

**PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, *DISPOSABLE INCOME*, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH
DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Amalia Rizka Azzahra¹, Luqman Hakim²

Universitas Negeri Surabaya

amalia.19022@mhs.unesa.ac.id¹, luqmanhakim@unesa.ac.id²

Abstract

This study aims to determine the effect of family environment, disposable income, and promotion on interest in saving at Islamic banks, with religiosity as a moderating variable. This type of research is quantitative, with the research subjects being students of the Islamic Economics study program at state universities in Surabaya. The sampling technique used was simple random sampling. The data collection technique used was a questionnaire. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis and moderate regression analysis (MRA) with SPSS 25 software. The results showed (1) family environment has an effect on interest in saving at Islamic banks; (2) disposable income has no effect on interest in saving at Islamic banks; (3) promotion has an effect on interest in saving at Islamic banks; (4) religiosity does not strengthen the effect of family environment on interest in saving at Islamic banks; (5) religiosity does not strengthen the effect of disposable income on interest in saving at Islamic banks; (6) religiosity does not strengthen the effect of promotion on interest in saving at Islamic banks.

Keywords : *disposable income, family environment, interest in saving islamic banking, promotion, religiosity*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki dua sistem perbankan, namun terdapat perbedaan diantara kedua bank tersebut yaitu bank konvensional yang menjalankan kegiatan usahanya dengan sistem bunga sedangkan menurut (Prasetyo & Siwi, 2022) bank syariah didasarkan pada pedoman dan prinsip syariah islam yang berasal dari Kitab Suci Al-

Qur'an, dimana transaksi bunga, baik itu pendapatan maupun pembayaran dilarang.

Menurut teori Schiffman dan Kanuk yang dikutip dari (Akbar, 2023) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat yaitu pendapatan, pemasaran, faktor lingkungan, religiusitas (agama). Pada penelitian ini, faktor-faktor

yang digunakan untuk dapat mempengaruhi minat menabung di bank syariah yaitu lingkungan, *disposable income*, promosi, dan religiusitas karena keempat faktor tersebut sangat melekat dengan kehidupan manusia. Seorang anak cenderung melihat dan meniru perilaku orang tuanya sejak mereka lahir hingga mereka dewasa. Keluarga berperan dalam proses pembelajaran, sikap, persepsi dan juga perilaku setiap anggota keluarga. Selain itu, keluarga juga dapat mempengaruhi kebiasaan dan perilaku konsumsi seseorang. Dalam penelitian (Prasetyo & Siwi, 2022) disimpulkan bahwa lingkungan keluarga di Minangkabau berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang menabung di bank syariah. Hal ini sejalan dengan pendapat (Adawiyah, 2021) yang mengatakan bahwa variabel lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung di bank syariah, sedangkan dalam penelitian (Tarmidzi, 2019) menunjukkan bahwa variabel lingkungan keluarga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Selain keluarga, pendapatan juga mempengaruhi seseorang untuk menyisihkan pendapatan yang mereka dapat untuk ditabungkan. Perencanaan keuangan ini adalah cara untuk tercapainya hidup yang teratur dan terhindar dari masalah-masalah baik yang akan terjadi

secara tiba-tiba ataupun di masa yang akan datang. Sesuai dengan penelitian (Sugesti & Hakim, 2021) menunjukkan bahwa *disposable income* mempengaruhi minat menabung secara signifikan. Hal ini berbeda pada hasil penelitian oleh (Yuliatin, 2020) mengemukakan *disposable income* tidak mempengaruhi minat menabung di bank syariah.

Promosi juga salah satu cara efektif untuk menarik seseorang dengan memasarkan produk yang mereka jual. Kegiatan promosi bisa menjadi ajang untuk memperkenalkan kepada masyarakat terkait produk dan fasilitas yang tersedia dan akan diberikan untuk menjadi calon nasabah bank syariah (Nengsi, 2020). Promosi sangat penting dilakukan bagi setiap perusahaan agar produk yang kita jual dikenal oleh calon nasabah. Promosi tidak hanya memberikan informasi akan tetapi juga dengan cara mengajak ataupun membujuk. Perusahaan harus pintar memilih media ataupun sasaran agar mendapatkan hasil yang positif dan tidak memakan banyak biaya. Dalam penelitian (Musyaffa & Iqbal, 2022) mengatakan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah yang sejalan dengan pendapat dari (Hariati, 2022) yang mengatakan bahwa *disposable income* memberi pengaruh pada variabel minat menabung mahasiswa di bank syariah. Berbeda dengan penelitian (Robyani et al., 2021) yang

menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Religiusitas dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keinginan menabung di bank syariah. Religiusitas berkaitan dengan perwujudan nilai-nilai kepercayaan yang dianut dalam agama yang dapat menentukan pengambilan keputusan (Thohari & Hakim, 2021). Seseorang yang mempunyai religiusitas akan berbuat sesuai dengan perintah agamanya, dalam hal ini yaitu akan menjauhkan diri dari riba. Dalam penelitian (Puji & Hakim, 2021) menyatakan bahwa religiusitas berdampak secara signifikan pada minat seorang mahasiswa menabung di bank syariah. Sedangkan (Musyaffa & Iqbal, 2022) mengatakan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan beberapa data yang diambil dari hasil penelitian sebelumnya disimpulkan bahwa sudah banyak yang mengenali bank syariah akan tetapi masih ragu untuk menggunakan bank syariah dan masih menggunakan bank konvensional, hal serupa dikatakan oleh (Akbar, 2023; Aswandi, 2020; Prasasti, 2020) yang mengatakan bahwa masih belum banyak yang menggunakan bank syariah dan masih menggunakan bank konvensional karena beberapa alasan seperti kurangnya kepercayaan terhadap praktik bank syariah apakah sesuai dengan syariat islam, lokasi

bank syariah yang kurang terjangkau dari tempat tinggal, dan beberapa alasan lain. Kemudian keterbaruan penelitian ini terletak pada perbedaan antar variabel dengan penelitian yang lain dan tambahan variabel moderasi (z) yaitu variabel religiusitas. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menguji beberapa variabel dengan harapan dapat memberikan jawaban terhadap persoalan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah dengan judul “Pengaruh Lingkungan Keluarga, *Disposable Income*, dan Promosi Terdapat Minat Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian sebanyak 479 yang berasal dari mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, Universitas Airlangga, dan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel jurusan Ekonomis Islam Angkatan 2019 dengan jumlah

sampel sebanyak 83 mahasiswa. Adapun cara dalam menentukan sampel penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* dengan menggunakan rumus slovin. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Dari tabel 1, terdapat pada kolom hasil pengujian validitas ialah r_{hitung} yang akan dilakukannya perbandingan dengan r_{tabel} , hal ini bertujuan untuk dapat mengetahui validitas pada masing-masing pertanyaan. Apabila nilai yang didapatkan r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} maka memperoleh sebuah kesimpulan bahwasannya pertanyaan tersebut valid. Dan sebaliknya apabila nilai yang dihasilkan r_{hitung} lebih rendah dibandingkan r_{tabel} maka dapat juga dikatakan bahwasanya pertanyaan tersebut tidak valid.

PEMBAHASAN HASIL
PENELITIAN
Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Variabel | No. Item | r hitung | r tabel | Status |
|---|----------|----------|---------|--------|
| Lingkungan Keluarga (X1) | 1 | .652** | 0.361 | Valid |
| | 2 | .635** | 0.361 | Valid |
| | 3 | .850** | 0.361 | Valid |
| | 4 | .660** | 0.361 | Valid |
| | 5 | .751** | 0.361 | Valid |
| | 6 | .683** | 0.361 | Valid |
| | 7 | .453** | 0.361 | Valid |
| Disposable Income (X2) | 1 | .530** | 0.361 | Valid |
| | 2 | .630** | 0.361 | Valid |
| | 3 | .651** | 0.361 | Valid |
| | 4 | .548** | 0.361 | Valid |
| | 5 | .498** | 0.361 | Valid |
| | 6 | .408** | 0.361 | Valid |
| | 7 | .601** | 0.361 | Valid |
| Promosi (X3) | 1 | .620** | 0.361 | Valid |
| | 2 | .608** | 0.361 | Valid |
| | 3 | .841** | 0.361 | Valid |
| | 4 | .568** | 0.361 | Valid |
| | 5 | .663** | 0.361 | Valid |
| | 6 | .695** | 0.361 | Valid |
| | 7 | .806** | 0.361 | Valid |
| | 8 | .762** | 0.361 | Valid |
| Minat Menabung di Bank Syariah (Y) | 1 | .704** | 0.361 | Valid |
| | 2 | .574** | 0.361 | Valid |
| | 3 | .677** | 0.361 | Valid |
| | 4 | .724** | 0.361 | Valid |
| | 5 | .588** | 0.361 | Valid |
| | 6 | .838** | 0.361 | Valid |
| | 7 | .744** | 0.361 | Valid |
| | 8 | .724** | 0.361 | Valid |
| | 9 | .702** | 0.361 | Valid |

| | | | | |
|-------------------------|----|--------|-------|-------|
| | 10 | .876** | 0.361 | Valid |
| | 1 | .538** | 0.361 | Valid |
| | 2 | .569** | 0.361 | Valid |
| | 3 | .590** | 0.361 | Valid |
| | 4 | .727** | 0.361 | Valid |
| Religiusitas (Z) | 5 | .474** | 0.361 | Valid |
| | 6 | .730** | 0.361 | Valid |
| | 7 | .502** | 0.361 | Valid |
| | 8 | .441* | 0.361 | Valid |
| | 9 | .574** | 0.361 | Valid |
| | 10 | .633** | 0.361 | Valid |

Sumber: Data diolah peneliti

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari tabel diatas dan dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach*

Alpha > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel dan dapat diterima.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> | Nilai Kritis | Ket |
|------------------------------------|-----------------------|--------------|----------|
| Lingkungan Keluarga (X1) | 0,847 | 0,60 | Reliabel |
| <i>Disposable Income</i> (X2) | 0,671 | 0,60 | Reliabel |
| Promosi (X3) | 0,841 | 0,60 | Reliabel |
| Minat Menabung di Bank Syariah (Y) | 0,895 | 0,60 | Reliabel |
| Religiusitas (Z) | 0,896 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Data diolah peneliti

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Seperti yang ditunjukkan dalam tabel 3 nilai *Asymp.Sig*

sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan nilai residual pada model regresi ini berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|-------------------------------------|----------------|-------------------|
| Unstandardized Residual | | |
| N | | 83 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 5.28620986 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .054 |
| | Positive | .054 |
| | Negative | -.053 |
| Test Statistic | | .054 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | .200 ^d |

Sumber: Data diolah peneliti

Uji Multikolinearitas

Seperti yang ditunjukkan

dalam tabel 4 nilai VIF pada masing-masing variabel independen yang

memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari

10 maka menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Tolerance | VIF |
|----------|-----------|-------|
| X1 | .821 | 1.219 |
| X2 | .873 | 1.145 |
| X3 | .926 | 1.080 |
| Z | .909 | 1.100 |

Sumber: Data diolah peneliti

Uji Heteroskedastisitas

Jika nilai signifikansi dari variabel bebas lebih besar dari α 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai signifikansi masing-masing variabel

independen lebih besar dari 0,05 seperti yang telah ditunjukkan dalam tabel 5 menunjukkan bahwa model regresi homoskedastisitas dan tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model | B | Std. Error | Beta | t | Sig |
|------------|--------|------------|-------|--------|------|
| (Constant) | 18.162 | 8.012 | | 2.267 | .026 |
| X1 | -.145 | .169 | -.103 | -.856 | .395 |
| X2 | .036 | .095 | .044 | .380 | .705 |
| X3 | -.203 | .107 | -.215 | -1.891 | .062 |
| Z | -.037 | .057 | -.074 | -.647 | .519 |

Sumber: Data diolah peneliti

Uji Linearitas

Hasil nilai Deviation from Linearity secara keseluruhan lebih besar dari 0,05 seperti yang

ditunjukkan dalam tabel 6 disimpulkan bahwa terdapat hubungan linieritas.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

| Variabel | Sig. | Kesimpulan |
|----------|--------------|------------|
| X1*Y | 0,171 > 0,05 | Linear |
| X2*Y | 0,273 > 0,05 | Linear |
| X3*Y | 0,203 > 0,05 | Linear |
| Z*Y | 0,213 > 0,05 | Linear |

Sumber: Data diolah peneliti

Uji Hipotesis

Uji Regresi Berganda

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa pengujian regresi

linier berganda menunjukkan nilai hasil F hitung $10,196 > F$ tabel 2,72 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel

lingkungan keluarga, *disposable income*, dan promosi berpengaruh

signifikan secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

| F | Sig. |
|--------|--------------------|
| 10.196 | <,001 ^b |

Sumber: Data diolah peneliti

Uji Parsial (Uji t)

- a) Hasil analisis pada tabel 8 menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,746 > t tabel 1,990 dan nilai signifikansi 0,007 < 0,05, sehingga dalam analisis ini H1 diterima yang artinya lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.
- b) Hasil analisis pada tabel 8 menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,117 < t tabel 1,990 dan nilai signifikansi 0,907 > 0,05,

sehingga dalam analisis ini H2 ditolak yang artinya *disposable income* tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

- c) Hasil analisis pada tabel 8 menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,002 > t tabel 1,990 dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga dalam analisis ini H3 diterima yang artinya promosi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

| Model | B | Std. Error | Beta | t | Sig |
|------------|--------|------------|------|-------|-------|
| (Constant) | -3.884 | 9.112 | | -.426 | .671 |
| X1 | .767 | .279 | .276 | 2.746 | .007 |
| X2 | .019 | .163 | .012 | .117 | .907 |
| X3 | .743 | .186 | .397 | 4.002 | <,001 |

Sumber: Data diolah peneliti

Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 9 hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,252 atau 25,2%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa lingkungan keluarga, *disposable*

income, dan promosi dalam menjelaskan minat menabung di bank syariah sebesar 25,2% sedangkan sisanya sebesar 74,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary |
|---------------|
|---------------|

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .528 ^a | .279 | .252 | 5.386 |

Sumber: Data diolah peneliti

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

| Variabel | F | Sig. |
|----------|-------|--------------------|
| X1 | 4.336 | .010 ^b |
| X2 | 1.234 | .300 ^b |
| X3 | 7.300 | <.001 ^b |

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa:

- Variabel lingkungan keluarga (X1) dan religiusitas (Z), dan interaksi lingkungan keluarga dan religiusitas (X1*Z) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah (Y).
- Variabel *disposable income* (X2) dan religiusitas (Z), dan interaksi *disposable income* dan

religiusitas (X2*Z) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah (Y).

- Variabel promosi (X3) dan religiusitas (Z), dan interaksi promosi dan religiusitas (X3*Z) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11. Hasil Uji t MRA XI*M

| Model | B | Std. Error | Beta | t | Sig |
|------------|---------|------------|-------|-------|------|
| (Constant) | -29.577 | 162.549 | | -.182 | .856 |
| X1 | 2.333 | 5.233 | .876 | .465 | .643 |
| Z | .310 | 1.278 | .320 | .247 | .805 |
| X1*M | -.015 | .041 | -.699 | -.265 | .667 |

Sumber: Data diolah peneliti

Hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) pada tabel 11 menunjukkan variabel moderasi X1*Z mempunyai nilai t hitung sebesar -0,265 lebih kecil dari t tabel 1,990 dengan nilai signifikansi 0,667 lebih besar dari 0,05. Maka H4 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa

variabel lingkungan keluarga tidak dapat memoderasi baik memperkuat atau memperlemah pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu hipotesis H4 yang diajukan dalam penelitian ini tidak terbukti atau ditolak.

Tabel 12. Hasil Uji t MRA X2*M

| Model | B | Std. Error | Beta | t | Sig |
|------------|---------|------------|--------|-------|------|
| (Constant) | -60.243 | 126.854 | | -.475 | .636 |
| X2 | 3.654 | 4.413 | 2.026 | .738 | .463 |
| Z | .750 | 1.008 | .754 | .738 | .463 |
| X2*M | -.020 | .035 | -1.945 | -.660 | .550 |

Sumber: Data diolah peneliti

Hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) pada tabel 12 menunjukkan variabel moderasi X2*Z mempunyai nilai t hitung sebesar -0,660 lebih kecil dari t tabel 1,990 dengan nilai signifikansi 0,550 lebih besar dari 0,05. Maka H5 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa

variabel *disposable income* tidak dapat memoderasi baik memperkuat atau memperlemah pengaruh *disposable income* terhadap minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu hipotesis H5 yang diajukan dalam penelitian ini tidak terbukti atau ditolak.

Tabel 13. Hasil Uji t MRA X3*M

| Model | B | Std. Error | Beta | t | Sig |
|------------|---------|------------|--------|-------|------|
| (Constant) | 110.074 | 122.350 | | .900 | .371 |
| X3 | -2.345 | 4.026 | -1.355 | -.630 | .531 |
| Z | -.640 | .974 | -.750 | -.759 | .450 |
| X3*M | .030 | .032 | 1.974 | .850 | .410 |

Sumber: Data diolah peneliti

Hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) pada tabel 13 menunjukkan variabel moderasi X3*Z mempunyai nilai t hitung sebesar 0,850 lebih kecil dari t tabel 1,990 dengan nilai signifikansi 0,410 lebih besar dari 0,05. Maka H6 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi tidak dapat

memoderasi baik memperkuat atau memperlemah pengaruh promosi terhadap minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu hipotesis H6 yang diajukan dalam penelitian ini tidak terbukti atau ditolak.

Koefisien Determinasi

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi MRA X1*M

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|-----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Errors of the Estimate |
| 1 | .357 ^a | .127 | .084 | 5.926 |

Sumber: Data diolah peneliti

Hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,084 atau 8,4%. Hal

tersebut dapat diartikan bahwa interaksi kedua variabel antara lingkungan keluarga dan religiusitas

dalam menjelaskan minat menabung di bank syariah sebesar 8,4% sedangkan sisanya dijelaskan oleh

variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi MRA X2*M

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Erros of the Estimate |
| 1 | .212 ^a | .045 | .039 | 6.199 |

Sumber: Data diolah peneliti

Hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,039 atau 3,9%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa interaksi kedua variabel antara *disposable income* dan religiusitas

dalam menjelaskan minat menabung di bank syariah sebesar 3,9% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi MRA X3*M

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Erros of the Estimate |
| 1 | .466 ^a | .217 | .087 | 5.614 |

Sumber: Data diolah peneliti

Hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,087 atau 8,7%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa interaksi kedua variabel antara promosi dan religiusitas dalam menjelaskan minat menabung di bank syariah sebesar 8,7% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar

2,746 > t tabel 1,990 dan nilai signifikansi 0,007 < 0,05 sehingga dalam analisis ini lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan H1 dinyatakan diterima. Hasil dari penelitian ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi peran lingkungan keluarga, maka akan semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam menentukan untuk menabung di bank syariah. Sebaliknya semakin rendah peran lingkungan keluarga, maka akan semakin rendah pula minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah. Keadaan ini terlihat dari peran keluarga dalam memahami pentingnya menabung di bank yang sesuai dengan syariat. Pentingnya peran keluarga akan hal

ini dapat menyebabkan pengaruh minat menabung di bank syariah. Berbeda dengan penelitian (Ekawati, 2019) yang mengatakan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa sekolah menengah atas pada bank syariah dengan studi kasus siswa MAN di kota Yogyakarta.

Pengaruh *Disposable Income* terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa disposable income tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $0,117 < t$ tabel $1,990$ dan nilai signifikansi $0,907 > 0,05$ sehingga dalam analisis ini disposable income tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dan H_2 dinyatakan ditolak. Hasil dari penelitian ini dapat diartikan bahwa disposable income bukanlah salah satu faktor yang dominan dalam mempengaruhi minat menabung di bank syariah untuk mahasiswa jurusan Ekonomi Islam pada perguruan tinggi negeri di Surabaya. Berbeda dengan penelitian dari (Hariati, 2022) yang menyatakan bahwa disposable income memberikan pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa promosi berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $4,002 > t$ tabel $1,990$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga dalam analisis ini promosi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan H_3 dinyatakan diterima. Hasil dari penelitian ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat promosi, maka akan semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam memilih untuk menabung di bank syariah. Sebaliknya semakin rendah tingkat promosi, maka akan semakin rendah pula minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah. Keadaan ini terlihat dari semakin berkembangnya teknologi dan kemudahan layanan serta informasi yang ditampilkan mampu menarik mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Aziz & Hendrastyo, 2020) yang mengatakan bahwa promosi mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap minat nasabah menabung di bank syariah.

Religiusitas Memoderasi Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan data hasil analisis MRA pada penelitian ini diketahui bahwa religiusitas tidak memoderasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $-0,265 < t$ tabel $1,990$ dengan nilai signifikansi $0,667 > 0,05$. Maka H_4 yang menyatakan religiusitas memperkuat pengaruh

lingkungan keluarga terhadap minat menabung di bank syariah dinyatakan ditolak. Hal ini disebabkan karena minimnya tentang pengetahuan agama di dalam sebuah keluarga itu sendiri dan minimnya sikap religius pada diri seseorang sehingga variabel religiusitas tidak memperkuat variabel lingkungan keluarga terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh (Akbar, 2023) yang mengatakan bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi variabel lingkungan keluarga terhadap minat mahasiswa muslim di kota Malang untuk menjadi nasabah bank syariah. Berbeda dengan penelitian dari (Setyowati, 2023) yang menyatakan bahwa religiusitas memperkuat variabel lingkungan keluarga terhadap minat mahasiswa perbankan syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

Religiusitas Memoderasi Pengaruh *Disposable Income* terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan data hasil analisis MRA pada penelitian ini diketahui bahwa religiusitas tidak memperkuat pengaruh *disposable income* terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $-0,660 < t$ tabel $1,990$ dengan nilai signifikansi $0,550 > 0,05$. Maka H_5 yang menyatakan religiusitas memperkuat pengaruh *disposable income* terhadap minat menabung di bank syariah

dinyatakan ditolak. Hal ini disebabkan karena seseorang yang religius dan sudah memahami tentang pengetahuan agama belum tentu menggunakan pendapatan yang didapat dengan membeli atau mengkonsumsi barang yang diperbolehkan oleh agama dan pendapatan yang di dapat tidak selalu ditabung atau disimpan di bank syariah karena masih menggunakan bank konvensional juga. Hasil penelitian tersebut didukung oleh (Sugesti & Hakim, 2021) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *disposable income* terhadap minat menabung setelah dimoderasi oleh religiusitas

Religiusitas Memoderasi Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan data hasil analisis MRA pada penelitian ini diketahui bahwa religiusitas tidak memoderasi pengaruh promosi terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $0,850 < t$ tabel $1,990$ dengan nilai signifikansi $0,410 > 0,05$. Maka H_6 yang menyatakan religiusitas memperkuat pengaruh promosi terhadap minat menabung di bank syariah dinyatakan ditolak. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan kurang menyakinkan calon nasabah bahwasanya riba dilarang dalam agama dan di bank syariah tidak mengandung riba sehingga masih ada beberapa masyarakat yang menggunakan bank konvensional. Dengan adanya

sosialisasi yang dilakukan bank syariah tentang pentingnya hukum riba, diharapkan agar religiusitas masyarakat dapat meningkat dan menjadi lebih paham tentang hukum riba sehingga calon nasabah tidak hanya menggunakan bank syariah karena tergiur oleh diskon yang diberikan, bonus yang di dapat lebih menarik, penampilan petugas ataupun dekorasi yang tidak memandang sisi halal sehingga berbagai cara yang baik dan kotor bisa dilakukan tetapi melihat dan menjadikan bank syariah sebagai tempat menabung yang tetap.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh (Akbar, 2023) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memperkuat variabel promosi terhadap minat mahasiswa muslim untuk menjadi nasabah bank syariah. Berbeda dengan hasil penelitian dari (Soegiri, 2019) yang menyatakan bahwa religiusitas mampu memoderasi pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat kota Salatiga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan yang didapat dari analisis dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh pengetahuan lingkungan keluarga terhadap minat menabung di bank syariah.
2. Tidak terdapat pengaruh *disposable income* terhadap minat menabung di bank syariah.

3. Terdapat pengaruh promosi terhadap minat menabung di bank syariah.
4. Religiusitas tidak dapat memperkuat lingkungan keluarga terhadap minat menabung di bank syariah.
5. Religiusitas tidak dapat memperkuat *disposable income* terhadap minat menabung di bank syariah.
6. Religiusitas tidak dapat memperkuat promosi terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan diantaranya:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel lingkungan keluarga, *disposable income*, promosi, dan religiusitas. Untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini seperti pengetahuan pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan, gaya hidup, dan sebagainya.
2. Dapat dijadikan acuan dan pedoman bagi mahasiswa khususnya mahasiswa jurusan Ekonomi Islam untuk berminat menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, S. R. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Lingkungan Sosial Terhadap*

- Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Ulumuddin).*
- Akbar, M. S. (2023). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.*
- Aswandi, B. (2020). *Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Bujak Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah NTB).* Universitas Islam Negeri Mataram (UIN).
- Aziz, N., & Hendrasto, V. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang.* *JURNAL PUNDI*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Ekawati, A. M. S. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Siswa Sekolah Menengah Atas Pada Bank Syariah.* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Hariati, F. P. A. (2022). *Pengaruh Bagi Hasil, Disposable income, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syari'ah.* 10(3), 2722–7502.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). *Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.* *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Nengsi, S. W. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank BRI Unit Lero (Analisis Manajemen Syariah)* [Institut Agama Islam Negeri Parepare]. <https://all3dp.com/2/fused-deposition-modeling-fdm-3d-printing-simply-explained/>
- Prasasti, R. (2020). *Pengaruh Pengetahuan dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Tahun Angkatan 2017)* [Universitas Negeri Semarang]. <http://lib.unnes.ac.id/42699/>
- Prasetyo, E. D., & Siwi, M. K. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah.* *Jurnal Ecogen*, 5(1), 91. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i1.12765>
- Puji, P. S., & Hakim, L. (2021). *Peran Gender sebagai Variabel Moderating Pembelajaran*

- Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p1-12>
- Robyani, nadya maolina, Ritonga, ahmad husein, & Mubyarto, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, 13(1), 1–19.
- Setyowati, L. W. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah, Lingkungan Keluarga, Dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Bekerja Di Bank Syariah*.
- Soegiri, I. (2019). *Pengaruh Promosi, Karakteristik Pemasaran Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Sugesti, P., & Hakim, L. (2021). *Peran Religiusitas Dalam Memoderasi Disposable Income Dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. 5(1), 47–58. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/almashrafiah/article/view/19956/pdf>
- Sugiyono, Prof. Dr. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D, dan Penelitian Pendidikan)*.
- Tarmidzi, mohammad irsyad. (2019). *Analisis Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Aksesibilitas, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Menabung di Bank Umum Syariah*.
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 46–57. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p46-57>
- Yuliatin, Y. (2020). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Anggota di KBMT Al Ikhlah Lumajang. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 107. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.705>