

**PEMBERDAYAAN PERILAKU MENABUNG DI BANK SYARIAH BERBASIS
EDUKASI KEUANGAN, NILAI RELIGIUS, DAN PENDEKATAN
PSIKOLOGIS PADA MASYARAKAT**

**Erna Sipahutar¹, Lina Wati², Tabliq Kurniawan³, Siti Kadariah⁴, Hasby Asshidiq⁵,
Putri Nazli⁶, M. Rasyid⁷**

Universitas Potensi Utama Medan, Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan
Email: ernasipahutar12@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan perilaku menabung di bank syariah melalui integrasi edukasi keuangan, penguatan nilai religius, serta pendekatan psikologis dalam membentuk perilaku individu. Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi rendahnya literasi keuangan, terbatasnya pemahaman terhadap prinsip-prinsip perbankan syariah, serta belum terbentuknya minat dan kebiasaan menabung secara berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan pengelolaan keuangan sederhana, penguatan nilai religius dalam perspektif keuangan syariah, serta pendampingan pembentukan perilaku menabung. Pendekatan yang digunakan mengintegrasikan perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia dalam memahami dan membentuk perilaku individu, psikologi dalam meningkatkan minat dan motivasi, perbankan syariah dalam menanamkan nilai religius dalam aktivitas keuangan, serta akuntansi dalam meningkatkan literasi dan kemampuan pengelolaan keuangan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pengelolaan keuangan, meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya menabung di bank syariah, serta perubahan sikap dan perilaku peserta dalam menyisihkan pendapatan secara lebih terencana. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional, berbasis nilai, dan berkelanjutan pada masyarakat.

Kata kunci: pengabdian masyarakat, perilaku menabung, bank syariah, literasi keuangan, religiusitas, perilaku individu

Abstract

This community service activity aims to empower saving behavior in Islamic banks through the integration of financial education, reinforcement of religious values, and psychological approaches in shaping individual behavior. The main problems faced by community partners include low financial literacy, limited understanding of Islamic banking principles, and the lack of sustained interest and saving habits. The program was implemented using a participatory approach through socialization, basic financial management training, reinforcement of religious values within the framework of Islamic finance, and assistance in developing saving behavior. The approach integrates the perspective of Human Resource Management in understanding and shaping individual behavior, psychology in enhancing interest and motivation, Islamic banking in embedding religious values in financial activities, and accounting in improving financial literacy and financial management capabilities. The results indicate an improvement in participants' understanding of financial management, increased awareness of the importance of saving in Islamic banks, and positive changes in attitudes and behavior in allocating income more systematically. Therefore, this activity contributes to fostering more rational, value-based, and sustainable financial behavior within the community.

Keywords: community service, saving behavior, Islamic banking, financial literacy, religiosity, individual behavior

1. PENDAHULUAN

Perilaku menabung merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan keuangan individu yang berkelanjutan. Kemampuan individu dalam menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung tidak hanya mencerminkan kondisi ekonomi, tetapi juga menunjukkan tingkat kesadaran dan kedisiplinan dalam mengelola keuangan. Namun, dalam kenyataannya, masih banyak masyarakat yang belum menjadikan menabung sebagai kebiasaan yang terencana dan konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

Permasalahan rendahnya perilaku menabung di masyarakat tidak semata-mata disebabkan oleh keterbatasan pendapatan, tetapi juga dipengaruhi oleh rendahnya literasi keuangan. Banyak individu yang belum memahami pentingnya perencanaan keuangan, pengelolaan pendapatan, serta manfaat jangka panjang dari kegiatan menabung. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek pengetahuan keuangan masih menjadi tantangan utama yang perlu ditingkatkan melalui kegiatan edukasi yang sistematis dan berkelanjutan.

Selain aspek pengetahuan, faktor psikologis juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku menabung. Minat dan motivasi individu menjadi kunci dalam mendorong seseorang untuk mengambil keputusan keuangan. Tanpa adanya dorongan internal, pengetahuan yang dimiliki tidak selalu diikuti dengan tindakan nyata. Oleh karena itu, pendekatan psikologis diperlukan untuk membangun kesadaran, minat, serta komitmen individu dalam mengelola keuangan secara lebih bijak.

Dalam konteks masyarakat yang memiliki nilai religius yang kuat, aspek keagamaan juga menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Nilai-nilai religius dapat membentuk cara pandang individu terhadap pengelolaan keuangan, termasuk dalam aktivitas menabung. Prinsip-prinsip yang terdapat dalam sistem perbankan syariah memberikan landasan bagi masyarakat untuk mengelola keuangan secara etis, adil, dan bertanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini.

Di sisi lain literasi keuangan yang berbasis akuntansi memberikan dasar rasional dalam pengambilan keputusan ekonomi. Pemahaman mengenai pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, serta perencanaan keuangan menjadi penting dalam membantu individu mengontrol kondisi keuangannya. Tanpa kemampuan tersebut, individu cenderung mengalami kesulitan dalam mengalokasikan pendapatan secara efektif, termasuk dalam kegiatan menabung.

Dalam perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), perilaku menabung dapat dipahami sebagai bagian dari perilaku individu yang dipengaruhi oleh kompetensi, nilai, dan motivasi. Individu yang memiliki kompetensi dalam bentuk pengetahuan keuangan, didukung oleh nilai yang kuat serta motivasi yang tinggi, akan lebih mampu membentuk perilaku keuangan yang positif. Dengan demikian, pendekatan MSDM menjadi relevan dalam memahami dan membentuk perilaku menabung sebagai bagian dari pengembangan kualitas individu.

Permasalahan yang dihadapi masyarakat mitra dalam kegiatan ini meliputi rendahnya pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, kurangnya kesadaran akan pentingnya menabung di lembaga keuangan syariah, serta belum terbentuknya kebiasaan menabung secara berkelanjutan. Selain itu, masyarakat juga belum sepenuhnya memanfaatkan layanan perbankan syariah sebagai alternatif dalam pengelolaan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai religius.

Berdasarkan kondisi tersebut diperlukan suatu pendekatan yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga aplikatif dan partisipatif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi salah satu upaya strategis untuk menjembatani kesenjangan antara pengetahuan dan praktik. Melalui kegiatan ini, masyarakat tidak hanya diberikan pemahaman, tetapi juga didorong untuk menerapkan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat multidisiplin dengan mengintegrasikan keilmuan MSDM, psikologi, perbankan syariah, dan akuntansi. Integrasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif, di mana aspek pengetahuan, nilai, motivasi, dan perilaku dibangun secara bersamaan. Dengan pendekatan ini, diharapkan perubahan yang terjadi tidak hanya bersifat sementara, tetapi dapat membentuk kebiasaan yang berkelanjutan.

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan masyarakat mampu meningkatkan pemahaman, membangun minat, serta membentuk perilaku menabung yang lebih terencana dan konsisten. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan literasi keuangan, tetapi juga pada pembentukan perilaku ekonomi yang lebih rasional, bernilai, dan berkelanjutan dalam kehidupan masyarakat.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat mitra tidak hanya menjadi objek, tetapi juga berperan aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi riil masyarakat, sehingga hasil yang diperoleh lebih efektif dan berkelanjutan.

Tahap awal kegiatan dimulai dengan identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi dan diskusi langsung dengan masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat pemahaman masyarakat terhadap pengelolaan keuangan, kebiasaan menabung, serta persepsi terhadap bank syariah. Hasil identifikasi ini menjadi dasar dalam merancang materi dan metode pelaksanaan kegiatan agar lebih tepat sasaran.

Selanjutnya kegiatan dilanjutkan dengan tahap perencanaan program yang meliputi penyusunan materi edukasi, metode penyampaian, serta penentuan jadwal kegiatan. Materi yang disusun mencakup aspek literasi keuangan, nilai religius dalam pengelolaan keuangan, serta pendekatan psikologis dalam membentuk minat dan motivasi menabung. Penyusunan materi ini mengintegrasikan perspektif akuntansi, perbankan syariah, psikologi, dan MSDM.

Tahap pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar kepada masyarakat mengenai pentingnya menabung dan pengelolaan keuangan. Pada tahap ini, peserta diberikan penjelasan mengenai manfaat menabung, risiko pengelolaan keuangan yang tidak terencana, serta peran lembaga keuangan dalam mendukung stabilitas ekonomi individu.

Kegiatan berikutnya adalah pelatihan pengelolaan keuangan sederhana yang berbasis pada prinsip-prinsip akuntansi. Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan cara mencatat pemasukan dan pengeluaran, menyusun anggaran sederhana, serta mengalokasikan pendapatan untuk kebutuhan konsumsi dan tabungan. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan rasional peserta dalam mengelola keuangan.

Selain itu dilakukan penguatan nilai religius melalui penyampaian materi yang berkaitan dengan prinsip-prinsip keuangan dalam perspektif perbankan syariah. Materi ini menekankan pentingnya menabung sebagai bagian dari tanggung jawab individu dalam mengelola rezeki, serta mendorong peserta untuk memanfaatkan layanan bank syariah sebagai alternatif yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan.

Pendekatan psikologis juga diterapkan dalam kegiatan ini dengan fokus pada pembentukan minat dan motivasi menabung. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya memiliki tujuan keuangan serta strategi untuk membangun kebiasaan menabung secara bertahap. Kegiatan ini juga

melibatkan diskusi dan refleksi untuk memperkuat komitmen peserta dalam mengubah perilaku keuangan.

Selanjutnya dilakukan kegiatan pendampingan sebagai bagian dari pendekatan MSDM dalam membentuk perilaku individu. Pendampingan dilakukan dengan memberikan arahan, monitoring, dan umpan balik kepada peserta dalam menerapkan kebiasaan menabung. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa perubahan yang terjadi tidak hanya bersifat sementara, tetapi dapat berkelanjutan.

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur efektivitas program yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap perubahan pemahaman, sikap, dan perilaku peserta sebelum dan setelah kegiatan. Selain itu, dilakukan juga pengumpulan umpan balik dari peserta untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan program yang telah dilaksanakan. Secara keseluruhan, metode pelaksanaan kegiatan ini dirancang secara terintegrasi dengan menggabungkan pendekatan edukatif, psikologis, religius, dan manajerial. Dengan pendekatan multidisiplin ini, diharapkan kegiatan pengabdian mampu memberikan dampak yang lebih komprehensif dalam meningkatkan perilaku menabung masyarakat secara berkelanjutan.



Gambar 1. Model Metode Pelaksanaan

2.1 REALISASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

2.1.1. Pelaksanaan/Realisasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan mengacu pada temuan empiris dalam penelitian terkait perilaku menabung di bank syariah, khususnya pada masyarakat berbasis komunitas keagamaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa faktor utama yang mempengaruhi keputusan menabung adalah pengetahuan, religiusitas, dan minat, di mana pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat.

Kegiatan dilaksanakan pada masyarakat (warga Muhammadiyah di kota Medan) dengan jumlah peserta sebanyak 103 orang yang memiliki karakteristik serupa dengan objek penelitian, yaitu masyarakat dengan latar belakang religius dan keterikatan komunitas yang kuat. Hal ini penting karena dalam penelitian ditemukan bahwa pendekatan berbasis komunitas lebih efektif dibandingkan promosi umum.

1. Tahap Identifikasi Kondisi Awal Peserta

Pada tahap awal dilakukan identifikasi kondisi peserta melalui diskusi dan tanya jawab. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa:

- Sebagian peserta telah memiliki pengetahuan dasar tentang bank syariah
- Namun belum memahami secara menyeluruh terkait produk, akad, dan manfaatnya
- Masih terdapat peserta yang belum memiliki rekening bank syariah

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa meskipun 79% responden memiliki pengetahuan yang baik, masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memahami secara komprehensif.

2. Tahap Edukasi Literasi Keuangan Syariah

Kegiatan dilanjutkan dengan pemberian materi edukasi yang berfokus pada:

- Konsep dasar perbankan syariah (larangan riba, gharar, maysir)
- Perbedaan bank syariah dan konvensional
- Produk dan akad dalam bank syariah

Materi ini diberikan karena penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan yang lebih baik akan meningkatkan keputusan menabung. Edukasi dilakukan secara interaktif agar peserta tidak hanya memahami secara teoritis, tetapi juga secara praktis.

3. Tahap Peningkatan Minat Menabung (Pendekatan Psikologis)

Pada tahap ini dilakukan pendekatan motivasi untuk meningkatkan minat menabung peserta. Kegiatan meliputi:

- Penetapan tujuan keuangan (tabungan pendidikan, darurat, dll)
- Diskusi pengalaman peserta terkait menabung
- Pemberian strategi membangun kebiasaan menabung

Hal ini didasarkan pada teori bahwa minat dipengaruhi oleh faktor kebutuhan, sosial, dan emosional, sehingga pendekatan yang digunakan tidak hanya kognitif tetapi juga psikologis.

4. Tahap Penguatan Nilai Religius

Pendekatan religius dilakukan dengan menanamkan bahwa:

- Menabung merupakan bagian dari pengelolaan amanah rezeki
- Bank syariah sesuai dengan prinsip Islam
- Menghindari riba merupakan bagian dari kepatuhan agama

Penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berperan dalam membentuk preferensi terhadap bank syariah dan mendorong keputusan menabung .

5. Tahap Pendampingan dan Praktik

Pada tahap ini peserta diberikan:

- Simulasi pencatatan keuangan sederhana
- Latihan penyusunan anggaran
- Pendampingan dalam merencanakan tabungan

Pendampingan dilakukan sebagai implementasi pendekatan perilaku, karena keputusan menabung merupakan hasil dari proses bertahap mulai dari kebutuhan, informasi, hingga tindakan.

6. Tahap Evaluasi Awal Kegiatan

Evaluasi dilakukan melalui diskusi reflektif dengan peserta. Hasil sementara menunjukkan:

- Peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang bank syariah
- Peserta mulai memiliki kesadaran pentingnya menabung
- Muncul minat untuk membuka rekening tabungan

Hal ini sesuai dengan temuan penelitian bahwa peningkatan pengetahuan dan pemahaman akan mendorong keputusan menabung secara lebih aktif.

3. PEMBAHASAN

3.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pendekatan edukasi berbasis literasi keuangan syariah yang dikombinasikan dengan pendekatan religius dan psikologis mampu meningkatkan pemahaman serta kesadaran peserta terhadap pentingnya menabung di bank syariah.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep dasar perbankan syariah, termasuk prinsip larangan riba, jenis produk, serta mekanisme akad. Sebelum kegiatan, sebagian peserta hanya memiliki pengetahuan umum, namun belum memahami secara mendalam aspek teknis dan manfaatnya. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, dengan nilai statistik yang menunjukkan signifikansi tinggi . Artinya, semakin baik tingkat pengetahuan seseorang, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah.

Selain itu data dalam penelitian juga menunjukkan bahwa mayoritas responden (sekitar 77–84%) telah memahami aspek administratif dan dasar perbankan syariah, namun masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memiliki pemahaman menyeluruh . Kondisi ini juga ditemukan dalam kegiatan pengabdian, di mana edukasi yang diberikan mampu menutup kesenjangan pengetahuan tersebut. Dengan demikian, kegiatan edukasi yang dilakukan terbukti relevan sebagai strategi peningkatan literasi keuangan syariah di masyarakat.

3.2 Peran Minat dalam Mendorong Perilaku Menabung

Selain pengetahuan, faktor minat juga menjadi aspek penting dalam mendorong perilaku menabung. Dalam kegiatan ini, pendekatan motivasional yang dilakukan melalui diskusi kebutuhan finansial, pengalaman pribadi, serta tujuan masa depan terbukti mampu meningkatkan ketertarikan peserta terhadap aktivitas menabung. Secara teoritis minat dipengaruhi oleh faktor kebutuhan,

sosial, dan emosional yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan . Hal ini terlihat dalam kegiatan, di mana peserta mulai menunjukkan kesadaran akan pentingnya menabung untuk kebutuhan masa depan seperti pendidikan, kesehatan, dan dana darurat.

Namun demikian berdasarkan temuan penelitian, minat tidak selalu berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan antara pengetahuan dan keputusan menabung . Artinya, meskipun minat meningkat, keputusan menabung lebih banyak dipengaruhi langsung oleh tingkat pengetahuan individu. Dengan kata lain, minat berfungsi sebagai faktor pendukung, tetapi bukan faktor utama dalam menentukan keputusan menabung.

3.3 Peran Religiusitas dalam Membentuk Preferensi Keuangan

Pendekatan religius yang diberikan dalam kegiatan ini juga menunjukkan pengaruh terhadap cara pandang peserta terhadap bank syariah. Peserta mulai memahami bahwa penggunaan layanan keuangan syariah merupakan bagian dari implementasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berperan dalam membentuk preferensi individu terhadap sistem keuangan berbasis syariah, terutama dalam menghindari praktik riba . Dalam kegiatan ini, nilai religius menjadi faktor penguat (reinforcement) yang meningkatkan keyakinan peserta dalam memilih bank syariah. Namun demikian, religiusitas tidak selalu secara langsung mempengaruhi keputusan menabung apabila tidak didukung oleh pemahaman yang memadai. Oleh karena itu, integrasi antara edukasi (pengetahuan) dan nilai religius menjadi pendekatan yang paling efektif.

3.4 Efektivitas Pendekatan Berbasis Komunitas

Kegiatan ini menggunakan pendekatan berbasis komunitas, di mana peserta berasal dari lingkungan sosial yang memiliki kesamaan nilai dan budaya. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi dan penerimaan materi. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa promosi atau edukasi yang tidak berbasis komunitas cenderung kurang efektif karena tidak mampu menjangkau kebutuhan spesifik masyarakat . Sebaliknya, pendekatan komunitas memungkinkan terjadinya interaksi sosial yang lebih intens dan membangun kepercayaan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan sosial.

3.5 Integrasi Multidisiplin dalam Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini juga menunjukkan pentingnya pendekatan multidisiplin dalam meningkatkan keputusan menabung masyarakat, yaitu:

- Akuntansi → melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana
- Ekonomi Syariah → melalui pemahaman prinsip dan produk bank syariah
- Psikologi → melalui pembentukan minat dan motivasi
- Manajemen SDM → melalui pendampingan dan pembelajaran partisipatif

Integrasi ini memperkuat hasil kegiatan karena keputusan menabung merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor, baik kognitif, afektif, maupun sosial.



Gambar 1.1 Gambar Dokumentasi Kegiatan PkM

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan menunjukkan bahwa pendekatan edukasi keuangan syariah yang terintegrasi dengan penguatan nilai religius dan pendekatan psikologis mampu meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kecenderungan perilaku menabung masyarakat di bank syariah. Peningkatan ini terlihat dari perubahan pemahaman peserta terhadap konsep perbankan syariah, manfaat menabung, serta pentingnya pengelolaan keuangan yang terencana.

Pengetahuan menjadi faktor utama yang mendorong perubahan perilaku menabung. Peserta yang sebelumnya memiliki pemahaman terbatas mengenai produk dan mekanisme bank syariah menunjukkan peningkatan pemahaman setelah mengikuti kegiatan. Hal ini berdampak pada munculnya kesiapan dan kecenderungan peserta untuk mulai menabung di bank syariah. Selain itu, pendekatan psikologis yang berfokus pada pembentukan minat dan motivasi turut memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran peserta. Minat yang terbentuk mendorong peserta untuk mulai memikirkan tujuan keuangan dan pentingnya menyisihkan pendapatan secara rutin. Meskipun demikian, minat lebih berperan sebagai faktor pendukung dibandingkan faktor utama dalam pengambilan keputusan menabung.

Penguatan nilai religius juga memberikan dampak positif dalam membentuk preferensi peserta terhadap bank syariah. Peserta menjadi lebih memahami bahwa aktivitas menabung tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga merupakan bagian dari implementasi nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, pendekatan berbasis komunitas dan

pendampingan yang dilakukan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi dan keberhasilan program. Keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan mendorong terbentuknya kesadaran dan komitmen yang lebih kuat dalam mengubah perilaku keuangan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi keilmuan Manajemen Sumber Daya Manusia, psikologi, perbankan syariah, dan akuntansi mampu memberikan pendekatan yang komprehensif dalam memberdayakan perilaku menabung masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap dan perilaku keuangan yang lebih rasional, bernilai, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A.Anwar Prabu Mangkunegara. (2005). Perilaku Konsumen. PT. Refika Aditama. Abey Francis. (2024). Howard Sheth Model of Consumer Behavior. <https://www.mbaknol.com/marketing-management/howard-sheth-model-of-consumer-behavior/>
- Aisya, S., & Riyadi, A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Journal of Islamic Economic and Business*, 02(2), 16–33.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T?via%3>
- Dihub Akmal, R. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di bank syariah [Universitas Brawijaya Malang]. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/202075/3/>
- Robby Akmal.pdf Alfani, H. M. & R. (2022). Pengaruh Religiusitas Mahasiswa Universitas Islam. In *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* (Vol. 5, Issue X).
- Allport, G. W. (1950). *The Individual and His Religion: A Psychological Interpretation*. Macmillan.
- Ambar. (2018). Teori AIDDA dalam Periklanan – Pengertian – Penerapan. PakarKomunikasi.https://pakarkomunikasi.com/teori-aidda-dalam-periklanan?utm_com
- Ancok, D dan Suroso, F. N. (2001). Psikologi Islami. Penerbit Pustaka Pelajar.
- Apriani, D. E. A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Pengetahuan Masyarakat Kelurahan Pasar Tebing Tinggi Tentang Bank Syariah. Institut Agama Islam Negeri Iain Curup.
- Ardiyanto.Widana, G. O. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Religiusitas , dan Bauran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 10(03), 3096–3108.
- Ardyansyah, Farid. Agustin, N. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Religiusitas dan Pendapatan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik. *JASIE*, 02(02), 40–56.

- Azzahra, F. S. (2023). Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Warga RT 15 Palmerah Utara Jakarta Barat) [UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74947/1/>
- FIGA SARI AZZAHRA-FDK.pdf Bagus, M., Wibowo, S., Iqbal, M., & Info, A. (2021). Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 93–106. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/malia/article/view/2795/2023>
- Barizah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Kcp Rembang Sudirman) [UIN Walisongo Semarang]. https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21430/1/Skripsi_1905036038_Ani_matul_Barizah_Lengkap.pdf
- Batson, C. D., Schoenrade, P., & Ventis, W. L. (1993). *Religion and the Individual: A Social-Psychological Perspective*. Oxford University Press.
- Bella, S., & Faizal, M. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jimpa*, 3 No.1, 125–144.
- Burhanudin, H. (2023). Pengaruh Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sukoharjo Kartasura (Studi pada Mahasiswa/i UIN Raden Mas Said Surakarta). UIN Raden Mas Said.
- Development, N. (2025). Pengertian Minat menurut Para Ahli. Nsd.Co.Id. <https://nsd.co.id/posts/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html>
- Ernestivita, G. (2016). Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucorinvers Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Manajemen, Nusantara Aplikasi Bisnis*, 1(2), 10–20. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v%0A1i2.455>
- Eva Mardiana, dkk. (2021). Analisis religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah kota pekanbaru. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4(November), 512–520.
- Fadilah, D., Nasution, R. A., & Affandi, I. (2022). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Motif Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah. *Polmed*, 3(2), 100–109. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/1001/542>
- Firmansyah, Arief Muhammad. Syarifuddin. Gani, N. . R. M. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. *IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2), 18–36.
- Fowler, J. W. (1981). *Stages of Faith: The Psychology of Human Development and the Quest for Meaning*. Harper & Row.
- Ghozali, Imam. Chariri, A. (2022). *Teori Akuntansi Edisi 3*.

Penerbit UNDIP.

Glock, C. Y., and R. S. (1965). *Religion and Society in Tension*. Rand McNally.

Gramedia Blog. (2021). Pengertian Promosi (Promotion): Pengertian Dari Ahli, Jenis, dan Contohnya. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-promosi/> Gramedia.Com.

Habibah, A. dkk. (2021). Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec . Tebo Ulu). 1(1), 44–57.

Harahap, A. R. N. H. U. (2023). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kec. Air. EMBA, 4(2016), 1384–1400. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ebma/article/view/4438/3343>

Hastuti Olivia, dkk. (2023). Analisis Bibliometrik Terhadap Pembayaran Mudharabah Di Perbankan Syariah Menggunakan VOS Viewer (Studi Literatur 2018-2023) Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah. 2(April), 51–65.

Herawati, dkk. (2020). Pengaruh Promosi dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah : Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 89–109.

Hikmah, Y. (2020). Literasi Keuangan pada Siswa Sekolah Dasar di Kota Depok, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 103-108.

Huber, Stefan, & Huber, O. W. (2012). The Centrality of Religiosity Scale+z(CRS) Religions, 3(3). *kajianpustaka.com*. (2021). Fungsi, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas.

Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/fungsi-dimensi-dan-faktor-yang-mempengaruhi-religiusitas.html>

Kotler, Philip. Armstrong, G. M. (2014). *Principles of Marketing*. https://books.google.co.id/books/about/Principles_of_Marketing.html?id=CK6HMQEACAAJ&redir_esc=y

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran* (IKAPI (ed.)).

Kotler, P. (2016). *A framework for marketing management*. Boston : Pearson Education.

Leyli Dwi Aprilia, D. (2023). Saving Behavior with Self Control as a Moderation Variable in Private Employees in Sidoarjo City. *Researchgate*. researchgate.net/publication/373374565_Saving_Behavior_with_Self_Control_as_a_Moderation_Variable_in_Private_Employees_in_Sidoarjo_City

- Maftukhah, A. (2015). Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan). *Jurnal Islaminomic*.https://media.neliti.com/media/publications/267926_pengetahuan-konsumen-dan-keputusan-menja-f9b010f4.pdf
- Matondang, A. (2018). Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(2), 24–32.
- Mawardi. (2018). Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang. Vol. 4, No, 43–52.
- Mislaili, dkk. (2024). Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Dusun Sukarara Desa Sukarara Kecamatan Sakra Barat). *Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 21–29.
- Muhlis. Arifai, Samsul. Sudirman. Ismawati, Hafisah, St. Umar, S. (2023). Analisis Faktor Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Preferensi Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika (JBMI)*, 20(2).
<https://doi.org/10.26487/jbmi.v20i2.25178>
- Mussardo, G. (2019). Pandaun Cara Pemberian Skor dan Analisis untuk Kesejahteraan Manusia. *Statistical Field Theor* (Vol. 53).
- Mustansyir, R. (2002). *Ilmu Filsafat*. Pustaka Pelajar.
- Muthoharoh, I. A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2020).
- Nasser, F. A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas Siswa SMP Negeri 2 Kota Magelang. *Unversitas Muhammadiyah Magelang*.
- Novian, H., Anwar, M. W., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 9(03), 4082–4091.
- Nugroho, Robertus Andy. Lubis, Nawazirul . EP, A. (2014). Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Tabungan Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Semarang Pattimura. *Jurnalx*.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+Produk+dan+Promosi+Terhadap+Keputusan+Menabung+Tabungan+Simpedes+di+PT.+Bank+Rakyat+Indonesia+%28PERSERO%29+Tbk.+Cabang+Semarang+Pattimura+&btnG=
- Nurhidayah, D. E. (2023). Pengaruh Pengetahuan Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Santri Ma'had Al-Jami'ah Darul Hikmah Iain Kediri) [Institut Agama Islam Negeri Kediri].
https://etheses.iainkediri.ac.id/12704/9/934221619_prabab.pdf

- Paul, Peter J, dan J. O. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Philip Kotler. (2004). *Marketing Managemen*. Fifth Edition.
- Pratama, A. N. (2024). Pengaruh Promosi Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Menabung Pada Mahasiswa Uin Malang Yang Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Moderasi. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Putri, D. A. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan Bsm Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang Oleh. UIN Raden Fatah.
- Rachmatullah, D. P. (2021). Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah: Studi pada generasi milenial di Indonesia. 123dok.com. <https://123dok.com/document/yr022pjy-pengaruh-literasi-keuangan-religiusitas-kualitas-pelayanan-keputusan-indonesia.html>
- Rachmawati, I. (2017). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk Dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank BRI Syariah di Surabaya.
- Rukmana, D. F. (2021). Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Perbankan Syariah di Surakarta). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sabrina, R. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Dr. Emilda)*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=LyS36doAAAAJ&citation_for_view=LyS36doAAAAJ:Y0pCki6q_DkC
- Saptria, E. D. (2024). Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Pekalongan). Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Saputra, A. E. (2022). Pengaruh Pengetahuan , Promosi , Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening. *JALHu: Jurnal Al-Mujaddid Humaniora*, 8(April), 8–20.
- Sari Maya, dkk. (2020). Model Empiris Peningkatan Kepuasan Dan Niat Beli Konsumen Dalam Pemilihan Online Shop Instagram. 10(2), 249–265.
- Shaid, J. N. (2022). Apa Itu Manajemen: Pengertian, Fungsi, dan Tujuannya. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/02/09/072757826/apa-itu-manajemen-pengertian-fungsi-dan-tujuannya?page=all>
- Siswanto. (2005). *Pengantar manajemen*.
- Slameto. (2015). *Belajar dan Faktor-Faktor Yg Mempengaruhinya*. PT, Rineka Cipta.

- Soraya, L. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media. VI, 10–23.
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Ghalia Indonesia.
- Suparni, N. A., Hasanah, S., & Widowati, Analisis pengaruh religiusitas, tingkat pendapatan, lingkup pergaulan dan reputasi bank terhadap keputusan menabung pada bank syariah di kota semarangM. (2024). Analisis pengaruh religiusitas, tingkat pendapatan, lingkup pergaulan dan reputasi bank terhadap keputusan menabung pada bank syariah di kota semarang. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 9, 315–334. <https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esha/article/view/1081/441>
- Supiani, Rahmat. Fawza. Budiman, F. (2021). Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. In *Journal Islamic Banking and Finance* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.uinmybatusangkar.ac.id/ojs/index.php/Albank/article/view/2618/1944>
- Suriasumantri, Jujun, S. (1990). Ilmu Filsafat. Pustaka Sinar Harapan.
- Tirtayasa, S. (2023). Manajemen Pemasaran Dalam Memoderasi Minat Beli Mobil listrik. UMSU Press.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian : Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. 5(1), 67–86.
- Widiana, M. E. (2020). Buku Ajar Pengantar Manajemen (M. S. Dr. Yudi Sutarso, S.E. (ed.); penapersad). CV. Pena Persada. [http://eprints.ubhara.ac.id/1291/1/E-Book Pengantar Manajemen.pdf](http://eprints.ubhara.ac.id/1291/1/E-Book_Pengantar_Manajemen.pdf)
- wikipedia. (2025). Theory of planned behavior.
- Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Theory_of_planned_behavior
- Yulia Putri dkk. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Zahra, A. E., Fursiana, M., Musfiroh, S., & Kaukab, M. E. (2024). Faktor determinan keputusan menabung dengan minat sebagai variabel intervening. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 08, 29–49.