

## BAB 1 PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bank merupakan suatu perusahaan yang bertindak sebagai lembaga intermediasi dalam industri keuangan.<sup>1</sup> Bank itu sendiri memiliki peranan sangat berharga terkait urusan perekonomian sebuah Negara karena bertindak sebagai lembaga keuangan dalam menghimpun dana dari masyarakat yang terbentuk sebagai simpanan serta disalurkan dananya pada anggota masyarakat lainnya dengan berwujud kredit maupun pinjaman lain yang bertujuan untuk mengoptimalkan kesejahteraan banyak masyarakat.<sup>2</sup>

Bank syariah adalah lembaga keuangan syariah yang hampir serupa dengan lembaga “*beyond banking*” yang berpedoman pada Al-Qur’an dan hadits (tuntunan Rasulullah SAW) dan menjunjung tinggi ajaran muamalah, yang menyatakan bahwa segala sesuatu itu diperbolehkan untuk dilakukan, asalkan apabila terdapat suatu larangan dalam Al-Qur’an dan hadits yang mengatur keterkaitan antar manusia mengenai sosial, ekonomi serta politik. Bentuk larangan adanya riba dalam bertransaksi adalah bagian dari prinsip syariah yang diterapkan pihak bank yang sesuai dengan tuntunan syariah.<sup>3</sup>

Hal ini menyesuaikan dengan firman Allah SWT yang berada di Q.S. Ali-Imran pada ayat 130:

Yang berarti “*Hai orang-orang beriman, janganlah engkau makan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah engkau kepada Allah supaya engkau memperoleh sebuah pahala.*”

Pada ayat ini dijelaskan bahwa Allah SWT melarang hambanya untuk menggunakan atau mendapatkan sesuatu yang bertentangan dengan prinsip syariah yaitu dari hasil riba, baik berlipat-lipat ganda ataupun tidak. Karena riba merupakan sesuatu yang sangat bertentangan dengan syariah yang menjadikan hancurnya kebahagiaan umat manusia.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Andrianto SE. M. Ak, *Manajemen Bank* (Surabaya: Qirana Mesia, 2019).

<sup>2</sup> Irsyadi Zain, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020).

<sup>3</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Gramedia Pustaka Utama, 2014).

<sup>4</sup> Nurul Hidayat, *Ekonomi Makro Islam* (Jakarta: Kencana, 2008).

Ajzen dan Fishbein,<sup>5</sup> pada bagian teorinya adalah *Theory of Planned Behavior* dikatakan bahwasanya keinginan yang kuat untuk mengerjakan suatu tingkah laku, bisa diungkapkan dengan menelusuri gambaran intensi. Intensi bagian pada diri personal yang mendeskripsikan tentang aspek luar dan dalam yang dapat mempengaruhi orang tersebut untuk menjalankan suatu tindakan.

**Tabel 1.1**  
**Market Share Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional Tahun 2020**

Tahun 2020	Market Share Perbankan Syariah	Market Share Perbankan Konvensional
Maret 2020	5,99%	94,01%
Juni 2020	6,18%	93,82%
September 2020	6,24%	93,76%

Sumber: (Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2020)

Dari adanya data di atas bisa dilihat bahwasanya berkembangnya perbankan syariah bisa dilihat dari *market share* pada tahun 2020, *market share*-nya perbankan syariah di Indonesia masih menduduki posisi yang jauh di bawah perbankan konvensional. Meskipun perkembangan *market share* dapat dikatakan positif pada tahun 2020. Di bulan Maret 2021 *market share* bank syariah hanya dengan presentase 5,59%, pada bulan Juni 2020 sebesar 6,18% dan bulan September sebesar 6,24%, yang artinya adanya suatu peningkatan dari pangsa pasar perbankan.<sup>6</sup>

Terkait *market share* tersebut dikatakan masih sangat minim, mengingat adanya mayoritas penduduk di Indonesia yang bisa dikatakan sebagai masyarakat muslim terbesar di dunia dengan didasarkan data penduduk di tahun 2021 oleh Kementrian Dalam Negeri menyatakan bahwasanya yang memeluk agama Islam di Indonesia mencapai presentase sejumlah 86,88% dari banyaknya jumlah masyarakat seluruh Indonesia yaitu 272,32 juta jiwa. Dengan ini pangsa pasar pada bank konvensional lebih diminati masyarakat Islam dibanding bank syariah, ditandai dengan banyaknya masyarakat beragama Islam di Indonesia yang masih mengambil jasa bank konvensional maupun belum

<sup>5</sup> Ajzen & Fishbein, *Belief, Attitude, Intention, And Behavior: An Introduction To Theory And Research* (Reading: MA: Addison-Wesley, 2011).

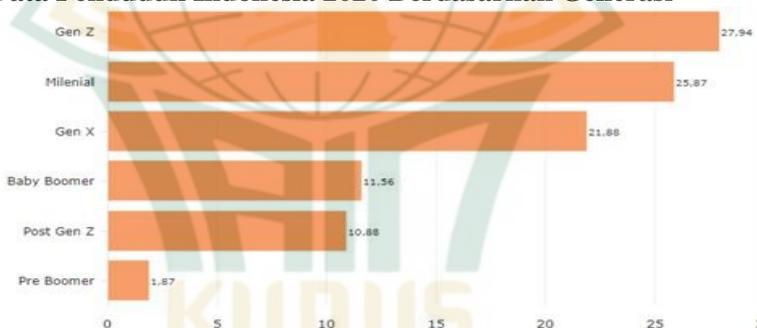
<sup>6</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "Snapshot Perbankan Syariah Desember 2020," 2020.

mempunyai jasa perbankan. Dalam masalah ini menjadikan sebuah tantangan bagi pihak bank syariah agar mampu bersaing dengan bank konvensional dalam menarik nasabah.<sup>7</sup>

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dirilis oleh OJK 2019, menjelaskan bahwa kurangnya literasi keuangan syariah yang baru mencapai 8,93%. Perbankan syariah masih sangat jauh tertinggal dari selisih tingkat literasi keuangan perbankan konvensional sebesar 28,79%, dimana tingkat literasi keuangan perbankan konvensional sudah mencapai 37,72%. Sedangkan pada inklusi keuangan perbankan syariah yang berada di posisi sebesar 9,10% masih terbilang cukup jauh dari tingkat inklusi perbankan konvensional yang telah mencapai 75,28%. Perbankan syariah dalam hal ini memiliki selisih sebesar 66,18%. Dalam hal ini dikarenakan keterbatasan akses dari perbankan syariah yang sekarang ini masih terbilang cukup rendah dibandingkan layanan keuangan perbankan konvensional.<sup>8</sup>

**Gambar 1.1**

**Data Penduduk Indonesia 2020 Berdasarkan Generasi**



Sumber: Badan Pusat Statistik 2020

Berdasarkan hasil data di BPS tahun 2020 di atas bahwasanya generasi Z menjadi penduduk terbanyak dibandingkan generasi lainnya dengan presentase sebesar 27,94%. Dengan ini generasi Z diharap bisa ikut serta untuk

<sup>7</sup> Eka Nur Safitri and Zaki Mubarak, “Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 03 (2022): 2875–81.

<sup>8</sup> Otoritas Jasa Keuangan, “Memperkuat Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah,” 2023, <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1340/memperkuat-literasi-dan-inklusi-keuangan-syariah>.

mempercepat percepatan peningkatan ekonomi dikarenakan sudah mampu dalam mengambil suatu keputusan khususnya pada lembaga keuangan. Terkait besarnya jumlah penduduk yang usianya masih produktif atau bisa disebut generasi Z bisa menjadi bagian dari modal perkembangan ekonomi serta menjadi segmen yang mempunyai potensi dalam meningkatkan *market share* perbankan syariah sekarang ini yang masih jauh tertinggal dari perbankan konvensional. Adanya generasi Z dengan jumlah yang besar akan mendominasi Indonesia kedepannya, dengan ini diharapkan supaya perbankan syariah dapat memaksimalkan adanya potensi tersebut dengan meningkatkan *service, safety*, pemberian fasilitas yang memadai saat *service*, dan memberi kejelasan terkait keharaman bunga yang dihindari perbankan syariah. Hal ini supaya bisa menarik perhatian dari generasi Z untuk mempunyai *intention* agar menyimpan dananya di perbankan syariah.<sup>9</sup>

Seorang calon nasabah akan memiliki *intention* (minat) pada perbankan syariah apabila di dalam produk dirasa memberikan untung kepada nasabahnya. *Intention* memiliki arti seimbang dengan kemauan hati individu terhadap sesuatu.<sup>10</sup> Menabung merupakan kemauan dari seseorang untuk memutuskan menyimpan dananya di bank. Aktivitas ini dibutuhkan sebuah niat agar dalam prosesnya bisa berjalan baik. *Saving intention* membutuhkan dukungan atau dorongan supaya tingkah laku bisa direalisasikan dengan sebaik-baiknya. Calon nasabah ketika hendak ingin menyimpan dananya ke bank mereka perlu mempertimbangkan lebih dahulu terkait tujuan dan manfaat yang didapat pada saat menyimpan dana. Sesudahnya itu mengawali dalam pencarian sebuah informasi terkait keperluan yang pantas dan sesuai.

Upaya dalam menumbuhkan *saving intention* ini bisa dilakukan lewat identifikasi tingkah laku calon nasabah dengan nyata. Dengan dilakukannya kegiatan ini perbankan syariah membutuhkan *intention* dari calon nasabah supaya memiliki keinginan untuk memakai jasa bank. Demikian agar bisa menjadikan *intention* dari calon nasabah pihak bank diwajibkan

---

<sup>9</sup> “Badan Pusat Statistik 2020,” accessed December 21, 2022, <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>.

<sup>10</sup> WJS Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), 769.

harus bisa mengamati suatu hal yang menjadi daya tarik agar dapat memantabkan *intention* nasabah. Terkait hal seperti ini terdapat berbagai faktor yang mendasari *saving intention* yaitu faktor pribadi yang diantaranya sikap umum, nilai, kepribadian, kecerdasan serta emosi yang merupakan dari faktor pribadi dari diri seseorang. Dan diantaranya juga adalah usia serta jenis kelamin, ras juga etnis, kependidikan, hasil pendapatan, dan juga kepercayaan merupakan dari faktor sosial. Dan faktor informasi diantaranya pengalaman, pengetahuan, serta pemberitaan media massa.<sup>11</sup>

Diduga dari penelitian sebelumnya beberapa faktor yang bisa mempengaruhi *saving intention* nasabah yaitu Setyawan dan Japarinto yang mengatakan bahwa dalam penelitiannya kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas bisa mempengaruhi *saving intention*.<sup>12</sup> Menurut Tri Astuti dalam penelitian yang telah dilakukan hasil menunjukkan bahwasanya tingkat suku bunga, promosi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap *saving intention*.<sup>13</sup> Selanjutnya menurut Nugroho J. Setiadi mengatakan bahwa persepsi, kepercayaan, dan sikap, motivasi, dan juga gaya hidup bisa mempengaruhi *intention*.<sup>14</sup> Dan menurut Muhammad menunjukkan bahwa *service*, bagi hasil, keyakinan atau *religiosity* dan lokasi mempengaruhi *intention*.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini mengambil tiga faktor yang sangat bisa mempengaruhi *saving intention* yaitu *service quality*, *safety guarantee*, serta *religiosity* dikarenakan ada kaitannya terkait timbulnya *intention* yang utamanya dari diri sendiri.

*Service* yang berarti melakukan sesuatu bagi orang lain. Menurut umumnya *service* adalah suatu aktivitas yang difokuskan

---

<sup>11</sup> Doni Swastawan & Yulianita Dewi, “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Suku Bunga, Religiusitas, Dan Financial Attitude Terhadap Minat Menabung Untuk Beryadnya Pada Masyarakat Desa Tajun,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan ...* 11, no. 2 (2021): 206–15, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/39102>.

<sup>12</sup> Yohana Nesya Setyawan & Edwin Japarinto, “Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Di Surabaya. *Jurnal Manajemen*,” 2, no. 1 (2004): 1–8.

<sup>13</sup> Tri Astuti and Rr. Indah Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah,” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2013): 182–98, <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>.

<sup>14</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Penerbit Kencana, 2003), 30.

<sup>15</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN, 2011), 237.

dalam pemberian kepuasan kepada nasabah agar dapat terpenuhi. Adanya faktor *service quality* ini berkontribusi pada peningkatan *saving intention* pada masyarakat di bank umum syariah, karena lebih fokus terhadap kebutuhan calon nasabah ataupun nasabah, yang mana *service quality* terpacu pada usaha dalam memenuhi kebutuhan serta harapan calon nasabah atau nasabah dan kesesuaian dalam menyampaikan guna untuk menyeimbangkan keinginan dari para calon nasabah atau nasabah.<sup>16</sup> Dengan meningkatkan *service quality* nasabah bisa didapat dengan fokus memberikan pertimbangan khusus terhadap standar kinerja karyawan baik dari luar maupun dalam. Jenis *service* terbaik yaitu *service* yang diberikan dengan cara yang sepenuhnya dengan ramah, cepat, adil, tepat, serta baiknya etikasehingga menjadi terpenuhinya kebutuhan dan rasa puas bagi penerima. Dengan demikian makin berkualitaskannya *service* masyarakat menjadi lebih bersemangat untuk bergabung menabung di bank umum syariah.<sup>17</sup>

*Service quality* berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan oleh Fitri Al Faqih bahwasanya ada dua faktor yang dijelaskan terkait yang mempengaruhi *saving intention*. Kedua faktor tersebut yaitu kualitas pelayanan dan bagi hasil. Dari kedua faktor tersebut menemukan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan bahwasanya faktor *service quality* sangat mempunyai keterkaitan yang erat dengan *saving intention* di bank syariah. Hal tersebut dikarenakan faktor *service quality* mempunyai peran terpenting terhadap *saving intention individual* di bank syariah.<sup>18</sup> Selain dari penelitian tersebut penelitian lain yang dilakukan oleh Siti Aisyah mendapatkan hasil bahwasanya faktor *service quality* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *saving intention* di bank syariah. Penelitian ini sekaligus untuk memperkuat pernyataan dari penelitian sebelumnya bahwa *service quality* mempunyai peran penting untuk mendorong munculnya *saving intention* di bank

---

<sup>16</sup> Sisca Damayanti, "Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X," *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 9, no. 2013 (2016).

<sup>17</sup> Basu Swasta, *Manajemen Penjualan* (Yogyakarta: BPFE, 2001), 158.

<sup>18</sup> Fitri Al Faqih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya," *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2020): 22, <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506>.

syariah.<sup>19</sup> Namun penelitian yang sudah dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni menolah beberapa penelitian sebelumnya yang mana menemukan hasil bahwa *service quality* tidak mempunyai pengaruh terhadap *saving intention* di bank syariah.<sup>20</sup>

Selain faktor *service quality*, *safety guarantee* menjadi salah satu faktor terpenting sebagai alasan minat bagi calon nasabah atau nasabah ikut bergabung di bank umum syariah untuk menabung. *Safety guarantee* adalah salah satu upaya yang diberikan pihak bank kepada calon nasabah ataupun nasabah untuk menjamin keamanan juga kepercayaan ketika menyimpan dananya.<sup>21</sup> Dalam perbankan syariah *safety guarantee* sangat diperhatikan, dikarenakan bank disebut sebagai perusahaan yang berjalan berdasarkan kepercayaan oleh bank dan nasabahnya. Juga dapat terhindar dari ancaman yang berbahaya, tindakan kriminal, terlindungi dari rasa tidak nyaman. *Safety* atau rasa aman berkaitan dengan evaluasi dari nasabah terkait masalah beresiko yang dapat dialami oleh nasabah mengenai dana yang telah disimpan ke bank umum syariah. *Safety guarantee* disebut juga sebagai gambaran yang sangat kuat untuk menghadapi sebuah ketidakpastian, contohnya hilangnya pekerjaan atau datangnya musibah dengan tiba-tiba.<sup>22</sup>

*Safety guarantee* dalam penelitian yang telah dilaksanakan Nana Putrawardana dan Israk Ahmadsyah mendapatkan hasil bahwasanya *safety guarantee* berpengaruh signifikan terhadap *saving intention*.<sup>23</sup> Penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilaksanakan Yohana Neysa Setyawan dan Edwin mengatakan bahwa *safety guarantee*

---

<sup>19</sup> Siti Aisyah & Yohansyah Adiputra Riyadi, “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah,” *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business* 2, no. 1 (2020): 16–33, <https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>.

<sup>20</sup> Abdul Haris Romdhoni and Dita Ratna Sari, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 02 (2018): 136, <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>.

<sup>21</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2006), 65.

<sup>22</sup> Asikin, Z., *Dasar-Dasar Hukum Perburuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993).

<sup>23</sup> Nana Putrawardana dan Israk Ahmadsyah, “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Jaminan Rasa Aman, Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah ( Studi Pada Mahasiswa Produktif FEBI UIN Ar-Raniry ),” *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2021): 158–72.

berpengaruh positif dan signifikan terhadap *saving intention*.<sup>24</sup> Namun berbeda dengan Yuliyati & Ignatius Soni Kurniawan yang berjudul Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah Bmt Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur. Penelitiannya menunjukkan hasil bahwasanya *safety guarantee* tidak berpengaruh signifikan terhadap *saving intention* di bank syariah. Menurutnya semakin baiknya *safety guarantee* yang diberikan maka tidak ada minat dari masyarakat untuk menyimpan dannya ke bank syariah di karenakan faktor *safety guarantee* belum cukup mempengaruhi tanpa adanya iringan dari faktor lain seperti *service quality*, periklanan, dan hubungan masyarakat.<sup>25</sup>

Tidak hanya dari *service quality*, dan *safety guarantee* yang penting, faktor *religiosity* dalam bank juga termasuk bagian terpenting yang menjadi pendorong generasi Z untuk memiliki *saving intention* di bank umum syariah. *Religiosity* merupakan suatu bentuk kesadaran ataupun sikap dari seseorang yang muncul dengan berdasarkan atas kepercayaan dan keyakinannya mengenai ajaran agamanya.<sup>26</sup> Hal ini menjadi salah satu faktor penting bagi seseorang untuk menentukan bank yang akan mereka tetapkan sebagai pilihan untuk menyimpan dananya dan dapat terhindar dari perilaku yang bertentangan dengan ajaran agama. Generasi Z yang memiliki tingkat *religiosity* yang tinggi akan semakin tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Generasi Z akan merasakan kenyamanan dikarenakan sudah melaksanakan aktivitas ekonomi dengan sesuai ajaran agama yang kemungkinan besar generasi Z akan mengambil keputusan untuk memilih di bank umum syariah dibandingkan bank konvensional.

Penelitian yang telah dilaksanakan oleh Doni Swastawan dan Yulianita Dewi dijelaskan bahwasanya ada empat faktor yang bisa mempengaruhi *saving intention* yaitu tingkat pendapatan, suku bunga, dan *financial attitude*. Dari keempat faktor tersebut menemukan hasil bahwasanya *religiosity* sangat

---

<sup>24</sup> Japarinto, "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Di Surabaya. Jurnal Manajemen."

<sup>25</sup> Yuliyati & Ignatius Soni Kurniawan, "Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah Bmt Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur," *Jurnal Manajemen* 6, no. 2 (2016): 29–42, <https://doi.org/10.26460/jm.v6i2.226>.

<sup>26</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009).

mempunyai hubungan dan keterikatan yang erat dengan saving intention. Hal demikian karena faktor *religiosity* mempunyai peran yang penting terhadap saving intention seseorang di bank syariah dan tingkatnya keinginan menabung masing-masing individu berbeda-beda dikarenakan masing-masing individu mempunyai tingkat *religiosity* yang berbeda. <sup>27</sup> Penelitian ini sejalan dengan Muchamad Bagus Satrio Wibowo yang berjudul “Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”.<sup>28</sup> Menemukan hasil bahwa *religiosity* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *saving intention* di bank syariah. Akan tetapi dalam penelitiannya Sayyidatul Maghfiroh menolak beberapa penelitian sebelumnya dimana menemukan hasil bahwa *religiosity* tidak mempunyai pengaruh terhadap saving intention di bank syariah. Dalam penelitiannya faktor lainlah yang lebih dominan pengaruhnya terhadap saving intention di bank syariah. Adanya dua faktor lainnya yang menjadikan pengaruh yaitu lingkungan sosial dan pendapatan.<sup>29</sup>

Dari adanya latar belakang disertai dengan *research gap* diatas bisa disimpulkan bahwasanya terjadi perbedaan antara pengaruh *service quality*, *safety guarantee*, dan *religiosity* terhadap *saving intention*. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil variabel tersebut dan peneliti memilih generasi Z di eks-Keresidenan Pati guna dijadikan sebagai objek dalam penelitiannya karena dirasa bahwasanya generasi Z sekarang memiliki banyak potensi untuk berkeinginan menabung di Bank Syariah. Dengan berdasarkan pada penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Service Quality, Safety Guarantee, dan Religiosity terhadap Saving Intention Generasi Z pada Bank Umum Syariah di Eks-Karesidenan Pati”**

---

<sup>27</sup> Dewi, “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Suku Bunga, Religiusitas, Dan Financial Attitude Terhadap Minat Menabung Untuk Beryadnya Pada Masyarakat Desa Tajun.”

<sup>28</sup> Muchamad Bagus Satrio Wibowo, “Faktor Pengetahuan Dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal Ekonomi Islam* 13 (2019), <https://doi.org/https://doi.org/10.35891/ml.v13il.2795>.

<sup>29</sup> Sayyidatul Maghfiroh, “Pengaruh Religius, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mnebaung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah,” *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 07, no. 3 (2018): 213–22.

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *saving intention* generasi Z pada Bank Umum Syariah di eks-karesidenan Pati?
2. Apakah *safety guarantee* berpengaruh terhadap *saving intention* generasi Z pada Bank Umum Syariah di eks-karesidenan Pati?
3. Apakah *religiosity* berpengaruh terhadap *saving intention* generasi Z pada Bank Umum Syariah di eks-karesidenan Pati?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* berpengaruh terhadap *saving intention* generasi Z pada Bank Umum Syariah di eks-karesidenan Pati.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *safety guarantee* berpengaruh terhadap *saving intention* generasi Z pada Bank Umum Syariah di eks-karesidenan Pati.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *religiosity* berpengaruh terhadap *saving intention* generasi Z pada Bank Umum Syariah di eks-karesidenan Pati.

**D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Almamater  
Hasil dari adanya penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu pengetahuan terkhusus ilmu Perbankan Syariah serta bisa menjadi sarana tambahan referensi bagi mahasiswa atau penelitian yang selanjutnya.
2. Bagi peneliti  
Adanya penelitian ini bisa mendapatkan sebuah pengalaman sebelum memasuki dunia kerja dan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan tentang Perbankan Syariah yang dipelajari dan diperoleh dari teori.
3. Bagi Generasi Z  
Bisa memberi informasi dan menambah ilmu pengetahuan terkait Perbankan Syariah, dan juga bisa memberi bukti terkait faktor yang bisa mempengaruhi serta meningkatkan *saving intention* calon nasabah maupun nasabah.

## **E. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun menggunakan sistematika penelitian dari lima bab pembahasan. Dan menguraikan pada bagian bab di bawah ini:

Bab pertama membahas pendahuluan yang menggambarkan latar belakang masalah penelitian. Sesudah ditentukannya pokok masalahnya, selanjutnya penyusun menguraikan tujuan serta manfaat penelitian sesudah tahu akan tujuan serta penelitian disusunlah yaitu sistematika penulisan yang memiliki tujuan agar memudahkan bagi para pembaca serta memudahkan dalam menyusun penelitian.

Bab kedua yaitu kajian pustaka yang mengkaji penelitian terdahulu yang digunakan penulis untuk dijadikan sumber pada saat melakukan penelitian ini, kerangka teori ini diisi tentang kesimpulan dari telaah literature yang dipergunakan untuk penyusunan yang disambungkan hipotesis dengan tujuan untuk variabel penelitian juga kerangka berfikir penelitian.

Bab ketiga yaitu metode penelitian, pada bab ini memberi penjelasan terkait rancangan penelitian terkait pendekatan, model dari penelitian, populasi sampling juga sampel penelitian, sumber data, serta instrumen penelitian dan alat yang dipergunakan pada saat melakukan analisis data.

Bab keempat yaitu bagian hasil dari penelitian serta pembahasannya, pada bagian ini menjelaskan terkait deskriptif dari hasil penelitiannya dan juga pembahasannya.

Bab kelima yaitu bagian penutup, dimana bagian akhir yang menjelaskan terkait kesimpulan juga saran yang sudah menunjukkan kepada hak yang berkaitan juga bagi peneliti selanjutnya di masa mendatang.