



**Al-Mashrafiyah:** Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah  
**ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661**  
Volume 5, Nomor 1, April (2021), h. 47-58  
10.24252/al-mashrafiyah.vi.19956

## Peran Religiusitas Dalam Memoderasi *Disposable Income* Dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Putri Sugesti<sup>1</sup>, Luqman Hakim<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya  
putri.17080304019@mhs.unesa.ac.id<sup>1</sup>, luqmanhakim@unesa.ac.id<sup>2</sup>

Received 25-02-2021; Revised: 13-04-2021; Accepted:27-04-2021;

### Keywords:

*Disposable Income, knowledge of Islamic banking, Interest in Saving, Religiosity.*

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of income and knowledge of Islamic banking on interest in saving in Islamic banks with religiosity as a moderating variable. This type of research is quantitative research using data techniques through questionnaires. The population of this study were students at 3 State Universities in Surabaya, namely Sunan Ampel State Islamic University Surabaya, Surabaya State University, and Airlangga University. The sample of this research is 100 students of the Sharia economics study program at 3 State Universities in Surabaya. Technical analysis of the data used the multivariate statistical method of Structural Equation Modeling (SEM) using Partial Least Square (PLS) and calculated using the Warp PLS 6.0 computer program. The sampling technique used purposive sampling, namely by using special criteria that have been determined by the researcher. The results of this study are that there is a positive effect of disposable income on interest in saving, knowledge of Islamic banking has an effect on interest in saving, religiosity cannot moderate disposable income on interest in saving, and knowledge of Islamic banking is moderated by religiosity on interest in saving.*

### Kata Kunci:

*Disposable Income, Pengetahuan perbankan syariah, Minat menabung, Religiusitas*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh disposable income dan pengetahuan perbankan Syariah terhadap minat menabung di bank Syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui kuisioner. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa pada 3 Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya, yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Universitas Negeri Surabaya, dan Universitas Airlangga. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa program studi ekonomi Syariah pada 3 Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya sebanyak 100 mahasiswa. Teknis analisis data menggunakan metode statistika multivariate Pemodelan Persamaan Struktural atau *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dan dihitung melalui program komputer *Warp PLS 6.0*. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yakni dengan menggunakan kriteria khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif *disposable income* terhadap minat menabung, pengetahuan perbankan Syariah.

## PENDAHULUAN

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan operasionalnya dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dimulainya Bank Muamalat Indonesia yang beroperasi pada tahun 1992 merupakan awal mulanya Bank Syariah di Indonesia mulai dikenal masyarakat. Yang membedakan dengan Bank Konvensional adalah dalam penerapannya bank Syariah menggunakan prinsip larangan riba (bunga), hanya memberikan pembiayaan usaha yang halal serta menghindari gharar dan maysir yang merugikan.

Seiring dengan perkembangan industri perbankan konvensional, industri perbankan syariah di Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan. Indonesia terbelakang tidak mengalami kemajuan dibandingkan dengan negara-negara yang lainnya yang tercatat dalam *Islamic Finance Country Index* (GIFR, 2017). Tetapi hingga saat ini perbankan syariah terus berusaha dan berjuang untuk mempertahankan eksistensinya dalam industri keuangan. Selain itu, Indonesia mempunyai peluang dan potensi yang tinggi dalam perkembangan industri perbankan syariah kedepannya, Hal tersebut dikarenakan Indonesia merupakan negara yang mempunyai populasi penduduk muslim terbesar di dunia.

Bank Syariah di Indonesia perlu dikembangkan karena apabila dibandingkan dengan perbankan konvensional Bank Syariah memiliki kelebihan dan keunggulan secara menyeluruh. Terdapat beberapa masalah yang harus menjadi perhatian yang berdampak signifikan terhadap perkembangan perbankan Syariah. Diantaranya minat, kesadaran dan pemahaman yang masih rendah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2019) menyatakan bahwa pengetahuan keuangan syariah masyarakat Indonesia berada pada angka 8,11 persen tahun 2016. Perlu siasat dan taktik yang tepat untuk menaikkan minat nasabah menabung di bank Syariah salah satunya dengan memberikan pemahaman dan mengedukasi kepada mahasiswa dan masyarakat mengenai perbankan Syariah.

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan kepada mahasiswa di Tiga Perguruan Tinggi Negeri yang telah ditentukan sebagai subyek pra observasi yaitu Universitas Negeri Surabaya, Universitas Airlangga dan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan 38 responden diketahui bahwa 53% belum memiliki buku tabungan Syariah. Hal ini memaparkan bahwa bank Syariah masih kurang digunakan secara optimal bagi mahasiswa dalam kesehariannya. Program studi tersebut mempunyai kurikulum yang mengacu pada syariat Islam, sehingga mahasiswa prodi ekonomi Syariah dipandang sebagai kelompok yang seharusnya mempunyai minat yang tinggi untuk memakai produk perbankan Syariah dengan alasan saling keterkaitan dengan studi perkuliahannya. Mahasiswa diharapkan dapat memberikan motivasi dan memberikan pengaruh yang besar untuk perkembangan perbankan Syariah di Indonesia.

Tingkat pengetahuan perbankan Syariah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam hal minat menabung. Menurut (Sumarwan, 2011) pengetahuan menggambarkan informasi yang diketahui konsumen tentang macam-macam jasa dan produk yang diberikan. Pengetahuan tentang perbankan syariah akan membuat orang tersebut memahami bank syariah, manfaat menabung di syariah bank, dan mengetahui perbedaan dengan bank konvensional. Semakin banyak informasi yang dimiliki tentang perbankan Syariah, semakin tinggi pula minat konsumen dalam menggunakan bank Syariah. (Busyro, 2017), (R. Putri, 2017) dan (Fauzy et al., 2019) mengemukakan bahwa minat menabung dapat dipengaruhi oleh pengetahuan perbankan Syariah. Namun (Mujaddid & Nugroho, 2019) mengemukakan bahwasanya Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Faktor selanjutnya yakni pendapatan *Disposable*. Pendapatan *disposable* merupakan faktor paling utama yang berpengaruh dalam memutuskan seberapa besar pengeluaran untuk konsumsi (Persaulian, 2013). *Disposable Income* adalah pendapatan yang sudah tersedia untuk digunakan dalam kegiatan pembelanjaan dan sudah berkurang karena pembayaran pajak (Dornbusch Rudiger dan Stanley Fischer, 1997). Penelitian (Triana et al., 2016) memberikan hasil bahwa secara parsial dan

simultan *Disposable Income* mempengaruhi minat menabung. Hal ini berbeda pada hasil penelitian oleh (Yuliatin, 2020) mengemukakan *Disposable income* tidak mempengaruhi minat menabung.

Faktor berikutnya adalah religiusitas. (Ergun & Djedovic, 2011) menyatakan religiusitas merupakan faktor penentu yang sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih bank Syariah untuk menabung. Menurut (Suhardiyanto, 2001) religiusitas menggambarkan hubungan pribadi terhadap Tuhan Yang Maha Esa dengan mematuhi perintah-Nya dan menghindari semua larangan-Nya. Memahami dan menerapkan ajaran agama dengan baik akan menghasilkan minat menabung yang tinggi pula. Menurut penelitian dari (Bananuka et al., 2020) dan (Kaabachi & Obeid, 2016) disimpulkan bahwa religiusitas dapat mempengaruhi minat menabung pada bank syariah. Sedangkan penelitian dari (Kurniawan, 2020) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara religiusitas dengan Minat Menabung di bank Syariah.

Penelitian dari (Masruroh et al., 2015) yang meneliti mengenai religiusitas sebagai variabel moderasi antara disposable income terhadap minat menabung di bank Syariah mengungkapkan bahwa religiusitas juga diperkirakan dapat menjadi variabel moderating yang mampu memoderasi antara disposable income terhadap minat menabung pada bank Syariah. Selanjutnya penelitian dari

Dari hasil penjelasan fenomena dan perbedaan hasil (*gap research*) yang dijelaskan sebelumnya, dan belum terdapat penelitian dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi antara disposable income dan pengetahuan perbankan Syariah terhadap minat menabung di bank Syariah, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Disposable Income dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi”

## LANDASAN TEORI

Disposable income adalah perolehan pendapatan rumah tangga yang terbentuk setelah dikurangkan dengan pajak tabungan dan pengeluaran (Kunarjo, 2003). Disposable income diartikan sebagai pendapatan yang tersedia untuk dibelanjakan atau ditabungkan (Case, 2007). Fungsi konsumsi merupakan suatu indeks yang menunjukkan hubungan pendapatan nasional dan pengeluaran tingkat konsumsi pada rumah tangga atau disposable income (Sukirno, 2005). Keynes menyatakan bahwa pendapatan disposable paling banyak mempengaruhi konsumsi. Disposable income adalah Pendapatan yang tersedia untuk dipergunakan untuk kebutuhan konsumsi maupun sebagai tabungan setelah dikurangkan dengan kewajiban (Rosyidi, 2006). Menurut (Maisur et al., 2015) disposable income merupakan pemrakarsa utama tabungan, oleh karena itu semakin besar disposable income maka semakin tinggi jumlah tabungan.

Menurut pendapat (Minor, 1998) pengetahuan adalah penafsiran seseorang yang dilakukan melalui akal maupun panca indera mengenai jasa dan produk tertentu. Pengetahuan merupakan semua informasi data yang disimpan tentang segala bentuk jasa dan produk (Syariah) (Adawiyah, 2015). Kognitif atau pengetahuan merupakan suatu hal yang primer terhadap terbentuknya segala tindakan seseorang (Notoatmojo, 2003). Menurut Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 pasal 1, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam sistem perbankan syariah, terdapat beberapa produk yang dioperasikan atau diaplikasikan dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Menurut (Hasan, 2014) terdapat 3 macam produk perbankan Syariah diantaranya; (1) produk simpanan yang terdiri dari giro, deposito dan tabungan yang merupakan pengumpulan dana di bank Syariah. (2) produk jasa, ditujukan untuk nasabah sebagai upaya membantu kebutuhannya. Bank memberikan produk jasa bertujuan agar memberi layanan untuk nasabah bank atau pihak lainnya yang membutuhkannya. (3) produk pembiayaan, di dalam system perbankan Syariah, pembiayaan bisa diartikan sebagai kredit. Contoh produknya adalah pembiayaan barang modal usaha, barang konsumtif, pembiayaan dengan system sewa. Menurut (Ismail, 2014) produk jasa bank Syariah memiliki beberapa akad diantaranya kafalah, wakalah, rahn, sharf, qard, hawalah. Lebih lanjut (Siswanti, 2019) mendefinisikan pengetahuan

perbankan syariah merupakan semua hal yang berkaitan dengan perbankan berisi peraturan yang berdasarkan ketentuan dan prinsip syariat islam. Pengetahuan terbagi dalam tiga macam, diantaranya pengetahuan pembelian, pemakaian dan pengetahuan produk (Engel Blackwell & Miniard, 1994).

Menurut (J.E Fetzer, 1999) religiusitas yaitu suatu kewajiban dari setiap individu terhadap sang pencipta, dan difokuskan terhadap masalah social, perilaku. Menurut Glock & Stark (Djamaludin Ancok, 2008) mengemukakan religiusitas memiliki lima dimensi, diantaranya dimensi pengetahuan, keyakinan, praktik agama, konsekuensi dan dimensi pengalaman. Menurut (Saifudin, 2018) religiusitas merupakan kegiatan dalam menjalankan semua ajaran melalui kegiatan beribadah maupun kegiatan bermasyarakat. Religiusitas dapat diartikan sebagai acuan untuk melihat seberapa besar keyakinan dan seberapa tinggi pemahaman atas agama yang dianutnya. Menurut (Hamid, 2014) Religiusitas adalah dimensi yang telah dialami seseorang didalam relung jiwa dan hati. Religiusitas melambangkan suatu perbuatan dan Tindakan yang muncul dengan berdasarkan pada kepercayaan individu terhadap agama yang dianutnya (Sahlan, 2012). Religiusitas menggambarkan penghayatan prinsip agama yang terdapat pada diri seseorang (Aviyah & Farid, 2014).

Menurut (Sukanto, 1985) menyatakan minat adalah sugesti yang dapat menggerakkan orang untuk mengerjakan sesuatu yang diinginkan, suatu kebutuhan akan dipuaskan dengan minat. Minat menabung di asumsikan sebagai perilaku yang terbentuk dari dalam diri untuk melakukan suatu pembelian (Kotler, 2002). Lebih lanjut (Priansa, 2017) menjelaskan bahwa minat menabung yaitu kecondongan nasabah untuk menetapkan produk yang akan dipilih dan mengambil tindakan untuk melakukan penyimpanan. mengemukakan bahwa minat adalah kecondongan untuk mengenang dan mengamati suatu aktivitas untuk dikenang. Seseorang yang memiliki minat pada sesuatu akan lebih memperhatikan secara berulang-ulang dengan perasaan Bahagia dan senang (Damayanti, 2017). Minat menabung adalah respon terhadap keinginan nasabah untuk melakukan pencarian terhadap informasi pada suatu produk yang sebelumnya telah diamati (Y. Putri, 2019). Crow and Crow (M. Abdul Rouf, 2011) mengatakan tiga indikator dalam suatu minat diantaranya dorongan dari dalam diri, faktor emosional dan motif sosial.

## METODE PENELITIAN

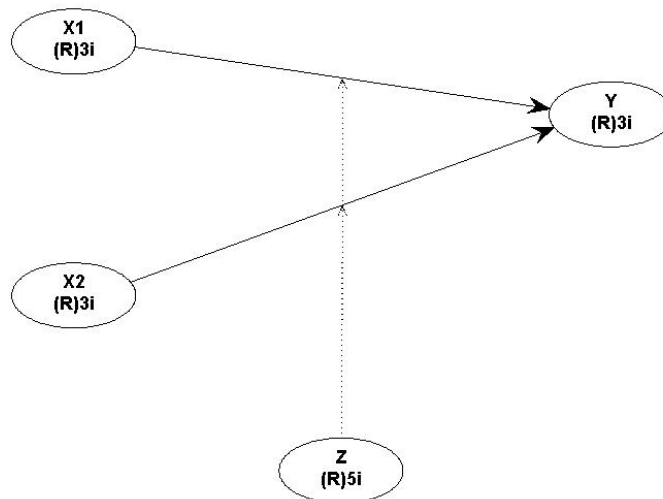
Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis variabel independent yaitu disposable income, pengetahuan perbankan Syariah terdapat hubungan atau tidak terhadap variabel dependent yakni minat menabung setelah dimoderasi oleh religiusitas. Agar mencapai tujuan penelitian maka menggunakan metode penelitian kuantitatif serta data akan dianalisis menggunakan statistik berupa angka (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel yakni *Purposive Sampling* yakni dengan menentukan kriteria khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti yaitu: (1) Mahasiswa aktif dalam perkuliahan semester ganjil 2020/2021; (2) Mahasiswa yang telah atau sedang menerima mata kuliah perbankan syariah. Dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin guna mengetahui jumlah responden, yakni dengan taraf kesalahan 1% dan memperoleh hasil sebanyak 100 responden. Populasi penelitian ini mahasiswa pada 3 Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya, yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Universitas Negeri Surabaya, dan Universitas Airlangga. Sampel penelitian ini yaitu 100 mahasiswa pada jurusan Ekonomi Islam atau Ekonomi Syariah.

Data primer digunakan dalam sumber data pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Kuisisioner bersifat tertutup dan pernyataan dalam kuisisioner memakai skala pengukuran yakni Skala Likert. Kuisisioner yang sudah terisi selanjutnya dikumpulkan untuk dimasukkan ke dalam Ms.excel dan diolah menggunakan Teknik analisis data metode statistika multivariant Pemodelan Persamaan Struktural atau *Structural Equation Modeling (SEM)* serta menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dan dihitung menggunakan program aplikasi komputer *WarpPLS 6.0* (Solimun, Fernandes, A. A., 2017).

*Disposable Income* (X1) dan Pengetahuan Perbankan Syariah (X2) merupakan variabel independen sedangkan variabel dependennya ialah Minat Menabung (Y) dan Religiusitas (Z) sebagai variabel moderasi. Sasaran dari penelitian ini adalah ditemukannya hubungan secara langsung dan signifikan dari kedua variabel independen dan sebuah variabel dependen dan menggunakan satu variabel moderasi dalam penelitian ini. Berikut model rancangan pada penelitian ini:

**Gambar 1. Model Konseptual**



Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Keterangan:

Variabel prediktor: Disposable Income (X1)  
 Pengetahuan Perbankan Syariah (X2)

Variabel respon : Minat Menabung (Y)

Variabel Moderasi: Religiusitas (Z)

—————▶ : Pengaruh Parsial

-----▶ : Pengaruh Moderasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui valid dan reliabel suatu instrument maka langkah pertama yang dilakukan yaitu menguji validitas dan reliabilitas terhadap 30 responden yang berasal dari kelas Pendidikan Akuntansi secara acak dengan menguji sebanyak 56 butir pertanyaan. Uji validitas dilakukan dengan bantuan Soland 2.1 dengan *Method of Summated Rating Scale (SR5)*. Dari 56 pertanyaan tersebut, sudah memenuhi standart kuisisioner yang valid dan reliabel.

Selanjutnya untuk pengujian data dilakukan dengan pemeriksaan ulang (*Cross check*) validitas dan reliabilitas kuisisioner. Terdiri dari pemeriksaan validitas yaitu validitas konvergen dan diskriminan. Sedangkan untuk reliabilitas yaitu reliabilitas komposit dan reliabilitas internal konsistensi.

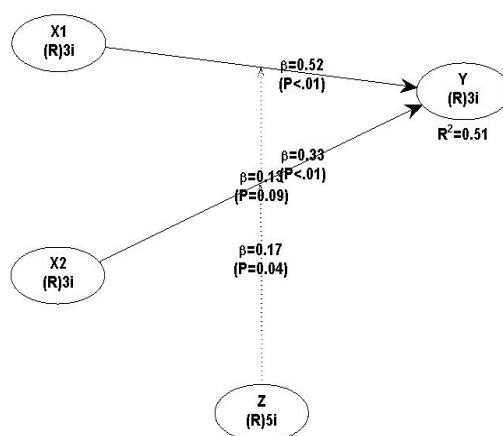
Hasil uji validitas yang terdapat pada *Combined Loading and Cross Loading* memperlihatkan bahwa validitas konvergen pada semua variabel sudah terpenuhi, memiliki nilai muatan faktor > 0,30 dan semua variabel memiliki muatan faktor signifikan loading p-value < 0,001. Selain itu, pada hasil uji validitas diskriminan juga sudah terpenuhi, memiliki nilai korelasi variabel yang bersangkutan lebih tinggi dari akar AVE (pada diagonal utama). Kemudian pada hasil uji reliabilitas

komposit dan reliabilitas internal konsistensi juga terpenuhi dikarenakan hasil yang menunjukkan nilai diatas 0,7. Dan juga Cronbach's Alpha pada keseluruhan indikator memiliki nilai >0,60.

Berikutnya yaitu tahap uji *model fit* dan *quality indices*. Pada tahap ini ialah dimana indeks atau ukuran kebaikan hubungan antar variabel beserta asumsi-asumsinya. Akan tetapi jika salah satu model tidak terpenuhi maka model masih bisa digunakan, karena pada penelitian ini dibatasi tidak mencari model yang terbaik. Dari hasil uji pada tahap ini delapan model sudah terpenuhi dan terdapat dua kriteria yang kurang memenuhi syarat. Dengan delapan jumlah model yang telah terpenuhi dalam kriteria *model fit and quality indices*, sehingga data tersebut dapat dikatakan baik dan *inner model* terpenuhi atau diterima.

Uji selanjutnya yaitu uji hipotesis. Pada analisis Warppls pengujian hipotesis dengan metode resampling, menggunakan uji t, dan dilakukan dengan t-test. Diukur dengan melihat koefisien jalur dan tingkat signifikansinya untuk mengetahui hasil korelasi antar variabel. Kaidah keputusan pengujian hipotesis dilaksanakan apabila p value  $\leq 0,10$  maka hasilnya weakly significant, bila nilai p-value  $\leq 0,05$  significant, dan dikatakan highly significant jika p-value  $\leq 0,01$  (Solimun, Fernandes, A. A., 2017). Berdasarkan output WarpPLS maka gambar yang dihasilkan sebagai berikut:

**Gambar 2. Hasil Analisis Pengujian Hipotesis**



Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan hasil output pada aplikasi komputer WarpPls 6.0 diatas dapat dilihat secara ringkas hasil nilai pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 1 yang tersedia dibawah ini:

**Tabel 1. Hasil Analisis Pengujian Hipotesis**

No	Hubungan Antar Variabel	Koefisien Jalur	P-Value	Keterangan
1	X1 Y	0.52	<0.001	Highly Significant
2	X2 Y	0.33	<0.001	Highly Significant
3	Z*X1 Y	0.13	0.09	Tidak Memoderasi
4	Z*X2 Y	0.17	0.04	Memoderasi

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui hasil dari uji analisis menggunakan aplikasi WarpPLS atas jawaban hipotesis yang diajukan oleh peneliti pada penelitian kuantitatif berikut dengan pembahasan berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode resampling dan t-test yaitu:

**Pengaruh Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya**

Menurut data yang sudah diolah dari aplikasi Warppls menunjukkan bahwa disposable income mempengaruhi minat menabung secara signifikan, dikarenakan hasil dari *p-value* menunjukkan perolehan nilai  $<0,001 \leq 0,05$ . Jadi H1 yang menyatakan disposable income dapat menambah pengaruh yang signifikan pada variabel minat menabung pada mahasiswa, dinyatakan diterima dan H0 ditolak. Selain itu, pada koefisien jalur (*Path Coefficient*) disposable income diperoleh nilai 0,52. Artinya, disposable income mampu meningkatkan pengaruh terhadap minat menabung sebesar 52%.

Hasil analisis perolehan disposable income atau pendapatan mahasiswa berasal dari orang tua, hasil bekerja dan beasiswa sebesar: 8,5% mahasiswa mendapatkan uang saku atau disposable income sebesar  $\geq$  Rp 2.000.000, 3,8% memperoleh pendapatan sebesar Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000, 11,3% mahasiswa memperoleh Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000, 46,2% mahasiswa memperoleh pendapatan Rp 500.001- Rp 1.000.000, dan 30,2% mahasiswa memperoleh  $\leq$  Rp 500.000 tiap bulannya. Berdasarkan analisa terhadap pendapatan tersebut memperlihatkan bahwa mahasiswa mendapatkan uang saku rata-rata berjumlah Rp 500.001 – Rp 1.000.000, perolehan pendapatan tergolong dalam kategori cukup. Dengan demikian besar kecilnya pendapatan yang diperoleh mahasiswa mempengaruhi minat menabung secara positif dan signifikan. Hal tersebut dikarenakan oleh semakin tinggi pendapatan yang diterima oleh mahasiswa, mahasiswa cenderung lebih memilih menyimpan uangnya di bank Syariah. Dapat disimpulkan bahwa apabila pendapatan mahasiswa bertambah, otomatis keperluan dan kebutuhan akan terpenuhi sehingga keinginan untuk menabungkan sisa pendapatannya juga akan meningkat. Menurut (Muhlis, 2011) pendapatan yang diperoleh tidak semuanya akan dikeluarkan untuk kebutuhan belanja barang dan jasa, namun sebagian disimpan untuk keperluan menabung. Tinggi rendahnya tabungan tergantung pada jumlah pendapatan yang sudah siap dikeluarkan. Mahasiswa akan mempunyai hasrat untuk menabung yang besar jika pendapatan atau uang sakunya tinggi. Maka dari itu, besar kecilnya pendapatan disposable mahasiswa akan mempengaruhi jumlah tabungan.

Pernyataan ini selaras oleh peneliti dari Amerika yaitu (Cronqvist & Siegel, 2015) yang memiliki judul *The Origins of Saving Behavior*, mengemukakan fakta yaitu income growth atau pertumbuhan penghasilan berkorelasi dengan minat menabung. (Lee et al., 2000) dalam sebuah jurnal *The Effect of Family Life Cycle and Financial Management Practices on Household Saving Patterns*, mengemukakan suatu pernyataan bahwa pendapatan yang rendah dapat menurunkan minat untuk menabung.

Penelitian ini selaras dengan penelitian (Harahap, 2016) (Padmaninggar, 2016) dan (Rudzali et al., 2020) menyatakan jumlah pendapatan (uang saku) mempunyai pengaruh signifikan pada minat menabung. Selain itu penelitian (Firdaus, 2018) juga menyatakan hal yang sama yaitu Disposable income mempengaruhi minat menabung mahasiswa.

### **Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya**

Hipotesis kedua yang menyebutkan bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi minat menabung diterima. Terbukti dengan koefisien jalur sebesar 0,33 serta nilai *p-value*  $<0,001 \leq 0,05$ . Hasil yang *highly significant* yang ditunjukkan dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 33% dapat menaikkan dan mempengaruhi minat menabung, dengan demikian pengetahuan perbankan Syariah dapat mempengaruhi minat menabung secara signifikan.

Berdasarkan hasil kuisioner yang terkumpul dari responden bahwa mereka mengetahui semua informasi tentang Bank Syariah. Responden mengetahui produk-produk bank Syariah, mengetahui prosedur pinjaman dan pembukaan rekening bank Syariah, mengetahui pemakaian dari bank Syariah, sehingga sangat jelas pengetahuan mahasiswa tentang bank Syariah mampu mempengaruhi minat menabung mahasiswa pada bank Syariah. Ini sesuai dengan sebuah teori pengambilan keputusan pembelian yang bisa disebut dengan minat menabung yang menjelaskan bahwa pengetahuan adalah faktor psikologis yang dapat berpengaruh terhadap keputusan melakukan pembelian atau keputusan minat menabung.

Pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah membuat nasabah tertarik. Dikarenakan bank syariah menjalankan kegiatan-kegiatannya berdasarkan atas prinsip syariat islam serta bebas dari riba. Mahasiswa yang sudah mengetahui produk perbankan maka akan lebih mudah untuk mengenal dan memilih jasa perbankan Syariah yang sudah sesuai dengan kebutuhan mahasiswa tersebut. Dari hasil perolehan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan pemahaman dan pengetahuan yang baik akan lebih mengetahui manfaat yang di dapat sehingga mengakibatkan semakin tinggi juga minat untuk melakukan aktivitas menabung di bank Syariah. Menerima sesuatu hal yang sudah dikenal akan sangat mudah dilakukan daripada yang belum dikenal sebelumnya, hal ini merupakan sifat alamiah manusia. Sehingga, mahasiswa yang lebih mengetahui dan mengenal bank Syariah berkemungkinan tinggi untuk melakukan kegiatan menabung di bank Syariah daripada mahasiswa yang tidak mengetahui perbankan Syariah. Hal yang sama terjadi di mahasiswa program studi Ekonomi Islam pada Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya.

Pernyataan tersebut selaras dengan penelitian terdahulu oleh (Mbawuni & Nimako, 2017) menyatakan Pengetahuan menjadi penentu niat nasabah untuk menggunakan perbankan Syariah dalam menabung di Ghana. Selain itu (Chaouch, 2017) menghasilkan penelitian yaitu pengetahuan tentang layanan dan produk perbankan Syariah menunjukkan hasil positif terhadap minat menabung pada customer Turnisian. Begitu pula penelitian dari (Meidisa & Susanti, 2008), (Iranati, 2017) dan (Ramadhani et al., 2019) mengemukakan pengetahuan dapat mempengaruhi minat menabung secara signifikan, dengan hasil yang memperlihatkan bahwa apabila mahasiswa mempunyai tingkat pengetahuan tinggi maka akan semakin tinggi juga minat menabungnya.

### **Religiusitas sebagai variabel *moderating* Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya**

Hasil pengujian data mengungkapkan religiusitas tidak dapat memoderasi disposable income terhadap minat menabung dengan *p-value* sebesar  $0,09 \geq 0,05$  serta diperolehnya nilai *path Coefficient* 0,13. Selanjutnya, H3 penelitian yang menuturkan religiusitas memoderasi disposable income terhadap minat menabung mahasiswa ditolak dan H0 diterima. Perolehan koefisien jalur yang sedikit sehingga religiusitas tidak dapat memoderasi antara variabel disposable income dengan minat menabung di bank Syariah. Pada hasil tersebut, variabel religiusitas termasuk dalam tipe moderasi predictor, dimana pada perolehan hasil menunjukkan bahwa variabel moderasi religiusitas baik berubah kedudukan sebagai variabel penjelas atau predictor.

Dapat diartikan tidak terdapat pengaruh antara disposable income terhadap minat menabung setelah dimoderasi oleh religiusitas. Sehingga religiusitas tidak memoderasi pengaruh disposable income terhadap minat menabung. Tinggi rendahnya religiusitas mahasiswa tidak mempengaruhi disposable income untuk menaikkan minat menabung di bank syariah. Karena religiusitas yang tinggi akan lebih berfokus pada ubudiyah daripada muamalah. Walaupun mahasiswa tingkat religiusitasnya tinggi tetapi tidak mempunyai kesadaran terhadap kegiatan menabung maka minat mustahil muncul di dalam diri mahasiswa tersebut.

Hal ini selaras dengan penelitian (Pratiwi, 2020) yang menyatakan bahwa Religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan disposable income terhadap minat menabung. Selain itu (Dewi, 2019) juga menyatakan disposable income terhadap minat menabung tidak dapat dimoderasi oleh religiusitas.

### **Religiusitas sebagai variabel *Moderasi* Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya**

Berdasarkan pengujian hipotesis yang terakhir memperlihatkan bahwa pengetahuan perbankan Syariah terhadap minat menabung dapat dimoderasi menggunakan religiusitas dibuktikan dengan hasil koefisien jalur memperoleh hasil 0,17 dan nilai *p-value*  $0,04 \leq 0,05$ . Dari hasil *Path Coefficient* yang menunjukkan nilai yang positif serta memperlihatkan nilai yang signifikan membuat variabel religiusitas dapat memperkuat pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung mahasiswa sebesar 17%. Oleh karena itu, religiusitas merupakan variabel yang dapat memoderasi pada pengetahuan terhadap minat menabung. Dalam penelitian ini, religiusitas



tergolong dalam tipe moderasi *Quasi Moderation* (Moderasi Semu), dimana perolehan hasil menyebutkan bahwa religiusitas secara sendiri maupun berinteraksi dengan variabel pengetahuan mempengaruhi minat menabung secara signifikan. Jadi variabel religiusitas berfungsi ganda, di samping sebagai variabel moderasi juga berperan sebagai variabel penjelas. Dengan demikian religiusitas dikatakan sebagai variabel moderasi semu.

Religiusitas dapat diartikan dengan seberapa taat dan sering individu melakukan syariat agama atau perintah agama yang dianutnya. Hal tersebut berarti religiusitas seseorang dapat dilihat dari semakin sering individu tersebut melaksanakan perintah-perintah agamanya dan menjauhi serta menghindari semua larangan-larangan yang diajarkan. Religiusitas dapat mempengaruhi minat menabung mahasiswa, hal ini dikarenakan dalam indikator konsekuensi, pemeluk agama berfikir dan bertindak sesuai dengan yang diajarkan dan dipelajari dalam agamanya seperti contoh pada kehidupan sehari-hari yaitu transaksi untuk menabung di bank Syariah dengan menjauhkan diri dari riba.

Dapat dikatakan individu yang mempunyai pengetahuan yang tinggi dan religiusitas tinggi akan berpengaruh terhadap minat menabung seseorang. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan tinggi perihal perbankan Syariah serta memiliki religiusitas yang tinggi maka otomatis minat menabungkan uangnya di bank Syariah juga tinggi. Hal ini diperkuat dengan penelitian (Souiden & Rani, 2015), (Al-tamimi, 2010) dan (Abou-Youssef et al., 2015) yang menyatakan bahwa semakin individu mengerti mengenai perbankan syariah dan berpegang teguh pada prinsip agama semakin tinggi pula minat untuk memilih produk pada bank Syariah. Lebih lanjut (Metawa & Almosawi, 1998) (Sayani & Miniaoui, 2013) menyatakan bahwa seseorang yang memahami dan mengenal produk perbankan serta memiliki hubungan yang baik terhadap pencipta-Nya maka semakin tinggi minat untuk memilih produk perbankan syariah. Selain itu penelitian (Zulkhan, 2017) dan (Azzahra, 2016) juga menyebutkan bahwa pengetahuan terhadap minat menabung dapat dimoderasi oleh religiusitas.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dipaparkan, disimpulkan bahwa Disposable Income memiliki pengaruh terhadap minat menabung, terdapat pengaruh Pengetahuan perbankan Syariah terhadap minat menabung, Religiusitas sebagai variabel moderating tidak dapat memoderasi disposable income terhadap minat menabung, dan Religiusitas dapat memoderasi pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

Adapun saran dari penelitian kali ini, yaitu mengingat pentingnya pengetahuan perbankan Syariah dikalangan mahasiswa diharapkan para pendidik untuk meningkatkan kualitas pembelajaran mengenai perbankan Syariah menjadi lebih baik lagi. Peneliti selanjutnya sebaiknya bisa menambahkan faktor-faktor lainnya yang bisa memberikan pengaruh minat menabung supaya hasilnya dapat terdefinisi lebih baik, Serta dapat memperluas skala populasi dan subjek penelitian agar tidak terfokus pada mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abou-Youssef, M. M. H., Kortam, W., Abou-Aish, E., & El-Bassiouny, N. (2015). Effects Of Religiosity On Consumer Attitudes Toward Islamic Banking In Egypt. *International Journal Of Bank Marketing*, 33(6), 786–807. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2015-0024>
- Adawiyah, W. R. (2015). Pertimbangan, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 11(2), 191. <https://doi.org/10.23917/Jep.V11i2.324>
- Al-Tamimi, H. A. H. (2010). Uae Islamic And Conventional National. *Global Journal Of Business Research*, 4(2), 1–9.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(02), 126–129. <https://doi.org/10.30996/Persona.V3i02.376>

- Azzahra, M. (2016). *Pengaruh Pengetahuan Dan Disposable Income Terhadap Preferensi Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*.
- Bananuka, J., Mukyala, V., Tumwebaze, Z., Ssekakubo, J., Kasera, M., & Najjuma, M. S. (2020). The Intention To Adopt Islamic Financing In Emerging Economies: Evidence From Uganda. *Journal Of Islamic Accounting And Business Research*, 11(3), 610–628. <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2017-0108>
- Busyro, W. (2017). Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Case, K. E. (2007). *Prinsip-Prinsip Ekonomi*. Airlangga.
- Chaouch, N. (2017). An Exploratory Study Of Tunisian Customers' Awareness And Perception Of Islamic Banks. *Uluslararası İslam Ekonomisi Ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 0–0. <https://doi.org/10.25272/J.2149-8407.2017.3.2.01>
- Cronqvist, H., & Siegel, S. (2015). The Origins Of Savings Behavior. *Journal Of Political Economy*, 123(1), 123–169. <https://doi.org/10.1086/679284>
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.25105/Jmpj.V9i1.1412>
- Dewi, F. P. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating* (Vol. 3, Issue 2013).
- Djamaludin Ancok. (2008). *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Dornbusch Rudiger Dan Stanley Fischer. (1997). *Makro Ekonomi*. Erlangga.
- Engel Blackwell & Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Ergun, U., & Djedovic, I. (2011). Islamic Banking With A Closer Look At Bosnia And Herzegovina : Knowledge , Perceptions And Decisive Factors For Choosing Islamic Banking. *International Conference On Islamic Economics And Finance*, 8, 1–12. <http://www.iefpedia.com/english/wp-content/uploads/2012/01/Ugur-Ergun.pdf>
- Fauzy, T. O., Purwadi, A., & Hakim, R. (2019). Analisis Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 181–206. <https://doi.org/10.35897/Iqtishodia.V4i2.230>
- Firdaus, M. (2018). *Analisis Pengaruh Tingkat Disposable Income Dan Tingkat Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Uin Jakarta)*.
- Hamid, A. G. A. (2014). *Pengaruh Religiusitas Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Wadiah Di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. 23, 57168.
- Harahap, R. S. P. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan. *Jurnal Al-Qasd*, 1(1), 21–39. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/16812>
- Hasan, I. W. (2014). *Perbankan Syariah (Sebuah Praktek)*. Gaung Persada Press Group.
- Iranati, R. B. O. (2017). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan). *Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Ismail. (2014). *Perbankan Syariah*. Kencana Prenadamedia Group.
- J.E Fetzer. (1999). *Multidimensional Measurement Of Religiousness/Spirituality For Use In Health Research* (A Report Of The Fetzer Institute/ National Institute On Aging Working Group. (Ed.)). Fetzer Institute.
- Kaabachi, S., & Obeid, H. (2016). Determinants Of Islamic Banking Adoption In Tunisia: Empirical Analysis. *International Journal Of Bank Marketing*, 34(7), 1069–1091. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2015-0020>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. PT Prehalindo.
- Kunarjo. (2003). *Glosarium Ekonomi, Keuangan Dan Pembangunan*. Universitas Indonesia.
- Kurniawan, M. (2020). Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Japanese Circulation Journal*, 12(11–12), 202–203. [https://doi.org/10.1253/Circj1947.12.11-12\\_202](https://doi.org/10.1253/Circj1947.12.11-12_202)

- Lee, S., Park, M.-H., & Montalto, C. P. (2000). The Effect Of Family Life Cycle And Financial Management Practices On Household Saving Patterns. *Journal Of Korean Home Economics Association English Edition*, 1(1), 79–93. [Http://Www.Khea.Or.Kr/Internationaljournal/2000/5.PDF](http://Www.Khea.Or.Kr/Internationaljournal/2000/5.PDF)
- M. Abdul Rouf. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat*. [Http://Digilib.Walisongo.Ac.Id/Files/Disk1/127/Jtptiain-Gdl-Mabdulrouf-6326-1-Allskri-X.Pdf](http://Digilib.Walisongo.Ac.Id/Files/Disk1/127/Jtptiain-Gdl-Mabdulrouf-6326-1-Allskri-X.Pdf)
- Maisur, Arifin, M. Arfan, & M. Shabri. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana*, 4(2), 1–8.
- Masruroh, A., Syariah, J., Ekonomi, D. A. N., Tinggi, S., & Islam, A. (2015). *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah*.
- Mbawuni, J., & Nimako, S. G. (2017). Determinants Of Islamic Banking Adoption In Ghana. *International Journal Of Islamic And Middle Eastern Finance And Management*, 10(2), 264–288. [Https://Doi.Org/10.1108/IMEFM-04-2016-0056](https://doi.org/10.1108/IMEFM-04-2016-0056)
- Meidisa, C., & Susanti, F. (2008). *Pengaruh Preferensi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang*. *المجلة 49 (العلوم رقية ا)*, 69–73.
- Metawa, S. A., & Almossawi, M. (1998). Banking Behavior Of Islamic Bank Customers: Perspectives And Implications. *International Journal Of Bank Marketing*, 16(7), 299–313. [Https://Doi.Org/10.1108/02652329810246028](https://doi.org/10.1108/02652329810246028)
- Minor, M. J. (1998). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Muhlis. (2011). Perilaku Menabung Di Perbankan Syariah Jawa Tengah. *Universitas Diponegoro*.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Notoatmojo. (2003). *Pengantar Pendidikan Kesehatan Dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Andi Offset.
- Padmaninggar, A. (2016). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Jumlah Uang Saku Terhadap Minat Menabung Di Bank Umum Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2), 1–134.
- Persaulian, B. H. A. A. A. (2013). *Jurnal Kajian Ekonomi*, Januari 2013, Vol. I, No. 02 Analisis Konsumsi Masyarakat Di Indonesia Oleh : Baginda Persaulian \* , Hasdi Aimon \*\* , Ali Anis \*\*\*. *Kajian Ekonomi*, 1(02), 1–23. [Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/7109-ID-Analisis-Konsumsi-Masyarakat-Di-Indonesia.Pdf](https://media.neliti.com/media/publications/7109-ID-Analisis-Konsumsi-Masyarakat-Di-Indonesia.Pdf)
- Pratiwi, F. S. (2020). *Pengaruh Disposable Income, Budaya Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta. CV.
- Putri, R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah, Lokasi Strategis Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Putri, Y. (2019). *Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas*. 16(1), 77–88.
- Ramadhani, N. Ik., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 79–87. [Www.Fe.Unisma.Ac.Idemail:E.Jrm.Feunisma@Gmail.Com](http://www.fe.unisma.ac.id/email:E.Jrm.Feunisma@gmail.com)
- Rosyidi, S. (2006). *Pengantar Teori Ekonomi*. Rajawali Pers.
- Rudzali, A., Fitriana, R., Juri, M., & Putri, R. A. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Pada Kalangan Pelajar*. 16(1), 1–19.
- Sahlan, A. (2012). *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan Di Perguruan Tinggi Islam*. UIN Maliki Press.

- Saifudin, T. (2018). Pengaruh Promosi, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Salatiga). *Salatiga: LAIN Salatiga. SKRIPSI*.
- Sayani, H., & Miniaoui, H. (2013). Determinants Of Bank Selection In The United Arab Emirates. *International Journal Of Bank Marketing*, 31(3), 206–228. <https://doi.org/10.1108/02652321311315302>
- Siswanti, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi, Dan Pengalaman Mahasiswa PAI STAIN Salatiga Tentang Sistem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Solimun, Fernandes, A. A., & N. (2017). *Metode Statistika Multivariant - Pemodelan Persamaan Struktural: Pendekatan Warppls*. UB Press.
- Souiden, N., & Rani, M. (2015). Consumer Attitudes And Purchase Intentions Toward Islamic Banks: The Influence Of Religiosity. *International Journal Of Bank Marketing*, 33(2), 143–161. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2013-0115>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Re&D*. Alfabeta.
- Suhardiyanto. (2001). *Pendidikan Religiusitas*. Kanisius.
- Sukanto. (1985). *Suatu Pendekatan Alternatif Atas Psikologi*. Integrita Press.
- Sukirno, S. (2005). *Makro Ekonomi Modern*. Raja Grafindo Perkasa.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Ghalia Indonesia.
- Triana, N., Nurhasanah, N., & Hanifia, I. (2016). Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syari ' Ah Unisba Terhadap Minat Menabung Di Bank BRI Syari ' Ah Kantor Kas Unisba. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 529–534.
- Yuliatin. (2020). Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Anggota Di KBMT Al Ikhlah Lumajang Yuliatin. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1, 107–124.
- Zulkhan, A. (2017). *Pengaruh Disposable Income, Pengetahuan, Dan Persepsi Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. <https://www.ojk.go.id/>