

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Taraf kesejahteraan hidup masyarakat dapat dikatakan baik apabila tingkat perekonomian masyarakatnya pun membaik.

Seperti yang kita ketahui bersama, bank konvensional merupakan bank yang menerapkan sistem bunga dalam pengambilan keuntungannya. Bunga mungkin menguntungkan bagi nasabah yang menabung berdeposito, akan tetapi berbeda halnya dengan nasabah yang meminjam dana dari bank, nasabah akan merasa dirugikan atas bunga yang ditetapkan pihak bank, karena pihak bank tidak tahu-menahu tentang permasalahan finansial pribadi nasabah dan tidak memberikan keringanan sama sekali kepada nasabah yang meminjam dana ke bank, misalnya nasabah meminjam dana untuk keperluan modal usaha, apabila usaha tersebut gagal sekalipun, nasabah akan menerima tagihan dari pihak bank dengan ketetapan yang telah disepakati sebelumnya. Sistem bunga jelas mengandung unsur riba karena mengambil sebuah tambahan dari harta pokok atau modal secara *Bathil*.² Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Ali-Imran ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:

¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), h 3.

² Syafi'i Antonio. *Bank Syari'ah: Dari Teori Ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003) h. 37.

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”. (QS. Ali-Imran:130)³

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan berlandaskan prinsip syariah.⁴ Penerapan prinsip syariah di bank syariah adalah mengenai larangan riba diberbagai transaksi yang dilakukan yaitu dengan mengganti seluruh layanan bunga dengan bagi hasil.

Perbankan Syariah di Indonesia berkembang dengan cukup cepat, ini dibuktikan dengan mulai beredarnya cabang di beberapa wilayah serta mulai berkembangnya berbagai produk serta jasa perbankan syariah yang dapat menarik masyarakat dalam memutuskan untuk menggunakan perbankan syariah.

Berikut ini tabel perkembangan Bank Syariah di Indonesia.

Tabel 1. 1
Perkembangan Lembaga Bank Syariah

	2016	2017	2018	2019	2020 (per Okt)
Bank Umum Syariah	13	13	14	14	14
Unit Usaha Syariah	21	21	20	20	20
BPRS	166	167	167	164	163

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Oktober 2020

Jumlah nasabah perbankan syariah juga mengalami kenaikan yang pesat, berikut ini tabel jumlah nasabah bank syariah per februari 2020-2021.

³ Qur'an Kemenag in Ms Word, QS. Ali-Imran:130.

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan.

Tabel 1. 2
Perkembangan Nasabah Bank Syariah

Tipe/Type	Februari 2020	Februari 2021
Dana pihak ketiga/ <i>Third party fund</i> pembiayaan, piutang dan salam	27.549.401	30.983.090
<i>Financing, Receivables/Acceptables, Ijarah and Salam</i>	5.258.198	5.434.768

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Februari 2021

Permasalahan yang dihadapi perbankan syariah saat ini adalah persaingan dengan perbankan konvensional yang dapat dilihat dari kurangnya minat masyarakat dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah dan lebih memilih menggunakan jasa perbankan konvensional. Bank syariah diharapkan dapat memperhatikan faktor perilaku konsumen.

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.⁵ Dari beberapa faktor tersebut yang dapat mempengaruhi adalah persepsi masyarakat.

Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu.⁶ Pandangan yang didapatkan masyarakat dari informasi yang mereka terima dari berbagai pihak, informasi tersebut yang nantinya akan menciptakan penilaian masyarakat terhadap bank syariah. Hal ini bisa dipengaruhi oleh lingkungan mereka tinggal, pekerjaan serta pengetahuan pribadi.

Persepsi masyarakat akan sistem bagi hasil bank syariah dan bunga bank konvensional sangatlah beragam, ada yang mengetahui sistem bagi hasil bank

⁵ Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (2009), h 166

⁶ Veithzal Rivai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h 326

syariah tetapi lebih memilih bank konvensional, ada yang tidak mengetahui sama sekali mengenai sistem bagi hasil bank syariah, dan ada juga yang benar-benar menjauhi bunga bank dikarenakan mengetahui bahwa bunga bank termasuk riba.

Kurangnya pemahaman mengenai perbankan syariah serta dominasi bank konvensional di masyarakat mengakibatkan masih banyaknya umat muslim yang belum bisa beralih menggunakan jasa perbankan syariah. Walaupun sudah banyak cabang-cabang bank syariah disekitar Kelurahan Palasari, tetapi masih cenderung sepi pengunjung jika dibandingkan bank-bank konvensional.

Dari hasil observasi penulis yang dilaksanakan ketika Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Palasari, mayoritas warga berpendapat bahwa sistem bunga pada bank konvensional dan bagi hasil pada bank syariah sama saja, bahkan beberapa masyarakat ada yang berpendapat bahwa sistem syariah lebih mencekik dibandingkan dengan konvensional. Setelah penulis telusuri persepsi ini terbentuk akibat oknum pinjaman (rentenir) yang mengatasnamakan pinjamannya menggunakan sistem syariah, hal ini menunjukkan pemahaman tentang perbankan syariah yang kurang dikalangan masyarakat sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan produk konvensional dibandingkan dengan produk syariah, walaupun mereka mengetahui bahwa bunga bank konvensional mengandung unsur riba.⁷ Pola pikir demikian yang harus dirubah dari masyarakat, bahwasanya bunga bank adalah riba dan dilarang oleh agama Islam. Adapula masyarakat yang menerima gaji lewat transfer bank konvensional, walaupun mereka mengetahui bahwa bunga pada bank konvensional tidaklah sesuai syariat Islam mereka beranggapan bahwa akan tidak praktis jika membuka rekening baru bank syariah. Pendapat tersebut merupakan hal yang disampaikan dari pendapat masing-masing individu, hal ini berkaitan dengan persepsi masyarakat mengenai perbankan syariah.

Selain faktor persepsi yang sudah dijelaskan diatas, faktor kepekaan *religiusitas* juga menjadi faktor pembentukan perilaku konsumen Dalam Islam, perilaku seorang konsumen haruslah merefleksikan pribadi dirinya sebagai hamba

⁷ Wawancara pribadi, Renni, Musthofa, Ammar, Adham, Arif, Anggota Majelis Taklim, 3 Juli - 6 Juli 2020

yang taat kepada Allah SWT. Dalam hal ini, seorang kosumen mestinya lebih memilih untuk tidak mendekati apa saja yang dilarang oleh agama, salah satunya adalah tidak memilih barang yang haram. Islam memiliki aturan yang dinamis di berbagai aspek kehidupan sehari-hari diantaranya dalam keuangan. Sehingga setiap muslim dituntut agar bisa menjalankan setiap aspek kehidupan sehari-harinya sesuai dengan syariat Islam.

Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.⁸

Masyarakat Kelurahan Palasari yang berjumlah 17.572 dan 98% diantaranya adalah beragama muslim seharusnya sudah tidak asing dengan lembaga keuangan syariah. Kurangnya sosialisasi di lingkungan masyarakat kecamatan Ujungberung menjadi salah satu penyebab kurangnya pemahaman serta minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah.

Religiusitas seseorang bukan hanya dalam kegiatan ibadah ritual saja melainkan segala bentuk aktivitas sehari-hari haruslah mencerminkan jiwa seorang muslim. Keyakinan untuk selalu berharap mendapatkan Ridho Allah SWT disetiap kegiatannya yang harus dijadikan sebagai motivasi pendorong dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah.

Muamalah merupakan kegiatan yang sehari-hari dilakukan oleh umat muslim. Dalam bertransaksi haruslah memperhatikan satu sama lain dan tidak ada pihak yang dirugikan. Sebagaimana disebutkan dalam Ayat Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

⁸ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 257

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa:29)⁹

Minat adalah salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil keputusan masa depan.¹⁰ Tinggi rendahnya minat masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor lingkungan. Menurut Dharmmesta, kekuatan lingkungan dalam mempengaruhi keputusan pembelian seseorang ditentukan oleh bagaimana budaya, sub-budaya, kelas sosial, dan keluarga seseorang.¹¹ Dari faktor lingkungan tersebut, maka persepsi dan tingkat *religiusitas* masyarakat terbentuk sehingga dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menentukan keputusannya memilih perbankan syariah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Leni¹² pengaruh persepsi terhadap minat menabung dosen UIN Sunan Gunung Djati Bandung di bank syariah, berpengaruh positif signifikan. Dalam penelitian yang dilakukan Ayu¹³ kepada santri Pondok Pesantren Al-Falah Mojo juga memberikan kesimpulan persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap minat santri Al-Falah dalam menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan Mufti¹⁴ meunjukkan bahwa variabel *religiusitas* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Namun

⁹ Qur'an Kemenag in Ms Word, QS. An-Nisa:29.

¹⁰ Dewa Ketut Sukardi, *Bimbingan Karir di Sekolah Menengah*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), h 83.

¹¹ Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran*, (Yoghyakarta:BPFE, 2014)

¹² Leni Qurrotul Aeni, Skripsi: “*Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung*”, (Bandung:UIN Sunan Gunung Djati, 2020)

¹³ Ayu Andriani, Skripsi: “*Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah*”, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2015)

¹⁴ Mufti Arsyidian, Skripsi: “*Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah*”, (Semarang: UIN Walisongo, 2019)

pada penelitian yang dilakukan Taufik¹⁵ menunjukkan bahwa variabel *religiusitas* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas penulis bermaksud membahas faktor persepsi serta tingkat *religiusitas* sebagai variabel penelitian yang akan penulis teliti. Persepsi serta tingkat *religiusitas* masyarakat masing-masing akan beragam satu sama lain Penulis memilih objek penelitian di Kelurahan Palasari yang sesuai dengan variabel yang telah dipilih berdasarkan pandangan masyarakat mengenai perbankan syariah sesuai dengan keyakinan masing-masing. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “PENGARUH PERSEPSI DAN *RELIGIUSITAS* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN JASA DAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Palasari)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah?
2. Apakah *religiusitas* berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah?
3. Apakah persepsi dan *religiusitas* berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi secara parsial terhadap minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh *religiusitas* secara parsial terhadap minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi dan *religiusitas* secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.

¹⁵ Taufik Saifudin, Skripsi: “Pengaruh Promosi, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Intervening”, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018)

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis penelitian ini memberikan wawasan serta pandangan dari variabel yakni persepsi dan *religiusitas* terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Dalam rangka ikut andil menyumbang pemikiran dalam khasanah ilmu ekonomi Islam.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi akademis, dapat dijadikan data informasi peneliti lain yang berkaitan dengan pengaruh minat nasabah bank syariah.
 - b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan sebuah informasi bagi perbankan syariah.
 - c. Bagi penulis, penelitian ini untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati.

E. Kerangka Berpikir

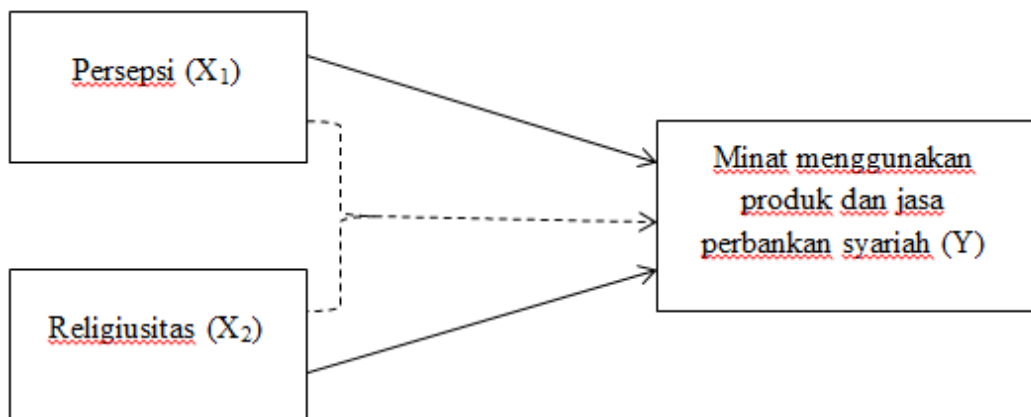
Perbankan syariah dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang dalam menjalankan roda kegiatannya menggunakan syariat yang terkandung dalam Al-quran dan Hadits. Kegiatan usahanya diantaranya adalah pembiayaan serta jasa-jasa lainnya. Adapun faktor yang menentukan masyarakat dalam memutuskan untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah salah satunya adalah persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah, semakin baik persepsi maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah. Persepsi yang baik terhadap perbankan syariah dapat terbentuk oleh faktor lingkungan, yang dalam hal ini lingkungan yang positif dalam hal keagamaan akan mendorong kepercayaan masyarakat kepada perbankan syariah, maka dari itu perbankan syariah haruslah menganalisis persepsi serta tingkat *religiusitas* masyarakat terhadap perbankan syariah.

Persepsi Menurut Bimo Walgito, “adalah suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh individu sehingga membentuk suatu hal yang berarti, dan merupakan aktivitas terintegrasi dalam diri

individu tersebut. Respon dari akibat terbentuknya persepsi tersebut dapat diambil individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang mendapatkan respon individu tergantung pada pribadi dan perhatian individu tersebut”.¹⁶

Religius dalam pandangan Islam artinya menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.

Setelah menganalisa penelitian terdahulu serta teori-teori yang telah dijabarkan mengenai masing-masing variabel. Maka dapat dibuat suatu kerangka berpikir dari pengaruh persepsi dan tingkat *religiusitas* terhadap minat menggunakan produk dan jasa perbankan syariah yang diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 1. 1
Kerangka Berpikir

Keterangan:

Berpengaruh secara parsial : —————>

Berpengaruh secara simultan : - - - - ->

Apabila melihat pada gambar kerangka berpikir diatas, setelah melihat dan menganalisis teori-teori serta penelitian terdahulu yang serupa, maka dapat

¹⁶ Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, (Jakarta: Andi, 2004), h 70

disimpulkan bahwa pandangan awal penulis adalah persepsi serta tingkat *religiusitas* berkemungkinan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat kelurahan Palasari dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

F. Hipotesis

Hipotesis adalah ramalan terhadap hasil penelitian nanti.¹⁷ Menurut Good dan Scates, “Hipotesis adalah sebuah taksiran atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati ataupun kondisi-kondisi yang diamati, dan digunakan sebagai petunjuk untuk langkah-langkah penelitian selanjutnya.¹⁸ Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho₁ = Persepsi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

Ha₁ = Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

Ho₂ = Tingkat *religiusitas* tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

Ha₂ = Tingkat *religiusitas* berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah

Ho₃ = Persepsi dan tingkat *religiusitas* tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah

Ha₃ = Persepsi dan tingkat *religiusitas* berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah

¹⁷ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana cet.8, 2015), h 102.

¹⁸ C.V. Good and D.E Scates, *Methods of Research Educational, Psychological, Sociological*, (London: Aoleton-Century-crofts, 1954)

G. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Hasil dari penelitian Atik Masrurroh adalah *disposable income* berpengaruh negatif terhadap minat menabung, tetapi *disposable income* menjadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung apabila dimoderasi dengan *religiusitas*.
2. Hasil dari penelitian Leni Qurrotul Aeni adalah Persepsi dan preferensi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.
3. Hasil dari penelitian Mufti Arsyidian adalah Persepsi dan *religiusitas* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.
4. Hasil dari penelitian Julia Sri Ningsih adalah Persepsi, tingkat *religiusitas*, dan *diposable income* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
5. Hasil dari penelitian Taufik Saifudin adalah Promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan *religiusitas* dan pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi dan *religiusitas* secara garis besar berpengaruh terhadap minat menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

Berikut ini adalah uraian penelitian terdahulu yang akan dijelaskan dalam bentuk tabel:

Tabel 1. 3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Atik Masruroh (2015)	Analisis Pengaruh Tingkat <i>Religiusitas</i> Dan <i>Disposable Income</i> Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah	Hasil dari penelitian Atik Masruroh adalah <i>disposable income</i> berpengaruh negatif terhadap minat menabung, tetapi <i>disposable income</i> menjadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung apabila dimoderasi dengan <i>religiusitas</i>	Persamaannya terdapat di variabel X1 yaitu tingkat <i>religiusitas</i>	Perbedaannya terdapat pada variabel X2 yaitu <i>Disposable Income</i> , dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan variabel tersebut.
2	Leni Qurrotul Aini (2020)	Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Pada Dosen Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati	Hasil dari penelitian Leni Qurrotul Aeni adalah Persepsi dan preferensi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah	Persamaannya terdapat di variabel X1 yaitu persepsi	Perbedaannya terdapat pada variabel X2 yaitu preferensi, dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan variabel tersebut
3	Mufti Arsyidian (2019)	Pengaruh Persepsi, Tingkat <i>Religiusitas</i> Dan <i>Disposable Income</i> Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah	Hasil dari penelitian Mufti Arsyidian adalah Persepsi dan <i>religiusitas</i> secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah	Persamaannya terdapat pada variabel X1 yaitu persepsi, dan variabel X2 yaitu <i>religiusitas</i>	Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	Julia Sri Ningsih (2017)	Pengaruh Persepsi, Tingkat <i>Religiusitas</i> Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah	Hasil dari penelitian Julia Sri Ningsih adalah Persepsi, tingkat <i>religiusitas</i> , dan <i>diposable income</i> secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah	Persamaannya terdapat pada variabel X1 yaitu persepsi, dan variabel X2 yaitu <i>religiusitas</i>	Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti
5	Taufik Saifudin (2018)	Pengaruh Promosi, <i>Religiusitas</i> Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening	Hasil dari penelitian Taufik Saifudin adalah Promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan <i>religiusitas</i> dan pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah	Persamaannya terdapat pada variabel X2 yaitu <i>religiusitas</i>	Perbedaannya terdapat pada variabel X1 yaitu promosi, variabel X3 yaitu Kepercayaan, serta variabel Z (intervening) yaitu pengetahuan

