

Pengaruh persepsi dan literasi nasabah terhadap minat menabung pada Pt BPR BKK Tasikmadu (Perseroda)

Rini Dwi Hastuti^{1)*}, Agus Marimin²⁾, Sumadi³⁾

¹²³Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email: rinni.santoso@gmail.com^{1)*}

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah dan literasi keuangan terhadap minat menabung dalam proses konversi PT BPR BKK Tasikmadu (Perseroda) menjadi BPRS. Proses analisis difokuskan pada pengaruh masing-masing variabel serta pengaruh keduanya secara bersama-sama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Dari total populasi 590 nasabah, terdapat 100 responden yang digunakan sebagai sampel melalui teknik *simple random sampling*. Data tersebut dianalisis menggunakan aplikasi SPSS menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikansi 0,003. Literasi keuangan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, nasabah dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai *Adjusted R Square* mencapai 0,685 menunjukkan bahwa 68,5% variasi minat menabung dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yang diuji. Sedangkan 31,5% varian dijelaskan oleh faktor di luar penelitian ini.

Kata Kunci: literasi keuangan; minat menabung; persepsi.

Abstract

This study examined the influence of customer perception and financial literacy on saving interest during the conversion of PT BPR BKK Tasikmadu (Perseroda) into an Islamic Rural Bank (BPRS). The analysis focused on the effect of each variable individually as well as their simultaneous effect. This research used a quantitative approach based on primary data collected through questionnaire distribution. From a total population of 590 customers, 100 respondents were selected as the sample using simple random sampling. The data were analyzed using SPSS through validity testing, reliability testing, classical assumption testing, and hypothesis testing. The results showed that customer perception had a positive and significant effect on saving interest with a significance value of 0.003. Financial literacy also showed a positive and significant effect with a significance value of 0.000. Simultaneously, both variables significantly influenced saving interest with a significance value of 0.000. The Adjusted R Square value of 0.685 indicates that 68.5% of the variation in saving interest can be explained by the two independent variables tested, while the remaining 31.5% is influenced by factors outside this study.

Keywords: financial literacy; interest in saving; perception.

Pendahuluan

Lembaga keuangan menempati posisi strategis dalam memediasi masyarakat yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana (Cahyono et al., 2025). Lembaga keuangan menjalankan peran tersebut melalui beberapa fungsi. Salah satunya adalah menyediakan layanan bagi masyarakat untuk mengelola kebutuhan finansial. Seiring perkembangan zaman, lembaga keuangan syariah menjadi salah satu opsi bagi masyarakat untuk mengelola keuangan.

PJOK Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2024 mewajibkan pengkonsolidasian BPR dan BPRS

yang berada dalam satu kepemilikan. Konsolidasi dapat dilakukan melalui merger atau peleburan dengan batas waktu 3 tahun sejak peraturan tersebut diberlakukan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Kebijakan ini dicetuskan untuk memperkuat struktur dan daya saing industri perbankan. Dengan begitu, stabilitas ekonomi nasional akan meningkat. Selain itu, regulasi ini sejalan dengan kebijakan Single Presence Policy yang membatasi satu pihak pengendali agar hanya memiliki satu jenis bank. Maka, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah tidak mungkin lagi mempertahankan kepemilikan 33 BPR BKK secara terpisah, melainkan harus meleburkannya menjadi satu entitas (Tyas, 2022). BPR BKK Syariah Jateng merupakan rencana strategis Pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk menggabungkan 33 BPR BKK (Bank Perekonomian Rakyat Badan Kredit Kecamatan) se-Jawa Tengah menjadi satu Bank Syariah besar.

PT BPR BKK Tasikmadu (Perseroda) akan beralih status menjadi bagian dari Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) hasil konsolidasi seluruh BPR BKK se-Jawa Tengah (Tyas, 2022). Proses ini merupakan inisiatif Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan ditargetkan selesai pada tahun 2026 atau 2027. Meskipun pertumbuhan BPRS cukup tinggi, kiprah BPRS masih kurang dikenal luas oleh masyarakat dibandingkan BPR konvensional. Hal ini menjadi tantangan dalam memasarkan produk dan menarik nasabah baru yang bertransformasi dari sistem konvensional ke sistem syariah. Perubahan lembaga tersebut berkaitan dengan pergantian sistem operasional dan proses penyesuaian perilaku masyarakat terhadap layanan tersebut. Terkait adanya konversi dari bank konvensional menjadi bank Syariah, salah satu produk bank, yaitu tabungan, juga mengalami perubahan dan memerlukan adaptasi dari pegawai maupun nasabah (Muliana, 2024).

Untuk meningkatkan minat menabung, terdapat faktor yang perlu dipahami, terlebih pada kondisi akan diadakan konsolidasi bank (Mufaini et al., 2024). Faktor yang dinilai penting dalam hal ini adalah persepsi dan literasi keuangan Syariah. Persepsi merupakan salah satu cara masyarakat menilai atau memandang sebuah produk atau objek berdasarkan pengalaman atau informasi yang diperoleh (Sholikin et al., 2021). Dengan adanya persepsi yang positif, diharapkan nasabah akan mengalami peningkatan minat untuk menabung di bank syariah.

Minat menabung pada suatu lembaga keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyono et al. (2025) menunjukkan bahwa pengetahuan, budaya, dan religiusitas dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa penyimpanan uang. Suprihati et al. (2021) menyatakan bahwa minat menabung masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah tidak muncul begitu saja. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa minat setiap orang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Selain dipengaruhi oleh keadaan ekonomi, proses tersebut juga dipengaruhi oleh aspek sosial, pengetahuan, dan nilai yang dianut. Maka, kajian terkait faktor yang mempengaruhi minat menabung perlu dilakukan agar hasilnya dapat dijadikan dasar dalam penentuan strategi manajemen lembaga.

Persepsi merupakan pandangan yang terbentuk dari seluruh informasi yang dimiliki seseorang (Jayanti & Arista, 2018). Persepsi menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi munculnya minat. Hal tersebut terjadi karena setiap individu dapat memaknai informasi dengan cara yang berbeda, sehingga membentuk minat yang berbeda pula. Persepsi mampu menghasilkan perbedaan dalam mencerna informasi sehingga membentuk minat seseorang. Kurangnya pengetahuan menyebabkan persepsi yang tidak tepat, seperti anggapan bahwa BPRS sama persis dengan BPR konvensional, hanya berbeda nama atau label "syariah" saja. Ada juga persepsi yang menganggap BPRS masih mengandung unsur bunga (riba), meskipun BPRS beroperasi berdasarkan prinsip syariah (bagi hasil).

Selanjutnya literasi keuangan mampu mencerminkan konsep keuangan dasar yang dipahami oleh masyarakat atau nasabah (Kinanti & Wikartika, 2025). Masyarakat dengan literasi keuangan

yang tinggi akan memahami konsep dasar tentang pentingnya menabung. Selain itu dapat memahami manfaat serta mampu mengendalikan pengeluaran, sehingga memiliki kecenderungan lebih besar untuk menyisihkan sebagian pendapatannya.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi dan literasi keuangan memengaruhi minat untuk menabung. Namun, terdapat penelitian lain yang menunjukkan adanya inkonsistensi. Penelitian terdahulu oleh Afiah (2016); Melita (2020); Munajim et al. (2022); dan Novitri et al. (2023) menyatakan bahwa persepsi berdampak positif dan signifikan terhadap minat menabung. Di sisi lain, terdapat hasil penelitian yang berbeda, sebagaimana ditunjukkan oleh Dela (2025), bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Selain itu, penelitian oleh Nurrohmah & Purbayati (2020); Sadiyah & Puspa (2024); dan Tulwaidah et al. (2023) menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak terhadap minat menabung. Namun demikian, Dela (2025) juga menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi temuan atau research gap terkait persepsi dan literasi keuangan terhadap minat menabung. Maka, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengkaji kembali pengaruh variabel persepsi dan literasi keuangan terhadap minat menabung pada BPRS (hasil konsolidasi dan konversi BPR menjadi BPRS).

Perbedaan hasil penelitian dapat disebabkan oleh karakteristik responden, lokasi penelitian tingkat pemahaman masyarakat, maupun keberagaman kondisi sosial ekonomi. Variasi data tersebut menyebabkan hasil yang tidak selalu konsisten. Oleh karena itu, pengujian ulang terhadap variabel persepsi dan literasi keuangan masih relevan untuk dilakukan. Terkhusus dalam konteks perubahan lembaga konvensional menjadi lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan uraian di atas, maka persepsi dan literasi merupakan dua faktor yang saling berhubungan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada minat masyarakat atau nasabah terhadap kegiatan menabung di BPRS pasca konsolidasi. Hal ini diharapkan dapat membantu membentuk perilaku masyarakat atau nasabah untuk menabung. Selain itu, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi lembaga keuangan dalam merumuskan kebijakan sebagai upaya konsolidasi.

Kajian Teori

Persepsi

Persepsi adalah proses psikologis dalam pembentukan sikap dan perilaku seseorang terhadap suatu objek. Menurut Tonce & Rangga (2022), persepsi yaitu sebuah proses yang memungkinkan seseorang menginterpretasikan kesan dan mengorganisir informasi dari lingkungan sekitarnya. Sejalan dengan itu, Kotler (2012) memaknai persepsi sebagai proses munculnya penilaian seseorang terhadap informasi atau rangsangan yang diterima melalui informasi yang diterima sehingga membentuk anggapan tertentu. Dengan demikian, persepsi mencakup proses menerima informasi sekaligus menafsirkan informasi dengan mempertimbangkan pengalaman, pengetahuan, serta kondisi psikologis seseorang.

Dalam dunia perbankan, persepsi nasabah memiliki posisi yang dapat menentukan perilaku dan keputusan dalam perencanaan keuangan seseorang. Persepsi muncul dari pengalaman, informasi, serta penilaian nasabah terhadap produk dan layanan lembaga. Penilaian tersebut dapat terbentuk melalui kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, keamanan, hingga citra lembaga. Ketika nasabah merasakan kenyamanan yang diberikan oleh lembaga, kepercayaan nasabah juga akan meningkat sehingga mendorong minat untuk menggunakan produk dan layanan lembaga tersebut.

Thoha (2012) menyatakan bahwa persepsi dipengaruhi oleh dua kelompok faktor. Faktor tersebut

mencakup faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berkaitan dengan kondisi dalam diri individu, seperti tingkat pemahaman, motivasi, dan karakter kepribadian. Sementara itu, faktor eksternal berasal dari rangsangan di luar individu seperti intensitas, ukuran, perbedaan, pengulangan, pergerakan, dan unsur kebaruan. Kedua faktor ini saling berinteraksi dan membentuk pemahaman seseorang. Maka, persepsi setiap individu dapat berbeda karena dipengaruhi oleh kondisi internal dan lingkungan.

Literasi

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan seseorang untuk memahami, mengelola, dan mengambil keputusan terkait urusan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pemahaman ini tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan terkait produk, melainkan juga mencakup kemampuan menerapkan nilai-nilai syariah dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Literasi keuangan melibatkan aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap individu dalam mengelola keuangan. Menurut El Ikhwan (2023), literasi keuangan syariah diartikan sebagai kompetensi seseorang dalam mengelola sumber daya keuangan berdasarkan ajaran Islam dengan memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap keuangan.

Literasi keuangan adalah salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh masyarakat agar mampu mempertahankan kesejahteraan dalam sistem keuangan yang semakin kompleks. Kemampuan ini membantu individu memahami berbagai produk dan layanan keuangan, termasuk layanan perbankan syariah. Remund (2010) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu: (1) Pengetahuan, merupakan salah satu aspek yang harus dimiliki seseorang dalam konsep literasi keuangan agar dapat mengelola keuangan dengan baik. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahaterannya. (2) Kemampuan: seseorang dengan tingkat literasi yang tinggi mampu membuat keputusan keuangan yang lebih baik. Pengambilan keputusan menjadi salah satu yang paling penting dalam konteks literasi keuangan. (3) Kepercayaan, tidak semua orang mampu meningkatkan kepercayaan diri saat merencanakan kebutuhan jangka panjang.

Minat Menabung

Perilaku seseorang dalam mengambil keputusan dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis, salah satunya adalah minat. Chaplin (2008) menyatakan bahwa minat adalah suatu sikap yang berlangsung secara berkepanjangan sehingga mengarahkan perhatian individu pada suatu objek. Dalam konteks ekonomi dan perbankan, minat menabung dapat didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk menyisihkan sebagian pendapatannya dalam bentuk simpanan di lembaga keuangan. Ketertarikan seseorang untuk menabung dapat dibentuk melalui penilaian terhadap manfaat, keamanan, dan kesesuaian produk layanan perbankan oleh kebutuhannya.

Crow (1984) menyatakan bahwa terdapat beberapa sebab yang mempengaruhi timbulnya minat. Pertama, faktor kebutuhan dari dalam diri. Dengan dorongan individu untuk memenuhi kebutuhan dasar, individu memiliki minat untuk melakukan aktivitas tertentu yang sesuai. Kedua, faktor motif sosial. Hal tersebut berkaitan dengan keinginan individu untuk diterima dan diakui oleh lingkungan. Hal tersebut dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan melalui berbagai aktivitas sosial, seperti bekerja, memperoleh status, serta mendapatkan perhatian dan penghargaan. Ketiga, faktor emosional seseorang. Faktor ini sangat menentukan terbentuknya minat menabung. Keberhasilan dalam suatu aktivitas dapat memperkuat minat individu pada suatu bidang. Sebaliknya, kegagalan dapat mengurangi minat individu terhadap suatu aktivitas.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer. Data

tersebut dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 590 nasabah. Sampel yang digunakan 100 responden yang ditentukan melalui teknik *simple random sampling*. Pengukuran data responden menggunakan *skala likert* dengan rentang 1 sampai 5. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu persepsi dan literasi keuangan. Variabel persepsi diukur menggunakan indikator sistem bagi hasil, transparansi transaksi, serta pelayanan lembaga perbankan. Variabel literasi keuangan menggunakan indikator pemahaman mengenai riba, prinsip-prinsip syariah, sistem bagi hasil, dan pengetahuan terkait produk perbankan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah minat menabung. Variabel minat menggunakan indikator pengetahuan agama, faktor lingkungan, dan dorongan dari dalam diri individu. Data diolah menggunakan aplikasi SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan secara parsial dan simultan.

Hasil dan Pembahasan

Pemahaman terkait karakteristik responden perlu dilakukan sebelum melakukan analisis deskriptif variabel. Karakteristik responden memberikan gambaran lengkap terkait kondisi responden sehingga peneliti dapat menafsirkan hasil penelitian secara lebih tepat. Dalam penelitian ini, karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, profesi, dan tingkat pendapatan. Informasi terkait karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	57	57%
2	Laki-laki	43	43%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Tabel 4.1 memperlihatkan bahwa mayoritas responden merupakan perempuan dengan persentase sebesar 57%. Sedangkan responden laki-laki berjumlah 43%. Data tersebut mengindikasikan bahwa keterlibatan perempuan dalam kegiatan perempuan lebih dominan dibanding laki-laki. Dominasi tersebut menandakan bahwa perempuan memiliki perhatian yang lebih tinggi terhadap aktivitas keuangan, terutama menabung. Selain itu, perempuan cenderung lebih aktif dalam mengelola keuangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa wanita cenderung lebih memperhatikan pengelolaan yang terencana.

Tabel 2. Deskripsi Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	20–30 Tahun	31	31%
2	31–40 Tahun	53	53%
3	41–50 Tahun	16	16%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Berdasarkan data pada tabel 2, sebagian besar responden berada pada rentang usia 31-40 tahun dengan persentase 53%. Responden usia 20-30 tahun tercatat sebesar 31%, sedangkan responden berusia 41-50 tahun sebanyak 16%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia produktif. Kelompok tersebut umumnya memiliki aktivitas pekerjaan yang tinggi. Tingginya kebutuhan finansial pada usia tersebut mendorong masyarakat untuk memanfaatkan layanan perbankan dalam mengelola keuangan.

Tabel 3. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SLTA	18	18%
2	Diploma	21	21%
3	S1	55	55%
4	S2	6	6%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Data pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh lulusan S1 sebanyak 55%. Selanjutnya responden lulusan diploma sebesar 21%, lulusan SLTA sebesar 18%, dan lulusan S2 sebesar 6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari latar belakang pendidikan yang tinggi dan memadai. Hal tersebut memungkinkan responden untuk memahami informasi terkait pengelolaan keuangan dan produk perbankan dengan lebih baik sehingga meningkatkan minat menabung.

Tabel 4. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pegawai Swasta	63	63%
2	Pengusaha	21	21%
3	PNS/BUMN	16	16%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Data pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berkerja sebagai pegawai swasta dengan persentase sebesar 63%. Selain itu, responden yang berprofesi sebagai pengusaha mencapai 21%. Sedangkan responden yang bekerja sebagai PNS/BUMN sebesar 16%. Keadaan tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan yang relatif tetap sehingga mampu mengelola keuangan secara teratur dan terencana. Stabilitas pendapatan cenderung mendorong minat responden untuk menabung.

Tabel 5. Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	2–4 Juta	49	49%
2	4–7 Juta	42	42%
3	>7 Juta	9	9%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Data pada Tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendapatan sebesar 2-4 juta rupiah, yaitu sebanyak 49%. Selanjutnya, responden dengan pendapatan 4-7 juta rupiah sebanyak 42%, dan >7 juta rupiah sebanyak 9%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden didominasi oleh kelompok ekonomi menengah. Pendapatan tersebut mempengaruhi kemampuan dalam mengelola keuangan. Responden dengan pendapatan yang stabil cenderung menabung sebagai perencanaan keuangan.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi

Keterangan	Nilai
KMO	0,833
Bartlett's Test Sig.	0,000
Total Variance Explained	52,482%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Berdasarkan hasil pengujian validitas, variabel persepsi tercatat memiliki nilai KMO sebesar 0,833, yang lebih besar dari 0,5. Seluruh item pertanyaan mencapai nilai *loading factor* di atas 0,4. Maka, tiap item pertanyaan pada variabel persepsi dinyatakan valid dan layak digunakan.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

Keterangan	Nilai
KMO	0,856
Bartlett's Test Sig.	0,000
Total Variance Explained	46,987%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Pengujian validitas pada variabel literasi keuangan menunjukkan nilai KMO sebesar 0,856 sehingga data dianggap layak untuk dianalisis lebih lanjut. Seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,4. Data tersebut menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan pada variabel literasi keuangan layak digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung

Keterangan	Nilai
KMO	0,835
Bartlett's Test Sig.	0,000
Total Variance Explained	55,582%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Variabel minat menabung memperoleh nilai KMO sebesar 0,835 berdasarkan uji validitas sehingga memenuhi kriteria kelayakan untuk dianalisis. Seluruh indikator pada variabel tersebut mencapai nilai *loading factor* melebihi 0,4 sehingga seluruh item dianggap layak untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Nasabah (X1)	6	0,809	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	8	0,834	Reliabel
Minat Menabung / Minat Menjadi Nasabah (Y)	6	0,837	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan data bahwa seluruh variabel memiliki tingkat konsistensi yang baik. Seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,7. Variabel persepsi mencapai 0,809, literasi keuangan mencapai 0,834, dan minat menabung mencapai 0,837. Nilai tersebut membuktikan bahwa seluruh item pernyataan dapat menghasilkan pengukuran yang konsisten. Maka, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk memproses analisis penelitian.

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

Variabel	N	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	100	0,658	0,779	Normal

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Hasil pengujian normalitas melalui *one sample kolmogorov-smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,779. Nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Kondisi tersebut memenuhi asumsi normalitas pada model regresi. Dengan terpenuhinya asumsi tersebut, data penelitian layak digunakan untuk analisis lanjutan. Maka, model regresi telah memenuhi uji normalitas.

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Nasabah (X1)	0,677	1,476	Tidak terjadi multikolinearitas
Literasi Keuangan (X2)	0,677	1,476	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

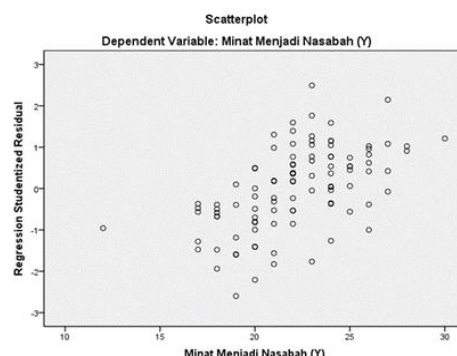
Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen telah memenuhi kriteria pengujian. Nilai tolerance pada masing-masing variabel sebesar 0,677, yang lebih besar dari 0,1, serta nilai VIF sebesar 1,476, yang berada di bawah 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Maka, model penelitian dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Analisis regresi dapat dilakukan dengan ideal.

Tabel 12. Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	Test Value	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	0,09350	-1,206	0,228	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Hasil pengujian autokorelasi menggunakan *Run Test* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,228. Nilai tersebut melebihi nilai signifikansi 0,05 sehingga dinyatakan tidak terdapat gejala autokorelasi. Kondisi ini menandakan bahwa residual dalam model penelitian terdistribusi secara acak dan tidak memiliki hubungan antar satu pengamat dengan pengamat lainnya. Maka, model regresi telah memenuhi asumsi autokorelasi dan dinyatakan layak untuk analisis lanjutan.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil analisis *scatterplot* menunjukkan bahwa pola sebaran titik terlihat acak dan tidak membentuk pola tertentu. Sebaran tersebut tidak menunjukkan pengelompokan yang terstruktur. Kondisi ini mengindikasikan adanya varian residual yang konstan. Maka, model regresi dalam penelitian dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas serta memenuhi asumsi kelayakan. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,484 + 0,177 X_1 + 0,505 X_2 + e$$

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh dapat diinterpretasikan sebagai berikut. Nilai konstanta sebesar 3,484 menunjukkan bahwa apabila variabel persepsi dan literasi keuangan bernilai nol, minat menabung berada pada angka 3,484. Koefisien regresi variabel persepsi sebesar 0,177 menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi sebesar satu satuan akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,177 dengan asumsi variabel lain tetap. Sementara itu, koefisien regresi variabel literasi keuangan sebesar 0,505 menunjukkan bahwa setiap peningkatan literasi keuangan sebesar satu satuan akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,505, dengan asumsi variabel lain konstan.

Tabel 13. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Keterangan
Regression	633,371	2	316,685	108,615	0,000	Signifikan
Residual	282,819	97	2,916			
Total	916,190	99				

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Hasil pengujian simultan menggunakan uji F menunjukkan nilai sig 0,000 kurang dari 0,05, sehingga variabel independen dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Maka, secara bersama-sama, persepsi dan literasi keuangan dapat memengaruhi minat menabung nasabah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dua variabel berkontribusi terhadap perubahan minat menabung yang sedang diteliti. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi dan literasi berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung dapat diterima.

Tabel 14. Hasil Uji t

Variabel Independen	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Keterangan
Persepsi Nasabah (X1)	0,177	0,058	0,211	3,072	0,003	Signifikan
Literasi Keuangan (X2)	0,505	0,050	0,694	10,120	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Uji t digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh variabel persepsi terhadap minat menunjukkan nilai signifikansi 0,03 sehingga dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan pengaruh variabel literasi keuangan terhadap minat mencapai nilai signifikansi 0,000 sehingga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan. Maka, tingkat pemahaman keuangan yang baik dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan perbankan syariah khususnya menabung.

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,831	0,691	0,685	1,708

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2026

Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,685. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 68,5% varian minat menabung dapat dijelaskan oleh perpaduan variabel persepsi dan variabel literasi keuangan syariah. Sedangkan sisanya sebesar 31,5% variasi dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan tersebut menjadi penanda bahwa variabel bebas dalam penelitian ini mampu menjelaskan perubahan minat menabung dengan cukup kuat. Hal tersebut bermakna bahwa kombinasi kedua variabel bebas dapat memberikan kontribusi yang besar dalam membentuk ketertarikan masyarakat terhadap penggunaan layanan menabung di lembaga perbankan syariah. Maka, ketertarikan seseorang terhadap produk tersebut bukanlah kebetulan, melainkan hasil dari pengaruh proses penilaian dan pemahaman yang dialami individu.

Pembahasan

Pengaruh persepsi nasabah terhadap minat menabung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat menabung dapat dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh persepsi nasabah. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik pandangan masyarakat, semakin tinggi pula minat menabung masyarakat. Persepsi tidak muncul begitu saja. Variabel tersebut muncul dari beberapa faktor, seperti rasa percaya, kenyamanan, dan keyakinan nasabah terhadap penerapan syariah Islam. Dalam penelitian ini, responden didominasi oleh kelompok usia produktif. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kebutuhan tinggi dalam mengelola keuangan karena berada pada rentang usia yang masih aktif bekerja. Selain itu, mayoritas responden berada pada rentang pendidikan yang tinggi sehingga memungkinkan responden untuk lebih mudah memahami produk dan layanan yang ditawarkan. Kondisi tersebut turut mendukung terbentuknya persepsi positif terhadap lembaga perbankan syariah sehingga tercipta minat untuk menabung.

Persepsi dihasilkan melalui proses interpretasi individu terhadap informasi yang telah diterima. Tentu pandangan seseorang sangat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, pengetahuan yang dimiliki, lingkungan sosial, hingga citra lembaga terkait. Dalam konteks perbankan syariah, persepsi melingkupi kualitas layanan sekaligus penerapan syariat Islam. Maka, perlu dibentuk citra lembaga yang adil, transparan, dan selaras dengan syariat Islam agar kepercayaan masyarakat meningkat.

Di sisi lain, proses pembentukan anggapan tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas dan kapasitas masing-masing individu. Orang dengan wawasan yang luas tentu lebih mampu mengkritisi produk yang ditawarkan. Keputusan untuk menabung tidak muncul secara spontan. Proses tersebut melalui tahap pengenalan, pengamatan, dan penilaian. Pengalaman dan informasi yang positif dapat menciptakan kesan yang baik sehingga tumbuhlah ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan.

Selain itu, persepsi juga sangat terikat pada faktor psikologis. Masyarakat tentu akan memilih lembaga yang dapat memberikan rasa aman serta memenuhi kebutuhan yang sesuai. Ketika masyarakat merasa mantab bahwa lembaga yang menaunginya amanah, mereka akan merasa lebih mantab karena keyakinan telah tumbuh. Pada akhirnya, keyakinan tersebutlah yang akan mempengaruhi keputusan individu dalam memilih layanan perbankan.

Selain dipengaruhi oleh pengalaman langsung, persepsi juga dapat terbentuk melalui wawasan dari lingkungan sekitar. Seseorang cenderung menggunakan informasi pembandingan dari keluarga, teman, media sosial, maupun pengalaman orang lain. Semakin banyak testimoni positif, maka semakin tinggi ketertarikan masyarakat pada layanan dan produk yang ditawarkan. Begitu juga jika testimoni yang diterima negatif maka berpotensi menurunkan ketertarikan masyarakat terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Afiah (2016); Melita (2020); Munajim et al. (2022); Novitri et al. (2023); dan Prastiwi (2018) yang menyatakan bahwa persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Pengaruh literasi nasabah terhadap minat menabung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pemahaman terkait keuangan syariah maka semakin tinggi pula ketertarikan untuk menabung di lembaga tersebut. Individu dengan tingkat literasi keuangan tinggi pada umumnya cenderung lebih mampu menyusun perencanaan keuangan dan membuat keputusan keuangan secara lebih rasional. Dalam penelitian ini, mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif dan memiliki latar pendidikan yang baik. Kondisi tersebut mendukung responden dalam menguasai kompetensi literasi keuangan dengan lebih mudah. Selain itu, mayoritas responden memiliki pendapatan yang relatif tetap sehingga lebih mudah menyisihkan uang untuk perencanaan keuangan jangka panjang. Pemahaman yang baik terkait produk dan layanan perbankan juga turut meningkatkan keyakinan masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, tingginya literasi keuangan dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menabung di lembaga perbankan syariah.

Literasi keuangan lebih luas daripada sekadar memahami pengelolaan keuangan. Literasi keuangan juga mencakup sikap dan keterampilan dalam mengelola keuangan. Individu dengan kualitas literasi keuangan baik tentu mampu merencanakan perencanaan keuangan jangka panjang. Kemampuan tersebut dapat memotivasi individu untuk menabung untuk tujuan yang lebih jauh, seperti perencanaan keuangan di masa depan.

Pemahaman yang baik tentang lembaga keuangan syariah dapat mengurangi kekhawatiran masyarakat. Dalam banyak kondisi, mayoritas masyarakat tidak mampu memahami seluk beluk terkait lembaga keuangan syariah sehingga memiliki minat menabung yang rendah pada lembaga tersebut. Ketika seseorang tidak memahami mekanisme kerja lembaga keuangan syariah, masyarakat akan mengalami keraguan yang besar. Sebaliknya, semakin luas wawasan yang dikuasai, maka semakin mudah masyarakat mengidentifikasi manfaat dan resiko keputusan yang akan diambil.

Literasi keuangan yang baik dapat membekali masyarakat dalam membandingkan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional. Nasabah dapat menimbang kebutuhan, tujuan, dan keuntungan yang mungkin diperoleh. Dengan demikian, keputusan yang diambil didasarkan pada pertimbangan yang rasional.

Kemampuan memahami seluk beluk produk dan layanan keuangan tidak hanya membantu individu memahami manfaat produk tersebut. Hal tersebut juga mendukung individu untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi setiap potensi resiko keuangan. Individu yang berlatarbelakangkan literasi baik umumnya lebih cermat dan berhati-hati dalam membuat keputusan. Hal tersebut membuat individu tidak impulsif karena pertimbangan dilakukan untuk menghasilkan perencanaan yang lebih matang.

Maka, tingginya literasi keuangan dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan layanan menabung di lembaga keuangan syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Suprihati et al. (2021); Nuraini et al. (2023); Nurrohmah & Purbayati (2020); Sadiyah & Puspa (2024); Tulwaidah et al. (2023); dan (Rahmawati et al., 2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Pengaruh persepsi dan literasi nasabah terhadap minat menabung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan literasi keuangan secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada lembaga perbankan syariah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa ketertarikan masyarakat dalam menabung tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan kombinasi variabel persepsi dan literasi keuangan syariah. Persepsi yang positif dapat rasa percaya masyarakat dalam menabung di lembaga perbankan syariah. Di sisi lain, literasi keuangan yang baik dapat mendukung pemahaman nasabah sehingga merasa lebih yakin karena mampu memahami mafaat, mekanisme, dan pengelolaan keuangan secara lebih tepat. Mayoritas responden berada pada usia produktif, memiliki latar belakang pendidikan tinggi, dan memiliki pendapatan yang relatif stabil. Karakteristik tersebut mengisyaratkan bahwa responden lebih aktif dalam mengelola keuangan karena pemasukan mereka stabil. Responden mampu merencanakan keuangan jangka panjang karena mampu menguasai kompetensi literasi keuangan. Nasabah memiliki kepercayaan yang baik terhadap perbankan syariah karena didukung oleh kemampuan pengelolaannya yang baik.

Secara konseptual, persepsi dan literasi berkolaborasi dalam membentuk ketertarikan seseorang khususnya perilaku keuangan. Literasi yang baik dapat mendukung individu dalam mencerna informasi yang diperoleh. Sedangkan persepsi melengkapi peran sebagai pembentuk nilai dan keyakinan terhadap informasi tersebut. Dengan wawasan yang cukup, masyarakat lebih mudah memahami karakteristik produk sehingga terbentuk anggapan yang lebih rasional dan objektif.

Keputusan untuk menabung didasari oleh aspek kognitif dan psikologis. Aspek kognitif berkaitan dengan kemampuan untuk memahami informasi. Sedangkan aspek psikologis berkaitan dengan rasa aman, nyaman, dan rasa percaya diri. Kedua faktor tersebut dapat memperkuat dorongan masyarakat untuk menggunakan layanan lembaga keuangan syariah.

Dalam konteks perilaku keuangan, keputusan seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh satu jalur pertimbangan. Individu cenderung mengkombinasikan faktor emosional dan faktor rasional secara bersamaan. Penilaian emosional dapat dipengaruhi oleh kepercayaan, keamanan, keyakinan, dan rasa nyaman. Sedangkan pertimbangan rasional dapat dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memahami informasi, risiko, dan manfaat dari produk. Jalannya dua variabel bebas yang beriringan cenderung meningkatkan minat individu untuk menggunakan layanan menabung di lembaga keuangan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Nuraini et al. (2023) dan Usman & Zulfison (2023) yang menyatakan bahwa persepsi dan literasi keuangan dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, yang menunjukkan bahwa semakin baik pandangan nasabah terhadap bank syariah, semakin besar pula minat mereka untuk menabung. Literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, sehingga peningkatan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan dan produk perbankan syariah dapat mendorong minat menabung. Secara simultan, persepsi nasabah dan literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa peningkatan minat menabung pada lembaga keuangan syariah memerlukan pendekatan yang komprehensif melalui pembentukan persepsi positif dan peningkatan literasi keuangan masyarakat. Upaya tersebut tidak hanya dilakukan melalui peningkatan kualitas produk dan pelayanan, tetapi juga perlu dilaksanakan secara berkelanjutan

dengan disertai evaluasi berkala agar mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah.

Referensi

- Afiah, Y. (2016). *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lor terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah* [Doctoral dissertation]. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Cahyono, C. T., Marimin, A., & Pardanawati, S. L. (2025). Analisis pengaruh pengetahuan, budaya, dan religiusitas terhadap minat menabung di {KSPPS} {BMT} Muamalat Bekonang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(2).
- Chaplin, J. P. (2008). *Kamus Lengkap Psikologi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Crow, L. D. (1984). *Psikologi Pendidikan*. Nur Cahaya.
- Dela, N. S. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan, dan Persepsi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung)* [Doctoral dissertation]. UIN Raden Intan Lampung.
- El Ikhwan, M. T. (2023). *Tingkat Literasi Keuangan Syariah Generasi Muda terhadap Perbankan Syariah*. Bypass.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2).
- Kinanti, N. A., & Wikartika, I. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan dalam Pemilihan Produk Perbankan melalui Strategi Promosi. *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 39–47.
- Melita, F. (2020). *Pengaruh Persepsi Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Kel. Besusu Barat Kec. Palu Timur Kota Palu)* [Doctoral dissertation]. IAIN Palu.
- Mufaini, L. A., Mutia, A., & Ismadharliani, A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Tabungan Emas (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian). *Bertuah Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 5(3), 512–523.
- Muliana, M. (2024). *Analisis Konversi Syariah Terhadap Kinerja Pegawai dari Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia KCP Blang Mangat Kota Lhokseumawe)* [Doctoral dissertation]. Universitas Malikussaleh.
- Munajim, A., Sukarnoto, T., Pratama, G., Selasi, D., & Pratama, F. A. (2022). Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin). *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 3(1), 14–21.
- Nisa, R. C., Yurso, N., & Karolina, A. (2023). *Persepsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2020 terhadap Busana Muslimah Syar'iyah IAIN Curup* [Doctoral dissertation]. Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Novitri, Y., Thahirah, K. A., & Fernanda, D. (2023). Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 536–547.
- Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 291–304.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps*

(Manajemen Perbankan Syariah), 3(2), 140–153.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7 Tahun 2024 tentang Bank Perekonomian Rakyat dan Bank Perekonomian Rakyat Syariah*. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Pages/POJK-7-Tahun-2024-Bank-Perekonomian-Rakyat-dan-Bank-Perekonomian-Rakyat-Syariah.aspx>
- Prastiwi, I. E. (2018). Pengaruh persepsi anggota pada Sharia Compliance, komitmen agama dan atribut produk Islam terhadap customer's trust yang berdampak pada keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(01), 28–40.
- Rahmawati, A. M., Prastiwi, I. E., & Marimin, A. (2025). Pengaruh pendapatan, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi syariah di Kecamatan Kartasura Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(2).
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295.
- Sadiah, M., & Puspa, D. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 25–43.
- Sepi, R. (2024). *Persepsi Tokoh Masyarakat Mengenai Isu Riba dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kedaton Bandar Lampung* [Doctoral dissertation]. UIN Raden Intan Lampung.
- Sholikin, E. R., Muhyidin, S., & Pratiwi, I. E. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah. *EL MUDHORIB: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Suprihati, Sumadi, & Tho'in, M. (2021). Pengaruh religiusitas, budaya, pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di koperasi syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443–450.
- Thoha, M. (2012). *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya* (22nd ed.). Rajawali Pers.
- Tonce, Y., & Rangga, M. Y. D. P. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan melalui Persepsi Harga dan Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab.
- Tulwaidah, R., Mubyarto, N., & Ismail, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi di Bank Syariah. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 158–171.
- Tyas, W. R. (2022). *Analisis Kredit Bermasalah Pada PT BPR BKK Jateng (Perseroda) Cabang Tegal Kantor Kas Bumijawa Tahun 2019–2021 Dilihat Dari Rasio Non Performing Loan (NPL)* [Skripsi].
- Usman, M. R. T., & Zulfison. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Persepsi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Mahasiswa STIE Indonesia Banking School. *Journal of Accounting, Management, and Islamic Economic*, 2(2), 327–340.