

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Theory Reason Action* (TRA) / Teori Tindakan Beralasan

Respon seseorang terhadap suatu hal mempengaruhi sikap dan perilakunya, menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA), suatu konsep tentang tindakan beralasan. Dalam karya awalnya, Martin Fishbein dan Ajzen memaparkan *Theory of Reasoned Action* (TRA). Keyakinan, sikap, niat, serta perilaku semuanya terhubung dalam gagasan ini. Salah satu alat yang berguna untuk mengkaji bagaimana masyarakat berperilaku ketika menggunakan layanan perbankan syariah adalah teori TRA. Teori Tindakan Beralasan menyelidiki apakah sikap dan norma subjektif mempengaruhi niat berperilaku secara konseptual.

Kajian yang menggunakan konsep *Theory of Reasoned Action* memperkirakan keputusan seseorang terhadap penggunaan layanan Bank Simpanan dan Pembiayaan Syariah serta menilai niat nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah menjadi landasan analisis.¹

2. Minat Menabung

a) Definisi Minat Menabung

Berdasarkan KBBI, minat adalah keinginan, hasrat, atau hasrat yang kuat dengan sesuatu.² Maharani mendefinisikan minat sebagai hasil psikologis dari terlibat dalam aktivitas yang membangkitkan minat seseorang terhadap sesuatu.³ Ketertarikan pada sesuatu didorong oleh dorongan hati, hasrat, dan keinginan.⁴

¹ S R Torano and S M Kharie, 'Analisis Perilaku Masyarakat Dalam Mengadopsi Layanan Perbankan Syariah: Pendekatan Theory Of Reasoned Action (Tra)', *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan ...*, 8.2 (2023), 199–210

² Ghaza Muhammad Al Ghazali¹ Gustimal Witri¹, Ulvi Gustian², Silvia Ananda Pratiwi³, Indah Sartika⁴, Safrizal⁵, Roy Diki⁶, Indah Putri Shandani⁷, Anisa Fajri Zalita⁸, Intan Putri Lestari⁹, Intan Mutiara Pratama¹⁰, 'Meningkatkan Minat Baca Dan Budaya Literasi Dikalangan Milenial Di Desa Kumbara Utama Kecamatan Kerinci Kanan Kab. Siak', *Jurnal ...*, 4 (2022), 1779–83

³ Nine Septa Maharani, 'Pengaruh Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas', *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2.1 (2020), 57

⁴ Magdalena Elendiana, 'Upaya Meningkatkan Minat Baca Siswa Sekolah Dasar', *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2.1 (2020), 54–60

KBBI menyatakan bahwa menabung merupakan sebuah seni tersendiri yang berasal dari kata tabung. Menyisihkan sebagian dari dana yang tersedia disebut tabungan. Salah satu metode mengelola uang kita untuk mencapai tujuan kita adalah dengan menabung.⁵ Tujuannya adalah mengelola keuangan secara leluasa dan terjangkau dimulai sejak usia muda. Tidak berlebihan dan mengetahui cara mengelola keuangan sehingga dapat menghemat uang dan menggunakannya untuk tujuan yang lebih besar dan berpotensi bermanfaat di masa depan.⁶

Menurut Kotler, menabung adalah “perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk mencari informasi”. Menurut Assael dalam Priansa, keinginan nasabah dalam merujuk suatu produk atau mengambil keputusan mengenai peluang menabung disebut dengan minat menabung.⁷

Penulis mengambil kesimpulan bahwa minat menabung merupakan keadaan seseorang sebelum mengambil tindakan berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh sejumlah ahli. Hal ini sebagai respons terhadap keinginan nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu yang menurut mereka sesuai dengan harapan akan diperhatikan oleh seseorang yang berkepentingan.

b) Dimensi Minat

Menurut Ferdinand, terdapat empat dimensi yang dipergunakan dalam mengukur minat menabung, yaitu :⁸

1) Minat Transaksional

Terdapat indikator dari dimensi minat transaksional, yakni kecondongan individu untuk penggunaan ulang produk/jasa.

⁵ Supiani Supiani, Fawza Rahmat, and Fajar Budiman, ‘Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah’, *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1.1 (2021), 49

⁶ Nadia Fatikasari, ‘Sosialisasi Menabung Sejak Dini Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Siswa Kelas 6 Sd Negeri Senden 2.’, *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2.2 (2022), 3883–90

⁷ Yulia Putri et al., “Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa* 16, no. 1 (2019): 77–88, <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>.

⁸ Gogi Kurniawan, *PERILAKU KONSUMEN: Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce* (Surabaya: Mitra Abisatya, 2020)

2) **Minat Referensial**

Terdapat indikator dari dimensi minat referensial, yakni ambisi dalam merekomendasikan produk/jasa terhadap individu lainnya.

3) **Minat Preferensial**

Terdapat indikator dari dimensi minat preferensial, yaitu tindakan seseorang yang mengutamakan suatu produk/jasa.

4) **Minat Eksploratif**

Terdapat indikator dari dimensi minat eksploratif, yaitu tindakan seseorang yang secara konsisten mencari informasi terhadap barang/jasa yang di pertimbangkan dan informasi yang menegaskan keunggulan produk tersebut.

3. **Pengetahuan Keuangan Syariah**

a) **Definisi Pengetahuan Keuangan Syariah**

Kata ilmu berasal dari bahasa Arab "*alama*", berarti pengetahuan (*al-ma'rifah*). Secara etimologis, pengetahuan merupakan istilah "*knowledge*" dalam bahasa Inggris. Sedangkan terminologi, pengetahuan adalah proses mengetahui yang berasal dari pengamatan dan pengalaman dan hanya diperoleh individu melalui kesadarannya sendiri. Kata "pengetahuan" mengacu pada pemahaman seseorang terhadap sesuatu.⁹

Dijelaskan pada Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 122

:

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَآفَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

Artinya: "Tidak sepatutnya orang-orang mukmin pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi (tinggal bersama Rasulullah) untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya?" (QS. At-Taubah: 122).

⁹ Inggita Sukma Anggracini et al., "Hakikat Ilmu Dan Pengetahuan Dalam Kajian Filsafat Ilmu," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 17, no. September (2023): 396–402.

Ayat di atas menunjukkan berpengaruhnya menimba ilmu yang memiliki peran yang sama dengan berjihad dalam pandangan Islam.

b) Pengetahuan Keuangan Syariah dalam Perspektif Islam

Tujuan berkembangnya pengetahuan keuangan syariah adalah untuk menambah kesadaran serta keterlibatan masyarakat dalam memanfaatkan barang dan jasa lembaga syariah sekaligus meningkatkan pemahaman dan pengetahuan. Selain itu, peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pengetahuan keuangan syariah akan membantu masyarakat menyesuaikan perspektif mereka dalam menangani uang dan memilih opsi investasi yang menguntungkan dan halal. Diharapkan juga bahwa dengan melakukan hal ini, literasi keuangan syariah pada akhirnya akan berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan penggunaan barang dan jasa lembaga syariah.¹⁰

c) Dimensi Pengetahuan Keuangan

Terdapat tiga dimensi yang dipergunakan dalam mengukur pengetahuan keuangan, yaitu :¹¹

1) Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*), merupakan suatu ilmu keuangan yang berpengaruh untuk melihat tingkat melek *financial* seseorang.

Terdapat 4 indikator, yaitu pengetahuan dasar-dasar keuangan, tabungan dan simpanan, investasi, serta asuransi.

2) Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*), merupakan sebagai penentu dalam pengetahuan keuangan.

Terdapat indikator dari dimensi *financial behavior*, yaitu tindakan penyusunan anggaran, berhemat dan mengendalikan uang, penanaman modal dan pembayaran kewajiban tepat waktu.

3) Sikap Keuangan (*Financial Attitude*), merupakan sikap seseorang dalam mengolah keuangan secara baik dan positif tentang suatu perencanaan.

¹⁰ Siti Homisyah Ruwaidah, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah', *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2.1 (2020), 79

¹¹ Taufiq Chaidir and others, 'Determinan Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kota Mataram', *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2.1 (2020), 1–19

Terdapat indikator dari dimensi *financial attitude*, yakni tindakan atas uang, dan perencanaan masa depan.

4. Kualitas Pelayanan

a) Definisi Kualitas Pelayanan

Di Kamus Umum Bahasa Indonesia, kata pelayanan mempunyai arti menolong dan tersediakannya semua kebutuhan seseorang. Pelayanan yakni interaksi informasi secara langsung antara manusia dan manusia lain atau mesin fisik. Jika ada persaingan, pelayanan akan menjadi hal yang krusial dalam setiap kegiatan sosial. Meskipun perusahaan tersebut mungkin menjual barang/jasa yang sama, opini publik mengenai tingkat layanan pelanggan suatu merek mungkin berbeda. Petugas layanan dari sebuah perusahaan industri akan melakukan segala upaya untuk memuaskan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.¹²

Istilah "layanan" mengacu pada setiap aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan harapan klien dengan menawarkan layanan secara adil, sopan, profesional, dan efisien. Elemen yang berkontribusi terhadap kebahagiaan klien adalah memberikan layanan berkualitas tinggi. Parasuraman mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai penilaian terhadap kinerja suatu penyedia jasa tertentu berdasarkan perbandingan kinerja penyedia jasa tersebut. Kualitas layanan, dalam kata-kata Philip Kotler dan Gary Armstrong, adalah perlakuan yang diberikan untuk seseorang tanpa mengorbankan kepemilikan apa pun dan dalam bentuk layanan yang tidak berwujud.¹³

Pelayanan yang berkualitas dapat menarik minat pelanggan untuk menabung, maupun menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Menurut Kasinem, penyediaan layanan secara maksimal yang mungkin dilakukan oleh suatu bisnis dengan segala manfaatnya untuk memuaskan keinginan dan harapan pelanggan dikenal sebagai kualitas

¹² Laili Nur Indahsari and May Roni, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo', *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1 (2022), 51–60

¹³ Fadhilatul Hasanah, 'Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah', *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4.1 (2019), 485

layanan.¹⁴ Kualitas pelayanan pengguna jasa menjadi standar keefektifan suatu pelayanan. Sementara itu, kepuasan yang diterima oleh seseorang akan diketahui setelah memperoleh jenis layanan yang mereka perlukan dan antisipasi. Agar penerima layanan dapat terpuaskan, maka kebutuhan mereka harus dipenuhi semaksimal mungkin.¹⁵

b) Manfaat Kualitas Pelayanan yang Bermutu

Dukungan yang unggul saat bank syariah dapat memberi pelayanan tepat kepada nasabahnya, maka kualitas pelayanan tersebut dapat terciptakan. Beberapa keunggulan layanan keuangan berkualitas tinggi antara lain:¹⁶

1) Terwujudnya kepuasan anggota

Kepuasan anggota berasal dari pemberian layanan yang memenuhi harapan. Anggota yang puas akan meminta orang yang mereka cintai dan kenalan dekat untuk membuka rekening di bank. Karena merupakan promosi tidak berbayar dan tidak langsung melalui konsumen, hal ini berdampak positif bagi bank.

2) Meningkatkan loyalitas nasabah

Loyalitas nasabah terhadap bank akan berkembang jika mereka puas dengan pelayanan yang diterimanya dari bank dari tahun ke tahun. Klien yang setia akan berkomitmen pada bank dan menunjukkan loyalitas terhadapnya.

3) Kepercayaan nasabah

Ketika bank dapat memuaskan nasabahnya dan menawarkan layanan berkualitas tinggi, masyarakat akan mulai mempercayainya.

4) Meningkatkan nama baik bank

Tingkat kepuasan anggota akan mempengaruhi perkembangan nama baik bank, lebih mungkin mereferensikan suatu bisnis untuk orang lain, sehingga meningkatkan reputasinya.

¹⁴ Kasinem Kasinem, 'Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat', *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17.4 (2020), 329

¹⁵ Yuda Dwi Insani and Ramdani Setiyariski, 'Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department Melalui Tugas Dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann', *Kajian Pariwisata*, 2.1 (2020), 13–28

¹⁶ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), 194–95.

c) Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada 5 dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan:

¹⁷

- 1) **Berwujud (*Tangible*)** keunggulan untuk menyatakan pada klien/pihak yang berkepentingan lainnya betapa suksesnya bisnis tersebut. Penampilan dan kesanggupan alat dan infrastruktur fisik, meliputi peralatan, perlengkapan yang digunakan, dan cara berpakaian staf.

Indikator dimensi berwujud yakni kemampuan pengelola, produk yang rapi dan menarik.

- 2) **Keandalan (*Reliability*)** merupakan kesanggupan seseorang saat melayani individu sesuai kebutuhan dan bisa terpenuhinya kepuasan suatu individu. Kerapihan dan daya tarik produk, serta kemampuan manajerial menjadi penanda pada dimensi nyata. Kinerja harus memenuhi harapan pelanggan, yang mencakup tepat waktu, memberikan tingkat layanan bebas kesalahan yang sama kepada setiap pelanggan, menunjukkan empati, dan mencapai akurasi yang tinggi.

Indikator dimensi ini adalah ketepatan waktu dalam pemberian layanan.

- 3) **Daya tanggap (*Responsive*)** merupakan ketepatan waktu seorang pekerja membantu klien dan memberikan layanan yang berkualitas dan cepat untuk meminimalkan keluhan klien.

Indikator pada dimensi daya tanggap menunjukkan bahwa anggota menerima bantuan yang tepat dan tepat waktu dalam menyelesaikan permasalahannya.

- 4) **Jaminan (*Assurance*)** merupakan ntuk menarik perhatian karyawan perusahaan sekaligus memberikan pelayanan agar pelanggan mempercayai perusahaan. Ini mencakup banyak aspek seperti komunikasi, keandalan, keamanan, kompetensi, dan kesopanan.

Standar penjaminan dan keadilan, yaitu pemberian jaminan nyata terhadap barang-barang yang berbentuk jaminan.

¹⁷ Mario Mendocilla, Paloma Miravittles, and Jorge Matute, 'QUICKSERV: A Service Quality Assessment Tool for the Quick-Service Restaurant Industry', *British Food Journal*, 123.13 (2020), 241–59

- 5) **Empati (*Empathy*)** merupakan bentuk kepedulian dari karyawan di suatu perusahaan untuk anggota dengan berusaha memahami keinginan dan harapan mereka.

Konsumen mendapat perhatian yang tulus, merupakan indikator dimensi empati terhadap barang dan jasa.

5. **Trust (Kepercayaan)**

a) **Definisi Trust (Kepercayaan)**

Kepercayaan yakni keyakinan, keyakinan muncul adanya kedua belah pihak yakin terpercaya, mempunyai kejujuran yang tinggi, konsisten, kompeten, adil, bertanggung jawab, suka menolong dan sifat-sifat positif lainnya. Sifat kepercayaan didasarkan terhadap kejujuran, keandalan lalu ketergantungan antara anggota dan penyedia.¹⁸

Menurut Steven dan Yohanes, Keyakinan bahwa suatu bisnis dapat membangun hubungan yang langgeng dengan klien dan kesiapan atau jaminan mitra untuk melakukan hal yang sama guna menghasilkan pekerjaan yang produktif, keduanya merupakan komponen kepercayaan. Faktor keyakinan adalah elemen krusial yang mempengaruhi minat menabung.¹⁹ Seseorang biasanya mengembangkan kepercayaan terhadap sesuatu karena mendasarkan penilaian mereka terhadap kualitas pada apa yang mereka rasakan, pahami, atau alami. Jadi, pentingnya untuk bisnis yaitu meningkatkan kepercayaan seseorang terhadap barang dan jasa yang mereka sediakan guna meningkatkan kepercayaan tersebut dan menumbuhkan minat pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kebahagiaan anggota.²⁰

¹⁸ Altje Tumbel, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan Influences of Trust and Satisfaction To Customer Loyalty At Pt. Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat, Amurang, Kabupaten Mi," *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* 3, no. 1 (2016): 64–79.

¹⁹ Dani Iskandar and Muhammad Irfan Bahari Nasution, 'Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU)', *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1.1 (2019), 128–37

²⁰ Steven Darwin and Yohanes S Kunto, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife – Surabaya," *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014): 1–12.

b) Dimensi *Trust* (Kepercayaan)

Menurut Adyan, Ambarwati, terdapat dua dimensi yang dipergunakan dalam mengukur *trust* (kepercayaan), yaitu :²¹

1) **Kepercayaan (*Trust*)**, suatu kompetensi oleh individu ataupun kelompok, karena apa yang dilakukan oleh salah satu pihak dapat berpengaruh terhadap pihak lainnya atas persetujuan kedua belah pihak.

Adapun indikator dari dimensi kepercayaan, yaitu Kemampuan, Keyakinan, Integritas.

2) **Niat Untuk Percaya (*Trusting Intention*)**, merupakan merupakan tindakan sadar di mana seseorang memilih untuk bersangkutan kepada seseorang dalam keadaan tertentu, baik dalam pribadi maupun pada orang lain.

Adapun indikator dari dimensi tersebut, yaitu kesediaan untuk bergantung.

6. *Social Environment* (Lingkungan Sosial)

a) Definisi *Social Environment* (Lingkungan Sosial)

Pengertian Lingkungan Hidup Sosial (Lingkungan Sosial) UU No. 32 Tahun 200an Pasal 1 Ayat 1, yaitu pengelolaan lingkungan terhadap segala sesuatu, kekuatan, struktur, dan organisme, termasuk manusia dan perilakunya yang mempengaruhi lingkungan, serta pemeliharaan kesehatan dan kedamaian semua makhluk hidup. Dalam kehidupan sehari-hari, semua aktivitas dilakukan di suatu tempat yaitu lingkungan sosial.²²

Menurut Winda, yaitu semua yang dilakukan di lingkungan, semua manusia yang saling berpengaruh. Adanya dukungan dan pengaruh dari seseorang sekitar yaitu orang tua, saudara, dan teman.²³ Menurut Sri Wahyuni, perilaku keuangan seseorang juga dipengaruhi oleh

²¹ Andyan Pradipta Utama and Aprilia Ningrum Ambarwati, 'The Effect of Brand Awareness, Brand Image and Trust On Consumer Buying Interest', *Devotion Journal of Community Service*, 3.13 (2022), 2310–30

²² M. Rosyid Alfazani and Dinda Khoirunisa A, 'Faktor Pengembangan Potensi Diri: Minat/Kegemaran, Lingkungan Dan Self Disclosure (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial)', *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2.2 (2021), 586–97

²³ Winda Nurul Maulida and Ahmad Nurkhin, 'Pengaruh Personal Attitude Dan Lingkungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Intervening Siswa Kelasxi Kompetensi Keahlian Akuntansi Smk Gajah Mada 01 Margoyoso Patitahun Ajaran 2015/201', *Economic Education Analysis Journal*, 6.2 (2017), 501–16

lingkungan sosialnya, karena keberadaan makhluk serta lingkungan dengan adanya hubungan yang tidak dapat terpisahkan. Karena ada hubungan timbal balik atau timbal balik di dalamnya. Struktur sosial yang dibentuk oleh lingkungan sekitar seseorang sangat mempengaruhi kebiasaan dan watak seseorang, lalu terjadilah interaksi di antara masyarakat dengan lingkungannya yang dapat saling mempengaruhi dalam perilaku keuangan seperti pembiayaan dan menabung di suatu organisasi,²⁴

Macam-macam lingkungan sosial, yaitu lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.

b) Dimensi *Social Environment* (Lingkungan Sosial)

Lingkungan sosial terdiri dari orang-orang lain yang mempunyai kekuatan untuk secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi seseorang. Dimensi lingkungan sosial, yaitu:²⁵

1) **Lingkungan Keluarga**, merupakan lingkup yang ditemui seorang individu ketika berinteraksi, dengan anggota keluarga. Adanya peran penting dalam membentuk kepribadian dan kualitas hidup seseorang.

Adapun indikator dari dimensi lingkungan keluarga, yaitu petunjuk dan saran tentang perbankan syariah dari orang tua dan saudara.

2) **Lingkungan Sekolah**, merupakan lingkungan yang muncul setelah lingkungan keluarga. Tidak dapat dipungkiri bahwa lingkungan sekolah memiliki daya tarik yang luas karena di sanalah adanya pertemuan bersama seseorang yang mempunyai berbagai macam sikap, sudut pandang, dan pemahaman yang beragam.

Adapun indikator dari dimensi lingkungan sekolah, yaitu informasi, saran tentang perbankan syariah dari teman dan dosen/guru.

3) **Lingkungan Masyarakat**, dalam lingkup masyarakat, seorang individu bertemu dengan beragam individu di luar teman sekolah dan anggota keluarganya. Seseorang

²⁴ Sri Wahyuni Abdurrahman and Serli Oktapiani, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 5.2 (2020), 50–55

²⁵ Pakaya and Posumah, "Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pendidikan Masyarakat Di Desa Biontong I Kecamatan Bolangitang Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Utara."

akan memiliki pengalaman atau informasi yang lebih beragam, bahkan dalam batas-batas masyarakat. Seseorang yang belum dikenal sekalipun dapat dikatakan berada dalam masyarakat, karena tiap orang dapat dikatakan sebagai makhluk sosial.

Adapun indikator dari dimensi lingkungan sekolah, yaitu informasi, saran tentang perbankan syariah dari tokoh agama/tokoh masyarakat.

7. BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*)

Baitul Maal wa Tamwil yakni bentuk lain dari akronim BMT. *Baitul maal*, yang secara harfiah berarti “rumah dana”, dan *baitul mal wa tamwil*, yang berarti “rumah usaha”, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan organisasi keuangan yang bergerak terhadap prinsip koperasi dan syariah. BMT adalah singkatan dari Balai Usaha Mandiri Terpadu, yaitu suatu organisasi perekonomian yang terdiri atas usaha-usaha kecil yang beranggotakan perorangan maupun berbadan hukum dengan tujuan untuk menciptakan dan mengembangkan perekonomian yang mengutamakan keadilan dalam kehidupan masyarakat yang ikut serta dalam kegiatannya.²⁶

Salah satu organisasi mikro ekonomi penting yang membantu memperlancar roda perekonomian adalah *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT).²⁷ Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa BMT membantu perekonomian aktual, khususnya usaha kecil, menengah, dan mikro yang berjumlah lumayan besar di Indonesia. Salah satu bentuk *support* dari BMT adalah dukungan finansial. Selain itu, negara Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam memberikan pilihan lain untuk menabung lembaga mikroekonomi BMT, yang beroperasi dengan kerangka ekonomi syariah. Selain itu, BMT terlibat dalam pengelolaan pendapatan yang dikumpulkan untuk tujuan komersial serta pengelolaan sumber pendanaan seperti Infaq, Shodaqoh, dan Zakat.

²⁶ Sudjana, “Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam , 6 (02), 2020 , 185-194 Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah Yang Kompetitif.”

²⁷ Muslim Tanjung and Arina Novizas, ‘Eksistensi Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Dalam Perekonomian Islam’, *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 3.1 (2021), 27

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengacu pada tinjauan pustaka untuk dibuat referensi atau sumber. Seringkali terdiri dari kompilasi temuan dari riset oleh peneliti sebelumnya yang menyelidiki topik riset yang relevan atau berkaitan. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai pengetahuan keuangan syariah, kualitas pelayanan, *trust*, dan *social environment* dalam minat menabung.

Untuk perbandingan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan beberapa peneliti yaitu :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
Pengetahuan					
1.	Kristiyadi, Sri Hartiyah ²⁸	Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan tentang Lembaga Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus	Penggunaan variabel independen pengetahuan dan variabel dependen minat menabung. Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu	Peneliti menggunakan kualitas pelayanan, <i>trust</i> , dan <i>social environment</i> sebagai variabel independen . Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan kelompok acuan, religiusitas, dan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif pada minat menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah, pada BMT Tamzis Wonosobo.

²⁸ Kristiyadi and Sri Hartiyah, “PENGARUH KELOMPOK ACUAN , RELIGIUSITAS , PROMOSI DAN PENGETAHUAN TENTANG LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI KOPERASI SYARIAH (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo),” *Ekonomi Dan Teknik Informatika* 5, no. Hutabarat 2010 (2016): 44–63.

		pada BMT Tamzis Wonosobo)	kuantitatif.	promosi sebagai variabel independen . Peneliti menggunakan responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden dari anggota BMT Tamzis Wonosobo.	
2.	Nur Faizah, Sa'diyah ²⁹	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap	Penggunaan variabel independen pengetahuan, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan variabel dependen minat menabung.	Peneliti menggunakan responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif pada minat mahasiswa dalam menabung di

²⁹ Nur Faizah and Mahmudatus Sa'diyah, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menabung Di Bank Syariah', *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 2022, 253–66

		Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah	Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.	peneliti terdahulu menggunakan responden dari mahasiswa dalam menabung di bank syariah.	bank syariah.
3.	Tulwaidah, Mubyarto, Ismail ³⁰	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi di BANK Syariah	Penggunaan variabel independen pengetahuan keuangan dan variabel dependen minat menabung. Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.	Peneliti menggunakan kualitas pelayanan, <i>trust</i> , dan <i>social environment</i> sebagai variabel independen. Sedangkan peneliti terdahulu hanya menggunakan literasi/pengetahuan keuangan sebagai variabel independen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif pada minat menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi

³⁰ Rahmah Tulwaidah, Novi Mubyarto, and Muhammad Ismail, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Di BANK Syariah," *Jurma : Jurnal Riset Manajemen* 1, no. 1 (2023): 158–71.

				<p>Peneliti menggunakan responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi di BANK Syariah</p>	
Kualitas Pelayanan					
1.	Nurdin, Yusuf ³¹	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Persepsi Religiusitas terhadap Minat	Penggunaan variabel independen kualitas pelayanan dan variabel dependen minat	Peneliti menggunakan pengetahuan, <i>trust</i> , dan <i>social environment</i> sebagai	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada

³¹ Nurdin Nurdin and Khaeruddin Yusuf, 'Knowledge Management Lifecycle in Islamic Bank: The Case of Syariah Banks in Indonesia', *International Journal of Knowledge Management Studies*, 11.1 (2020), 59–80

		<p>Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang)</p>	<p>menabung. Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.</p>	<p>variabel independen . Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan promosi, dan persepsi religiusitas, sebagai variabel independen . Peneliti menggunakan responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden dari nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang.</p>	<p>minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang.</p>
--	--	--	--	--	---

<p>2.</p>	<p>Fitri Al Faqih³²</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung Nasabah pada Tabungan Marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya</p>	<p>Penggunaan variabel independen kualitas pelayanan dan variabel dependen minat menabung. Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.</p>	<p>Peneliti menggunakan pengetahuan, <i>trust</i>, dan <i>social environment</i> sebagai variabel independen. Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan hasil sebagai variabel independen. Peneliti menggunakan responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada minat menabung nasabah pada Tabungan Marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya.</p>
-----------	------------------------------------	--	--	---	--

³² Fitri Al Faqih, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya', *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11.1 (2020), 22

				<p>dari nasabah pada Tabungan</p> <p>Marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya</p>	
3.	<p>Dwiantoro, Haryono, Imamah³³</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik</p>	<p>Penggunaan variabel independen kualitas pelayanan, kepercayaan dan variabel dependen minat menabung. Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.</p>	<p>Peneliti menggunakan pengetahuan, <i>trust</i>, dan <i>social environment</i> sebagai variabel independen. Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan kualitas produk tabungan sebagai variabel independen.</p> <p>Peneliti menggunakan responden</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada minat menabung nasabah pada Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik.</p>

³³ Rendy Zulfikar Dwiantoro, Haryono Haryono, and Nurul Imamah, 'Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik', *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1.2 (2021), 55–63

				dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden dari nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik.	
Trust (Kepercayaan)					
1.	Citra Ermawati, Wiari Sidiq ³⁴	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah PT Bank Mandiri (PERSERO) TBK KCP Kendal Boja	Penggunaan variabel independen kualitas pelayanan, kepercayaan dan variabel dependen minat menabung. Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner).	Peneliti menggunakan pengetahuan, dan <i>social environment</i> sebagai variabel independen. Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan kualitas produk sebagai	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif pada minat menabung nasabah PT Bank Mandiri (PERSERO) TBK KCP Kendal Boja.

³⁴ Citra Ermawati and Asah Wiari Sidiq, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Kcp Kendal Boja', *Solusi*, 19.3 (2021), 211

			<p>Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.</p>	<p>variabel independen .</p> <p>Peneliti menggunakan responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden dari nasabah PT Bank Mandiri (PERSERO) TBK KCP Kendal Boja.</p>	
2.	Imelda, Ayu, Jayanti ³⁵	<p>Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Web dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menabung</p>	<p>Penggunaan variabel independen kepercayaan dan variabel dependen minat menabung.</p>	<p>Peneliti menggunakan pengetahuan, kualitas pelayanan, dan <i>social environmen</i></p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh pada minat</p>

³⁵ Imelda Aprileny, Ayu Harjuniarti, and Jayanti Apri Emarawati, 'Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Web Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menabung Produk Digital Saving BRI Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Cabang Jatinegara)', *Ikraith-Ekonomika*, 7.2 (2024), 211–20

		<p>Produk Digital Saving BRI di Masa Pandemi Covid-19</p> <p>(Studi Kasus pada nasabah BRI Cabang Jatinegara)</p>	<p>Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.</p>	<p>t sebagai variabel independen .</p> <p>Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan Kualitas Web dan Persepsi Risiko sebagai variabel independen .</p> <p>Peneliti menggunakan responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden dari Produk Digital Saving BRI di Masa Pandemi Covid-19</p>	<p>menabung Produk Digital Saving BRI di Masa Pandemi Covid-19</p> <p>(Studi Kasus pada nasabah BRI Cabang Jatinegara).</p>
--	--	---	--	---	---

				(Studi Kasus pada nasabah BRI Cabang Jatinegara)	
3.	Mudhori, Rohmah ³⁶	Pengaruh Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Mandiri Artha Syariah Sumberrejo	Penggunaan variabel independen kepercayaan dan variabel dependen minat menabung. Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.	Peneliti menggunakan pengetahuan, kualitas pelayanan, dan <i>social environment</i> sebagai variabel independen. Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan tingkat pendapatan sebagai variabel independen. Peneliti menggunakan responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif pada minat menabung di KSPPS BMT Mandiri Artha Syariah Sumberrejo.

³⁶ Faizatur Mudhori dan Rohmah, “2.+Layout+-+Artikel+Mundhori+Al-Muhasib,” *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance* 2, no. 1 (2022): 21–44.

				<p>Jejara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden dari nasabah di KSPPS BMT Mandiri Artha Syariah Sumberrejo</p>	
Social Environment (Lingkungan Sosial)					
1.	<p>Sayyidatul Maghfiroh³⁷</p>	<p>Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah</p>	<p>Penggunaan variabel independen lingkungan sosial dan variabel dependen minat menabung. Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian</p>	<p>Peneliti menggunakan pengetahuan, kualitas pelayanan, dan <i>trust</i> sebagai variabel independen. Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan Religiusitas, Pendapatan, sebagai</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif pada minat menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah.</p>

³⁷ Sayyidatul Maghfiroh, “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah,” *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 7, no. 3 (2018): 213–22.

			yaitu kuantitatif.	variabel independen . Peneliti menggunakan responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden dari Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah.	
2.	Richo Rianto, Tutiek Yoganingsih ³⁸	Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial dan Dukungan Pemerintah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Penggunaan variabel independen lingkungan sosial dan variabel dependen minat menabung. Data yang	Peneliti menggunakan pengetahuan, kualitas pelayanan, dan <i>trust</i> sebagai variabel independen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif pada minat menabung di

³⁸ Mumammad Richo Rianto and Tutiek Yoganingsih, 'Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri - Bekasi', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16.2 (2020), 76–83

		Mandiri - Bekasi	- digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.	. Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan an Religiusitas , Dukungan Pemerintah, sebagai variabel independen . Peneliti menggunakan an responden dari anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan an responden dari Bank Syariah Mandiri – Bekasi.	Bank Syariah Mandiri – Bekasi.
3.	Wahyuning Murniati ³⁹	Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Lingkungan	Penggunaan variabel independen pengetahuan, lingkungan	Peneliti menggunakan an responden dari	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan

³⁹ Wahyuning Murniati, ‘Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Sebagai Mediator Dalam Hubungan Religiusitas Dan Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah’, *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 7.1 (2021), 42–49

		Sosial sebagai Mediator dalam Hubungan Religiusitas dan Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah	sosial dan variabel dependen minat menabung. Data yang digunakan sama-sama primer dengan melalui angket (kuesioner). Penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif.	anggota BMT USA cabang Mantingan Jepara, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden dari Mahasiswa di Perbankan Syariah	sosial berpengaruh positif pada minat menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah
--	--	---	--	---	---

Sumber : Beberapa penelitian terdahulu yang dikembangkan untuk skripsi ini

C. Kerangka Berpikir

Konsep dasar penelitian yang bersumber dari data, observasi, dan tinjauan pustaka dikenal dengan kerangka berpikir. Oleh karena itu, teori, hipotesis, dan konsep yang terdapat dalam kerangka berpikir akan menjadi landasan penyelidikan. Agar variabel-variabel penelitian dapat menjadi landasan untuk mengatasi kesulitan-kesulitan penelitian, maka variabel-variabel tersebut didefinisikan secara menyeluruh dalam kerangka pemikiran dan relevan dengan permasalahan yang diteliti.⁴⁰

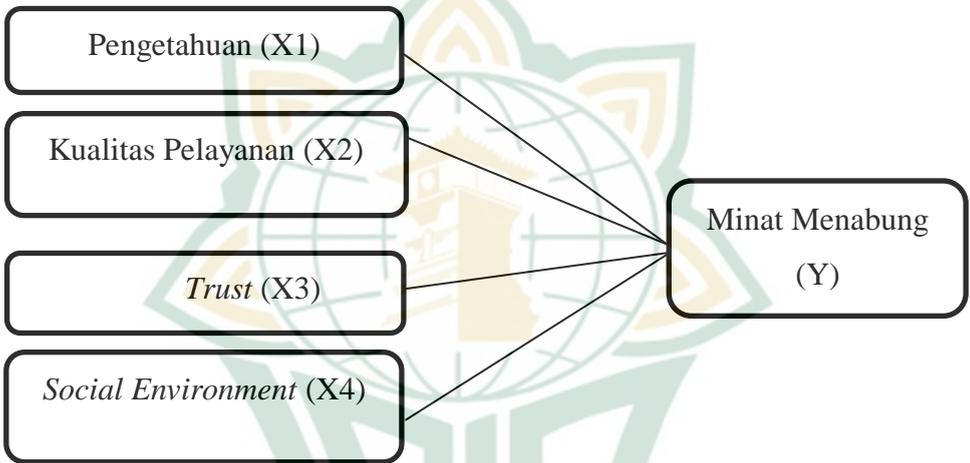
Menurut Widayat dan Amirullah, kerangka berpikir atau juga disebut sebagai kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berbubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir juga menjelaskan sementara terhadap gejala yang menjadi ma- salah (objek) penelitian. Alur berpikir yang didasarkan pada teori- teori terdahulu dan juga pengalaman-pengalaman empiris, merupa- kan

⁴⁰ Addini Zahra Syahputri, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri, “Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif,” *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran* 2, no. 1 (2023): 160–66.

dasar untuk menyusun kerangka berpikir yang berguna untuk membangun suatu hipotesis. Dengan demikian kerangka berpikir merupakan dasar penyusunan hipotesis.⁴¹

Kerangka berpikir yang tersusun di riset ini, Pengetahuan Keuangan Syariah (X1), Kualitas Pelayanan (X2), *Trust* (X3), dan *Social Environment* (X4) menjadi variabel independen (variabel bebas) dan Minat Menabung (Y) menjadi variabel dependen (variabel terikat).

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Hipotesis yakni pernyataan sementara mengenai permasalahan penelitian yang mungkin benar atau tidak. Dibutuhkan hipotesis yang tepat untuk melakukan penelitian. Para sarjana dapat memastikan metode untuk memverifikasi dugaan yang sudah ada sebelumnya.⁴²

Hipotesis ini diambil dari sejumlah penelitian sebelumnya, yang temuannya patut diperhatikan ketika menganalisis variabel-variabel yang hampir identik dengan yang digunakan oleh para peneliti dalam penelitian mereka sendiri. Hipotesis penelitian berikut dapat dikembangkan dengan menggunakan uraian teoritis dan penelitian yang telah dibahas sebelumnya sebagai landasan:

⁴¹ Syahputri, Fallenia, and Syafitri.

⁴² Kristia Yuliawan, “Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2021): 43–50.

1. Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Cabang Mantingan Jepara

Seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan syariah mampu dibedakan antara sistem keuangan konvensional dan syariah, memahami perbankan dan ekonomi, dan menggunakan pengetahuan tersebut untuk membuat keputusan yang paling bertanggung jawab secara finansial, dengan mempertimbangkan tingkat literasi mereka.

Setiap umat Islam mempunyai kewajiban untuk melek finansial sesuai syariah. Untuk sukses dalam kehidupan ini dan akhirat, umat Islam harus menimba ilmu di bidang ilmu pengetahuan, ekonomi, keuangan, serta perbankan syariah. Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dapat berjalan sesuaiantisipasi dan mempengaruhi jalannya pertumbuhan ekonomi jika setiap umat Islam memiliki pemahaman dan pengetahuan yang baik dalam keuangan serta ekonomi syariah.⁴³

Menurut peneliti terdahulu yang telah melakukan penelitian oleh Kristiyadi dan Sri Hartiyah⁴⁴, menyatakan bahwa pengetahuan keuangan syariah ada pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung. Riset lain yakni dilakukan oleh Nur Faizah dan Sa'diyah⁴⁵ terdapat kesimpulan bahwa pengetahuan keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menabung. Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Tulwaidah, Mubyarto, dan Ismail⁴⁶, bahwa pengetahuan keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung.

Pada pemaparan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Pengetahuan Keuangan Syariah Berpengaruh terhadap Minat Menabung

⁴³ Dian Sugiarti, 'Literasi Keuangan Syariah Generasi Z Dan Minatnya Pada Perbankan Syariah', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.1 (2023), 766–72

⁴⁴ Kristiyadi and Hartiyah, "PENGARUH KELOMPOK ACUAN , RELIGIUSITAS , PROMOSI DAN PENGETAHUAN TENTANG LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI KOPERASI SYARIAH (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo)."

⁴⁵ Faizah and Sa'diyah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menabung Di Bank Syariah."

⁴⁶ Tulwaidah, Mubyarto, and Ismail, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Di BANK Syariah."

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung

Segala upaya perusahaan untuk memuaskan harapan pelanggan secara kolektif disebut sebagai kualitas layanan. Dalam konteks ini yang dimaksud dengan “pelayanan” adalah jasa yang ditawarkan penyedia jasa berupa kecepatan, kemudahan, hubungan, ketrampilan, dan keramahan bertujuan untuk memunculkan sikap dan sifat dalam diri penyedia jasa yang akan menimbulkan kesenangan pelanggan. Ketika menyangkut atribut layanan suatu perusahaan, kualitas layanan bisa dinilai dengan membandingkan pendapat pelanggan tentang layanan yang sebenarnya diterima atau perolehan dengan harapan atau keinginan mereka. Nasabah perusahaan akan menghasilkan keuntungan, maka perusahaan memandang mereka sebagai raja yang pantas dilayani dengan baik.⁴⁷

Menurut beberapa penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian terhadap variabel Kualitas Pelayanan terhadap minat menabung. Nurdin dan Yusuf⁴⁸ menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung. Lalu menurut penelitian dari Fitri Al Faqih⁴⁹, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Dwianto, Haryono, dan Imamah⁵⁰ terdapat kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung nasabah. Berdasarkan penjabaran tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Minat Menabung

3. Pengaruh *Trust* terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Cabang Mantingan Jepara

Keyakinan dan harapan seseorang terhadap integritas, kemurahan hati, dan kesetiaan orang lain dikenal sebagai

⁴⁷ Andi Alfianto, Anugrah Ilahi, and Arifuddin Arifuddin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank” 1, no. 1 (n.d.): 25–37.

⁴⁸ Nurdin and Yusuf, “Knowledge Management Lifecycle in Islamic Bank: The Case of Syariah Banks in Indonesia.”

⁴⁹ Faqih, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya.”

⁵⁰ Dwianto, Haryono, and Imamah, “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik.”

kepercayaan. Sebaliknya, kepercayaan didefinisikan sebagai sikap yang ditunjukkan seseorang ketika mereka yakin bahwa mereka mengetahui dan telah sampai pada kebenaran. Keyakinan seseorang tidak selalu bersifat faktual atau bukan menjadi jaminan kebenarannya karena kepercayaan merupakan suatu sikap.⁵¹

Menurut beberapa penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian terhadap variabel *Trust* terhadap minat menabung. Citra Ermawati dan Wiari Sidiq⁵² menyatakan bahwa *Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung. Penelitian lain yang dilakukan oleh Mudhori dan Rohmah⁵³ terdapat kesimpulan bahwa *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Berdasarkan penjabaran tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Trust* Berpengaruh terhadap Minat Menabung

4. Pengaruh *Social Environment* terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Cabng Mantingan Jepara

Umumnya lingkungan sosial berarti segala sesuatu yang meliputi tindakan individu dan mempunyai kekuatan untuk memberikan dampak baik pada individu tersebut maupun orang-orang disekitarnya. Lingkungan sosial dapat dipengaruhi oleh kebutuhan sosial, kelompok sosial, tatanan sosial, dan institusi sosial. Minat menabung dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh lingkungan sosial keluarga.⁵⁴

Menurut beberapa penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian terhadap variabel *Social Environment* terhadap minat menabung. Sayyidatul Maghfiroh⁵⁵ menyatakan

⁵¹ Pengaruh Kepercayaan and Andi Fauziah, "E-BANKING (Survei Pada Nasabah BRI Syariah Di Kota Palu)" 3, no. 1 (n.d.).

⁵² Ermawati and Sidiq, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Kcp Kendal Boja."

⁵³ Mudhori dan Rohmah, "2.+Layout++Artikel+Mudhori+Al-Muhasib."

⁵⁴ Mutia Zalila, Fakultas Ekonomi, and F E B Unidha, "Analisis Pengaruh Pengetahuan , Lingkungan Sosial Dan Pendidikan Mahasiswa Tentang Bank Syari ' Ah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syari ' Ah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Dharma Andalas Angkatan 2020-2021)" 01, no. 03 (2023): 169–85.

⁵⁵ Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah."

bahwa *Sosial Environment* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah. Lalu menurut penelitian dari Richo Rianto dan Tutiek Yoganingsih⁵⁶, menyatakan bahwa *Sosial Environment* berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Wahyuning Murniati⁵⁷ terdapat kesimpulan bahwa *Sosial Environment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah. Berdasarkan penjabaran tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : *Sosial Environment* Berpengaruh terhadap Minat Menabung



⁵⁶ Mumammad Richo Rianto and Tutiek Yoganingsih, “Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri - Bekasi.”

⁵⁷ Murniati, “Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Sebagai Mediator Dalam Hubungan Religiusitas Dan Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah.”