

Pengaruh Persepsi Masyarakat, Pengetahuan dan Budaya Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Klaten

Desi Aryanti^{1*}, Abdul Haris Romdhoni²⁾, Iin Emy Prastiwi³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

*Email correspondence: desiaryaa95@gmail.com

Abstract

The presence of shari'ah banks in the midst of conventional banking is to offer an alternative banking system for Muslims who need or want to obtain banking services without having to violate the prohibition of usury. The birth of Islamic banks in Indonesia was driven by the desire of the Indonesian people (especially the Islamic community) who held the view that interest was usury, so it was prohibited by religion. This study aims to determine the influence of perception, knowledge and culture of the community on interest in using Islamic bank products. In this study, 100 respondents were taken to the community in the Klaten Regency area by distributing questionnaires. multiple linear regression analysis model using SPSS program version 23.0. The results showed that partially the variable had an influence of 2,790, the Knowledge variable had an influence of 1,587 and the Cultural variable had an influence of 3,983 on Public Interest in Using Islamic Bank Products to the Islamic banking party to more intensively socialize Islamic bank products and services to the public, offices and other institutions so that Islamic bank products & services are better known by the public.

Keywords: Perception, Knowledge, Culture, Interest in Using Islamic Bank Products

Citation suggestions: Aryanti, D., Romdhoni, A. H., & Prastiwi, I. E. (2023). Pengaruh Persepsi Masyarakat, Pengetahuan dan Budaya Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Klaten. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(01), 123-128. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Kehadiran bank syari'ah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Menurut pendapat para ekonom muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syariah, yaitu: Adanya pandangan bunga bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya. Dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (*selfishness*). Kelahiran bank syariah di Indonesia didorong oleh keinginan masyarakat Indonesia (terutama masyarakat Islam) yang berpandangan bahwa bunga merupakan riba, sehingga dilarang oleh agama. Dari aspek hukum, yang mendasari perkembangan bank syariah di Indonesia adalah Implementasi Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang diharapkan dapat menjawab sebagian persoalan dan keragu-raguan mengenai arah perkembangan perbankan syariah ke depan, termasuk arah perkembangan hukum yang mengatur kegiatan Perbankan Syariah. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 21 tahun 2008, kedudukan perbankan syariah dalam pengaturan tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang akan datang akan jelas, sehingga jelas juga sistem pengawasan yang akan diterapkan untuk Lembaga Keuangan Syariah, khususnya bank syariah. Persepsi tentang produk bank syariah merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman nasabah tentang produk dan jasa bank syariah. Pemilihan produk bank oleh nasabah seringkali lebih didasarkan pada aspek informasi mengenai manfaat yang akan diperoleh dari produk bank tersebut. Pada sisi lain, kurangnya informasi dan promosi yang memadai mengenai produk bank yang dapat menimbulkan penyimpangan-penyimpangan kegiatan usaha bank yang dapat merugikan nasabah dan

memungkinkan calon nasabah tidak tertarik untuk memilih produk yang dimiliki bank tersebut. Persepsi dirasakan sangat penting karena persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Secara umum pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah adalah dominan dengan sistem bagi hasilnya dan perbankan syariah adalah bank Islam. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Miftakhur dan Wahyuni (2016), bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatannya, baik menghimpun dana, menyalurkan dana dan pelayanan jasa. Kemudian pada faktor pertimbangan agama merupakan suatu motivasi penting agar dapat mengajak masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah dan masyarakat non nasabah yang diberikan penjelasan terhadap produk atau jasa perbankan syariah sehingga memiliki minat untuk menabung di bank syariah (Miftakhur dan Wahyuni, 2016).

Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian anggotanya yang sangat beraneka ragam. Perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan atau perkembangan jaman dari masyarakat tersebut dan perilaku manusia tersebut cenderung untuk menyerap adat dan kebiasaan pada kebudayaan (Machmud & Rukmana, 2017). Budaya (*culture*) adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Terbentuk dari unsur yang rumit termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa dan lain-lain. Budaya merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seorang konsumen.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat, Pengetahuan Dan Budaya Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Klaten”. Penulis tertarik menyusun penelitian tersebut, karena masih banyak masyarakat yang sangat awam tentang produk Bank Syariah, khusus nya Wilayah Kabupaten Klaten. Sehingga lebih memudahkan dalam melakukan penelitian, ditinjau dari efisiensi waktu dan jangkauan. Selain itu, di Kabupaten Klaten terutama di daerah pedesaan masih banyak yang belum mengenal bank syariah karena kurangnya informasi dan sosialisasi sehingga penulis ingin mengetahui seberapa besar masyarakat pedesaan mengetahui tentang perbankan syariah serta produknya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan data primer dengan metode survey. Instrumen penelitian diperoleh dengan cara pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden. Penelitian dilakukan kepada masyarakat di wilayah Kabupaten Klaten. Populasi adalah seluruh masyarakat di wilayah Kabupaten Klaten. Dalam penelitian ini jumlah populasi adalah seluruh masyarakat yang menjadi nasabah maupun non nasabah Bank Syariah. Jumlah sampel mengacu pada pendapat Roscoe dalam Sugioyono (2008) yaitu 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Sampel penelitian adalah 100 responden. Dalam menentukan jumlah sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Variabel terdiri dari variabel dependen dan variabel independen sebagai berikut:

a. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand, 2006). Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Yang dijadikan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y).

b. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel independen dalam penelitian ini adalah: Persepsi (X1), Pengetahuan (X2), Budaya (X3).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model | | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3,731 | 2,205 | | 1,692 | ,094 |
| | Persepsi (X1) | ,434 | ,155 | ,281 | 2,790 | ,006 |
| | Pengetahuan (X2) | ,356 | ,224 | ,192 | 1,587 | ,116 |
| | Budaya (X3) | ,725 | ,182 | ,413 | 3,983 | ,000 |

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Dari hasil analisis di atas, maka model persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah: $Y = 3,371 - 0,434 (X1) - 0,356 (X2) - 0,725 (X3) + e$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

a. Konstanta = 3,371

Jika variabel persepsi, pengetahuan dan budaya dianggap nol, maka variabel minat sebesar 3,371.

b. Koefisien b1 = 0,434

Jika variabel persepsi mengalami kenaikan 1 satuan, sedangkan pengetahuan dan budaya diasumsikan tetap, maka minat akan meningkat sebesar 0,434.

c. Koefisien b2 = 0,356

Jika variabel persepsi mengalami kenaikan 1 satuan, sedangkan persepsi dan budaya diasumsikan tetap, maka minat akan meningkat sebesar 0,356.

d. Koefisien b3 = 0,725

Jika variabel budaya mengalami kenaikan 1 satuan, sedangkan persepsi dan pengetahuan diasumsikan tetap, maka minat akan meningkat sebesar 0,725.

Pengujian Hipotesis

Tabel 2. Hasil Uji Simultan ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 1352,983 | 3 | 450,994 | 65,336 | ,000 ^b |
| Residual | 662,657 | 96 | 6,903 | | |
| Total | 2015,640 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Budaya (X3), Persepsi (X1), Pengetahuan (X2)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui: Standart dari uji F adalah nilai signifikansi <0,05 dan F-hitung > dari F-tabel. Dari hasil Output SPSS dalam penelitian ini memperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan memperoleh hasil F-hitung sebesar 65,336 > F-tabel 2,70. Kesimpulannya adalah variabel persepsi (X1) , pengetahuan (X2) dan budaya (X3) berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel minat (Y).

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 3,731 | 2,205 | | 1,692 | ,094 |
| Persepsi (X1) | ,434 | ,155 | ,281 | 2,790 | ,006 |
| Pengetahuan (X2) | ,356 | ,224 | ,192 | 1,587 | ,116 |
| Budaya (X3) | ,725 | ,182 | ,413 | 3,983 | ,000 |

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui:

- a. Perolehan hasil t-hitung variabel (X1) adalah $2,790 > t\text{-tabel } 1,661$ dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,006 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa variabel persepsi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat (Y).
- b. Perolehan hasil t-hitung variabel pengetahuan (X2) $1,587 < t\text{-tabel } 1,661$ dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,116 > 0,05$. Maka disimpulkan bahwa variabel (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat (Y).
- c. Perolehan hasil t-hitung variabel budaya (X3) $3,983 > t\text{-tabel } 1,661$ dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa variabel (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat (Y).

Tabel 4. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,819 ^a | ,671 | ,661 | 2,627 |

- a. Predictors: (Constant), Budaya (X3), Persepsi (X1), Pengetahuan (X2)

Berdasarkan hasil *Output SPSS* diketahui bahwa diperoleh nilai R^2 adalah 0,661 atau 66,1%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi (X1), pengetahuan (X2) dan budaya (X3) berpengaruh terhadap variabel minat (Y) sebesar 66,1% sedangkan 33,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh persepsi, pengetahuan dan budaya masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah dengan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat di wilayah Kabupaten Klaten, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengaruh Persepsi Masyarakat (X1) Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah

Variabel persepsi (X1) memiliki p-value $0,006 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Hal tersebut sesuai pada statistika jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini dapat mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Luqman Santoso (2016) yang berjudul “Persepsi masyarakat umum terhadap perbankan syariah (studi kasus di kabupaten semarang)”, hasil menunjukkan bahwa variabel persepsi dan profesi bersama-sama mempengaruhi minat menabung.

Dalam hasil penelitian ini dapat diartikan jika faktor persepsi masyarakat berpengaruh terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menggunakan produk bank syariah, seperti indikator pemahaman produk, indikator ketentuan produk yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat.

b. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat (X2) Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah

Variabel pengetahuan (X2) memiliki nilai p-value $0,116 > 0,05$ artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Hal tersebut sesuai pada statistika jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini dapat mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Uniyanti (2018) yang berjudul “Faktor- faktor yang memengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah (study pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Alauddin Makassar)”, hasil menunjukkan religiusitas tidak berpengaruh signifikan sedangkan pendapatan dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan produk.

Dalam hasil penelitian ini faktor pengetahuan masyarakat tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menggunakan produk bank syariah, seperti pada indikator konsep bank syariah, pelayanan bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dan pihak bank syariah diharapkan dapat meningkatkan pelayanan agar meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk bank syariah.

c. Pengaruh Budaya Masyarakat (X3) Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah

Variabel budaya (X3) memiliki nilai p-value $0,000 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Hal tersebut sesuai pada statistika jika probabilitas nilai t atau signifikansi

$< 0,05$, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini dapat mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dian Purnamasari yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Wilayah Tangerang Selatan)” hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis memiliki pengaruh terhadap minat nasabah non muslim menggunakan jasa perbankan syariah.

Dalam penelitian ini faktor budaya berpengaruh terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menggunakan produk bank syariah, seperti pada indikator religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat karena sebagian besar warga beragam muslim dan berpendapat bahwa produk bank syariah sesuai dengan ketentuan kepercayaan/agama masyarakat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data terhadap pengaruh persepsi, pengetahuan dan budaya masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah yang telah dilakukan kepada 100 sampel responden, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel persepsi (X1) memiliki *p-value* $0,006 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Hal tersebut sesuai pada statistika jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Variabel pengetahuan (X2) memiliki nilai *p-value* $0,116 > 0,05$ artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Hal tersebut sesuai pada statistika jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- c. Variabel budaya (X3) memiliki nilai *p-value* $0,000 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Hal tersebut sesuai pada statistika jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur atas rahmat Allah SWT yang dilimpahkan karuniaNYA kepada penulis sehingga terselesainya penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Abdul Haris Romdhoni, SE., MEI selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Iin Emy Prastiwi, SE.Sy., ME selaku dosen pembimbing kedua, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Masyarakat Wilayah Kabupaten Klaten yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

6. REFERENSI

- Abrori, S. (2020). Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.
- Darmawan, A., Indahsari, N. D., Rejeki, S., Aris, M. R., & Yasin, R.(2019). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah. Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi, 18(1), 43-52.
- Djali. (2008). Psikologi Pendidikan. PT. Bumi Aksara: Jakarta.
- Elyani, Yanti. (2010). Peranan Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Baca Tulis Al-Q’uran (BTQ) Pada Siswa Kelas VII MTs Negeri Karangmojo Gunungkidul Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Enterprise, Jubilee. (2014). *SPSS untuk Pemula*, Yogyakarta: PT. Gramedia.
- Falani, A. Z., & Ekawati, P. L. (2015). Pemanfaatan Teknologi Game Untuk Pembelajaran Mengenal Ragam Budaya Indonesia Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah: Lintas Sistem Informasi dan Komputer (LINK)*, 22(1).
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryo, M. S. (2004). Pemahaman Persepsi Lintas Budaya.

- Indi, I. (2019). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Luqman Santoso. (2016). "persepsi masyarakat umum terhadap perbankan syariah (studi kasus di kabupaten semarang)", Skripsi.semarang: Prodi Perbankan syariah, IAIN Salatiga.
- Machmud & Rukmana. (2017). Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni.
- Maryamah, E. (2017). Pengembangan budaya sekolah. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 2(02), 86-96.
- Merriam. (2021). *Knowlodge. Retrieved from Merriam-Webster: <http://www.merriam-webster.com>*
- Miftakhur, R. S., & Wahyuni, S. (2016). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan.
- 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. 10, 24.
- Negara, S. (2008). Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. *Jakarta: Sekretaris Negara*.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka cipta. 2012. *Promosi kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka cipta
- Nurdin, Muhammad. (2004). Kiat Menjadi Guru Profesional, Prismsophie, Yogyakarta.
- Oriesta dhe Budi Utamy. (2019). "Pengaruh Pengetahuan Bank syariah, Promosi, dan Fasilitas terhadap keputusan Menabung di Bank syariah dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Tahun Angkatan 2016/2017)", Skripsi.Semarang: Prodi pendidikan ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. CV. Wade Group bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.
- Purwaningsih, D. (2015). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam menggunakan jasa perbankan syariah (studi pada bank syariah wilayah Tangerang Selatan)* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi Tantang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang. *Jurnal ADDIN*. 8 (1). 6-7.
- Robbins, P. S. (2017). *Perilaku Organisasi*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, Slamet. (2010). *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sarwono, Sarlito W. (2009). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi*. Jakarta: Prenada Media.
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendroyono. (2016). budaya adalah gabungan keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan juga hasil karya dari seseorang dalam rangka untuk kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari seseorang dengan cara belajar.
- Sukmadinata, N. S. (2010). Pengembangan model pembelajaran terpadu berbasis budaya untuk meningkatkan apresiasi siswa terhadap budaya lokal. *Cakrawala Pendidikan*, (2), 81228.
- Surya, Muhammad. (2003). *Psikologi Konseling*. Pustaka Bani Quraisy: Bandung.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*.
- Uniyanti. (2018). "faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam uin alauddin makassar)", skripsi. Makassar: prodi Ekonomi islam, UIN Alauddin Makassar.
- Wijayanti, E.Y. (2019). Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo. IAIN Ponorogo. Skripsi.