusnya dengan pertumbuhan penduduk muslim yang pesat, umat muslim menjadi nasabah loyal dan mendominasi menjadi nasabah bank syariah sehingga dapat sebanding dengan pertumbuhan lembaga keuangan syariah di Indonesia. Namun, menurut Survey Nasional Keuangan Indonesia tahun 2019 Anggota Dewan Komisioner OJK mengatakan, bahwa tingkat literasi dan inklusi masyarakat terhadap ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia masih sekitar angka 8,93 % apabila dijabarkan hanya sekitar Sembilan diantara 100 orang dewasa khususnya kaum millennial yang mengenal dengan baik produk keuangan syariah, sedangkan tingkat literasi bank nasional yang mencapai angka 38%. Selain itu, dari survey tersebut didapatkan juga bahwa persepsi terhadap bank syariah dikalangan generasi muda di Indonesia, diantaranya yaitu; pertama, kebanyakan anggota masyarakat termasuk kaum milenial mengira ekonomi dan keuangan syariah hanya diperuntukan khusus untuk umat islam. Kedua, bank kaum milenial yang menganggap produk keuangan syariah hanya diperuntukan untuk kalangan orang tua. Ketiga, masih banyak kelompok masyarakat yang didalamnya termasuk kaum milenial mengira bahwa produk keuangan syariah tidak ada bedanya dengan produk keuangan konvensional yang hanya membedakan adalah penamaanya dalam istilah bahasa arab, misalnya deposito dengan sistem bagi hasil diberi nama *mudharabah*. Hal ini lah yang melatarbelakangi tugas para pihak yang bersangkutan untuk terus mendorong pemahaman akselerasi keuangan syariah. Selain itu, per akhir Maret 2021 total aset keuangan syariah adalah mencapai 1.863 triliun dengan *market share* mencapai 10% terhadap keseluruhan aset industri keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa masih besarnya harapan untuk menaikkan lagi aset keuangan syariah Indonesia untuk menjadi pusat keuangan syariah dunia dengan potensi umat islam yang mencapai 270 Juta jiwa dan jumlah umat muslim 80% nya yaitu sekitar 230 juta jiwa.¹² Maka, kesimpulan yang dapat diambil yaitu permasalahannya kurang baiknya persepsi masyarakat termasuk didalamnya generasi muda terhadap bank syariah sehingga mengakibatkan rendahnya keinginan mereka untuk menjadi nasabah perbankan syariah di Indonesia.

Mengingat mahasiswa merupakan kategori masyarakat yang terliterasi dan berpotensi besar untuk menggunakan produk perbankan syariah dengan jiwa muda

¹² Survey Ojk, Literasi Keuangan Syariah RI Masih Rendah Salah Satunya Dianggap Hanya Buat Orang Tua, <https://www.google.com/amp/s/m.liputan6.com/amp/4591479/literasi-keuangan-syariah-ri-masih-rendah-salah-satunya-dianggap-hanya-buat-orang-tua>, diakses pada tanggal 29 Agustus 2021 pukul 13.28 WIB

dan rasa ingin tahunya yang tinggi. Maka memunculkan pertanyaan apakah lingkungan akademisi Universitas mampu mendorong mereka untuk memiliki persepsi yang positif tentang bank syariah dan berpengaruh terhadap minat mereka menyetor uang di bank syariah. Maka, inilah salah satu alasan penulis memilih persepsi sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Persepsi merupakan suatu proses pengaturan maupun penerjemahan informasi dari sistem saraf yang telah menerima rangsangan dari internal maupun eksternal oleh otak. Para ahli sudah banyak mendefinisikan apa yang dimaksud dengan persepsi meskipun pada intinya memiliki arah yang sama mengenai definisi persepsi itu sendiri.¹³ Faktor persepsi atau pandangan terhadap karakteristik yang melekat pada bank syariah itu sendiri dapat mempengaruhi citra sebuah produk, sehingga minat dalam pembelian produk tersebut semakin meningkat.

Pandangan atau persepsi masyarakat terhadap bank syariah secara tidak langsung telah mewakili pandangan terhadap lembaga keuangan syariah secara umum. Penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah sebelumnya juga telah diteliti oleh Bank Indonesia (BI) dengan berusaha memaparkan potensi perkembangan perbankan syariah dengan pola perilaku masyarakat sebagai salah satu indikatornya. Dalam penelitian tersebut yang dilakukan diseluruh Pulau Jawa, pada dasarnya mempelajari karakteristik kelompok masyarakat tertentu yang terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah, merupakan peluang bank dalam upaya gencar melakukan pemasaran. Hasil penelitian tersebut didapatkan bahwa kesan secara umum dari masyarakat terhadap perbankan syariah yaitu diantaranya (1) perbankan syariah tidak memakai sistem bunga (2) perbankan syariah identik dengan bank Islami. Sehingga diduga motivasi-motivasi ini yang kuat terhadap pemilihan bank syariah untuk bertransaksi dari sekelompok masyarakat.¹⁴

Minat adalah suatu kegiatan perpaduan kemauan dan keinginan yang akan terus berkembang karena adanya pengaruh motivasi tertentu. Maka dari itu, Minat merupakan motor penggerak dalam diri manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan.¹⁵

Menabung merupakan sebuah kegiatan dalam pengelolaan keuangan dengan tujuan untuk menyiapkan kestabilan keuangan seseorang dimasa mendatang. Definisi

¹³ Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007) h.194.

¹⁴ Silvia Miftakur R, *Pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah* (skripsi Pendidikan Ekonomi Universitas Jember, 2015), h.2

¹⁵ *Ibid*, h. 5

tabungan secara spesifik adalah simpanan sejumlah uang yang sistem penarikannya berdasarkan perjanjian yang dilakukan sebelumnya.¹⁶

Produk tabungan sangat diminati oleh mahasiswa baik yang berada di Kota yang sama atau yang berasal dari luar kota untuk menyimpan kelebihan pendapatannya maupun uang bulanan dari orang tua. Pengetahuan tentang perbankan syariah bisa diperoleh dari pendidikan formal atau non-formal. Pengetahuan formal mahasiswa tentang perbankan syariah bisa didapatkan dari mata kuliah yang berhubungan dengan perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah secara umum. Sedangkan, pengetahuan non-formal bisa didapatkan dari teman, saudara, media cetak dan media lainnya yang serupa. Dari pengetahuan produk perbankan syariah adalah satu diantara banyaknya faktor utama pembentuk persepsi mahasiswa, sehingga semakin positif persepsi mahasiswa memungkinkan semakin besar ketertarikannya menabung di perbankan syariah.

Selain itu, di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung merupakan satu dari banyaknya universitas yang banyak menggunakan jasa perbankan syariah untuk kegiatan akademik maupun non-akademik baik untuk tenaga pendidik maupun untuk mahasiswanya. Hal ini merupakan salah satu upaya perbankan syariah dalam merangkul nasabah dikalangan millennial. Maka, inilah yang melatarbelakangi peneliti untuk mengetahui apakah persepsi mereka tentang bank syariah terdapat pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan pemaparan ini maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai persepsi bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah, dengan judul **“Pengaruh Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”**

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang difokuskan dalam penelitian ini adalah dapat dirumuskan bagaimana persepsi tentang bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Perbankan Syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

¹⁶ Undang-undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

C. Tujuan Penelitian

Maka, berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang bank syariah secara signifikan terhadap minat menabung di Perbankan Syariah pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang kebermanfaatan khususnya untuk pengembangan ilmu ekonomi syariah dan perbankan syariah. Khususnya dalam pengembangan model aplikatif untuk menentukan tingkat pengaruh persepsi tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Selain itu penelitian ini diharapkan sebagai salah satu rujukan informasi dan saran bagi para peneliti yang melakukan penelitian serupa atau sejenis agar dapat menyelesaikan penelitiannya lebih lanjut

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini menjadi salah satu sumber informasi bagi masyarakat dan diharapkan semakin menumbuhkan minat masyarakat terhadap penggunaan produk atau jasa perbankan syariah. Untuk bank maupun pihak-pihak terkait diharapkan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk berinovasi atau mengambil kebijakan agar mempertimbangkan aspek persepsi masyarakat tentang bank syariah yang akan mempengaruhi keinginan menggunakan produk bank syariah.

E. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah sebuah konsep tentang hubungan teori dengan faktor masalah yang akan diteliti. Kerangka berfikir yang baik adalah bisa terpapkannya sebuah konsep secara teoritis. Hubungan antara setiap variabel yang akan diteliti. Sehingga secara teoritis perlu dipaparkan hubungan antara variabel independen dan dependen sebagai alasan mengapa variabel tersebut diteliti dalam skripsi ini.

Menurut Kotler dan Keller (2016), proses keputusan pembelian seseorang diawali saat menyadari adanya masalah kebutuhan (problem recognition), dimana pembeli menyadari

terdapat pertentangan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diiharapkannya.¹⁷ Maka dari itu, konsumen akan mengarah pada timbulnya minat dan terdorong untuk banyak mencari tau lebih banyak tentang produk yang akan dibeli.

Menurut Maxxwell dan Khunniza prilaku konsumen dalam menentukan minat beli prosuk dipengaruhi oleh persepsi dirinya terhadap suatu produk dan citra produk tersebut sesuai dengan kebutan dalam dirinya.¹⁸ Maka dari itu, persepsi merupakan faktor penting seseorang memiliki minat terhadap suatu produk tertentu. Nasabah perbankan syariah ketika mereka memiliki persepsi maka langkah selanjutnya nasabah akan mencari tahu informasi lengkap mengenai bank syariah. Apabila informasi yang didapatkan positif terhadap suatu objek maka persepsinya juga akan positif. Latar belakang mahasiswa sebagai nasabah yang terliterasi mengenai pengetahuan perbankan syariah yang didapatkan dari lingkungan akademik atau sumber lainnya, sudah dipastikan memiliki persepsi yang positif maka keinginan untuk menggunakan jasa perbankan syariah semakin kuat karena mereka sedikit banyaknya telah mengetahui informasi yang lengkap terhadap suatu produk/objek tersebut.

Berdasarkan analisa yang peneliti lakukan sebelumnya dan penjabaran secara , maka dapat dirumuskan model sederhana mengenai penelitian ini. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pemikiran

F. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban singkat terhadap masalah yang dirumuskan sebelumnya bentuk pertanyaan. Disebut jawaban sementara, karena analisis ini baru memaparkan berdasarkan teori-teori yang berhubungan dengan pertanyaan, belum dijabarkan terhadap data/fakta empiris yang ada di lapangan. Maka, hipotesis dapat disimpulkan sebagai

¹⁷ Okta Nofri dan Andi Hafifah, *Analisis Prilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar*, (Jurnal Manajemen, ide, Inspirasi (MINDS), Volume 5 No. 1, 2018) h.117

¹⁸ Khunniza, Luluk Mivta. *Pengaruh Harga, Merk, dan Nama Negara Asal pada Minat Beli Konsumen*. (2010). <https://digilib.uns.ac.id/> diakses pada senin, 20 Juli 2021

jawaban secara teori sebelum penjabaran jawaban langsung dilapangan.¹⁹ Maka, hipotesis dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. H_0 = Persepsi tentang Bank Syariah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
2. H_a = Persepsi tentang Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah pemaparan dalam bentuk lain yang terdapat kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan baik dari segi permasalahan ataupun objek yang diteliti. Tujuan penulis melakukan penelitian terdahulu pada penelitian-penelitian sebelumnya adalah untuk membuktikan penelitian tersebut terjamin original, terhindar dari plagiasi ataupun sekedar mengulang penelitian terdahulu serta untuk mendukung penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang penulis pilih diantaranya yaitu:



¹⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014) h.64

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Agus Sutrisno	Analisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah (studi kasus mahasiswa IAIN Salatiga)	persepsi kualitas pelayanan (X1), promosi (X2), religiusitas (X3), minat mahasiswa menabung (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah adalah variabel promosi dan religiusitas, sedangkan variabel persepsi kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah.	Persamaanya yaitu peneliti sama-sama mengambil variabel persepsi dan minat mahasiswa menabung diperbankan syariah sebagai variabel yang diteliti. Serta, penelitian ini sama-sama mengambil mahasiswa sebagai responden penelitian.	penelitian ini mengambil variabel lain selain persepsi, yaitu promosi dan religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah.
2.	Julia Sri Ningsih	Pengaruh persepsi, tingkat religiusitas dan	Persepsi (X1), tingkat religiusitas (X2),	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan	Persamaanya dengan penulis adalah sama-	Penelitian ini diajukan terhadap dosen bukan

		disposable income terhadap minat menabung di perbankan syariah (studi pada dosen UIN Raden Intan Lampung)	disposable income (X3), minat menabung dosen (Y)	bahwa yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung adalah variabel persepsi dan religiusitas, sedangkan, variabel <i>disposable income</i> tidak berpengaruh terhadap minat menabung karna hasil menunjukkan jumlah t hitung < t tabel. Namun, secara simultan variabel persepsi, religiusitas dan <i>disposable income</i> memiliki pengaruh yang signifikan.	sama menggunakan persepsi sebagai variabel bebasnya dan minat menabung di perbankan syariah sebagai variabel terikat.	mahasiswa, peneliti ini juga mengambil variabel lainya selain persepsi, yaitu religiusitas dan <i>disposable income</i> .
3.	Leni Qurrotul Aini	Pengaruh persepsi dan preferensi terhadap keputusan menabung	Persepsi (X1), preferensi (X2), keputusan menabung (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan preferensi	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengambil	Perbedaanya dengan penelitian ini, selain persepsi penulisnya juga

		di bank syariah pada dosen fakultas syariah dan hukum UIN sunan gunung djati bandung		secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, dan secara simultan persepsi dan preferensi juga berpengaruh positif dan signifikan dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan sumbangan persentase sebesar 26,6% terhadap keputusan menabung.	persepsi sebagai variabel bebasnya.	mengambil preferensi sebagai variabel bebas, dan responden yang dijadikan objek penelitian adalah dosen bukan mahasiswa.
4.	Ilma Nurul Fitriyah	Pengaruh persepsi, lokasi, promosi dan pengetahuan produk terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah (studi empiris pada	Persepsi (X1), lokasi (X2), promosi (X3), pengetahuan produk (X3), minat menabung mahasiswa (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi, lokasi, promosi, dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan baik	Persamaanya dengan penelitian ini adalah sama-sama mengambil persepsi dan minat menabung mahasiswa di perbankan syariah untuk diteliti. Dalam penentuan	Perbedaanya selain persepsi penelitian ini juga mengambil lokasi, promosi, dan pengetahuan produk sebagai variabel bebas (independen) dalam

		mahasiswa sarjana jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)		pengujian hipotesis secara parsial maupun secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah.	responden juga terdapat kesamaan yaitu, sama-sama mengambil mahasiswa sebagai objek yang diteliti.	penelitiannya.
5.	Indra Siswanti	Pengaruh pengetahuan, Agama, Iklan/Promosi, dan Pengalaman Mahasiswa PAI STAIN Salatiga tentang Sistem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Pengetahuan (X1), Agama (X2), Iklan/Promosi (X3), Pengalaman Mahasiswa (X4), Minat Menabung Mahasiswa (Y).	Hasil uji Hipotesis F (simultan) pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan mahasiswa, agama, iklan/informasi, dan pengalaman berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat menabung di perbankan syariah.	Persamannya dengan penelitian ini sama-sama mengambil minat menabung di perbankan syariah sebagai variabel terikat (Y), dan mengambil mahasiswa sebagai responden yang diteliti.,	Perbedaannya pada penelitian ini selain persepsi, terdapat beberapa variabel bebas lain yang pakai yaitu, pengetahuan, agama, iklan/promosi, dan pengalaman terhadap minat menabung di perbankan syariah.
6.	Ayu Andriani	Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri	Persepsi (X1), Religiusitas (X2), Minat	Hasil penelitian hipotesis secara parsial	Persamaan dengan penelitian ini adalah	Perbedaannya, peneliti tidak mengambil variabel

		Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)	Menabung (Y)	menunjukkan bahwa persepsi dan religiusitas terdapat pengaruh yang signifikan karna nilai signifikansi $< 0,05$ dan besaran t hitung $> t$ tabel. Sedangkan, secara bersama-sama kedua variabel bebas tersebut berpengaruh juga terhadap minat menabung santri di perbankan syariah ditandai dengan nilai F hitung $> F$ tabel serta nilai signifikansi $< 0,05$.	sama-sama memakai variabel persepsi sebagai variabel independen terhadap minat menabung di perbankan syariah.	bebas lain selain variabel persepsi, sedangkan dalam skripsi ini terdapat variabel bebas lain selain persepsi, yaitu religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah. Selain itu, penulis memilih mahasiswa sebagai objek penelitian, sedangkan skripsi ini memilih santri di Pondok Pesantren sebagai objek penelitiannya.
7.	Yulian Afiah	Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lor Terhadap Minat Menabung Di	Religiusitas (X1), Persepsi Masyarakat (X2), Minat Menabung (Y).	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel religiusitas dan persepsi masyarakat	Persamaanya terletak pada variabel bebas yang dipilih yaitu sama-sama menggunakan persepsi, dan minat menabung di	Sedangkan, perbedaanya penulis tidak mencantumkan variabel bebas lain selain persepsi, sedangkan

		Perbankan Syariah		secara parsial maupun secara simultan terhadap minat menabung di perbankan syariah, hal ini didasarkan terhadap hasil uji hipotesis parsial dan simultan menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi $< 0,05$, serta nilai f_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan f_{tabel} dengan tingkat signifikansi $< 0,05$.	perbankan syariah sebagai variabel terikatnya.	dalam penelitian ini terdapat variabel lain selain persepsi yaitu religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di perbankan syariah. Selain itu, penulis memfokuskan responden hanya untuk masyarakat terdidik saja (Mahasiswa) sedangkan, skripsi tersebut memilih masyarakat secara umum untuk dijadikan responden penelitian.
8.	Wildah Syawaliyah Kasman	Pengaruh Persepsi Guru Pondok Pesantren Terhadap Minat Menabung di Bank	Persepsi (X1), Minat Menabung (Y).	Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan persepsi Guru Pondok Pesantren terhadap	Persamaannya dengan skripsi penulis yaitu sama-sama mengambil satu variabel bebas yaitu persepsi terhadap minat menabung di Perbankan	Perbedaannya dengan skripsi penulis, penelitian ini memfokuskan Guru Pondok Pesantren sebagai responden yang diteliti sedangkan,

		Syariah Kabupaten Sindereng Rappang.		Minat menabung di perbankan syariah, bisa dibuktikan dengan besaran t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05 sehingga pengambilan keputusan uji hipotesis secara parsialnya adalah H_a diterima dan H_0 ditolak, dengan kontribusi pengaruhnya sebesar 19,9 % dari hasil uji Koefisien determinasi untuk diketahui besaran pengaruh terhadap variabel terikatnya.	Syariah.	penulis memilih mahasiswa sebagai objek yang diteliti. selain itu, skripsi ini juga mengkhususkan bank syariah di Kabupaten Sindereng Rappang saja, sedangkan penulis tidak membatasi lokasi bank syariah yang dipilih mahasiswa untuk menabung atau menjadi nasabahnya.
--	--	--------------------------------------	--	---	----------	--