

# **Analisis Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Karyawan Divisi Marketplace Di Pt. Ethos Kreatif Indonesia**

**Intan Saputri <sup>1)</sup>**  
**Rahmania Mustahidda <sup>2)</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin, Semarang, Indonesia

<sup>1)</sup> [intansaputri937@gmail.com](mailto:intansaputri937@gmail.com)

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin, Semarang, Indonesia

<sup>2)</sup> [rahmaniamustahidda@stietotalwin.ac.id](mailto:rahmaniamustahidda@stietotalwin.ac.id)

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of religiosity, knowledge, and social environment on interest in saving at Islamic banks. independent variables used are religiosity, knowledge, and social environment. The dependent variable used is the interest in saving in Islamic banks.*

*The population in this study were employees of the marketplace division at PT Ethos Kreatif Indonesia. This research is a study using a sample sampling technique, namely a census technique where all members of the population are taken as samples.*

*The results showed that religiosity has no significant positive effect on interest in saving at Islamic banks. Knowledge has no significant positive effect on interest in saving at Islamic banks. Social environment has no significant positive effect on interest in saving at Islamic banks.*

***Keywords: Religiosity, Knowledge, Social Environment and Interest in Saving at Islamic Banks***

## **PENDAHULUAN**

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu saat ini dan di masa yang akan datang kita tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalani aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan. Dewasa ini banyak sekali bermunculan bank-bank. Baik dari yang milik pemerintah maupun swasta, konvensional maupun syariah. Bank merupakan salah satu lembaga yang paling dibutuhkan untuk saat ini bahkan sampai kedepannya. Kita dapat mengenal itu semua berkat perkembangan perdagangan dunia yang selalu terkait dengan perkembangan perbankan.

Perbankan di Indonesia di bedakan menjadi 2 yaitu Bank Umum dan Bank Sentral. Menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 yang mengubah UU Nomor 7 Tahun 1992, Bank Umum (*Konvensional*) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Sentral adalah lembaga Negara yang mempunyai wewenang untuk mengeluarkan alat pembayaran yang sah dari suatu Negara, merumuskan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran system pembayaran, mengatur dan mengawasi perbankan, serta menjalankan fungsi sebagai lender of the last resort (Sudiyatno et al., 2023).

Salah satu Bank yang sering terdengar oleh kalangan masyarakat Indonesia yaitu Bank Syariah. Bank Syariah adalah bank yang dalam proses kegiatannya mendasarkan pada prinsip-prinsip syariah dan prinsip hukum Islam. Dimana prinsip syariah yang dimaksud yaitu perbankan tersebut mencakup prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*masalahah*), universalisme (*alamiyah*), dan juga tidak mengandung *gharar*, *masyir*, *riba*, *zalim* dan objek yang haram. Beberapa Bank Syariah yang ada di Indonesia yaitu Bank Muamalat, Bank Syariah Indonesia (BSI), Permata Bank Indonesia, Bank Bukopin Syariah, Bank Tabungan Pensiunan Negara Syariah (BTPN Syariah), BCA Syariah, Panin Dubai Syariah, Mega Syariah. Masing-masing Bank Syariah sudah pasti memiliki peraturan yang berbeda-beda, tetapi untuk cara kinerja seluruh Bank Syariah sudah pasti sama (Rozak et al., 2023).

Minat seseorang dalam menabung di Bank Syariah bisa muncul dari dalam diri sendiri ataupun dari lingkungan sosial. Menurut Crow dalam (*Rouf 2011*) ada 3 faktor utama pembentuk minat yaitu faktor dari dalam diri seseorang, faktor motif sosial, dan faktor emosional (Ramadhani et al., 2019). Hasil survey online yang digelar Facebook dan Crowd DNA terhadap 1.000 responden berusia 13-34 tahun. Sebanyak 79% responden memikirkan mengenai pentingnya menabung, tapi hanya 62% yang benar-benar sudah merencanakan masa depan mereka secara detail.

## **TELAAH PUSTAKA**

### **1. Religiusitas**

Religiusitas perwujudan dari psikologi dan agama yang tidak dapat dipisahkan serta diintegrasikan sebagai inti kualitas hidup manusia yang diartikan sebagai rasa rindu, rasa ingin bersatu dan rasa ingin bersama dengan sesuatu yang abstrak (Kartika et al., 2023).

Dalam pembentukan sikap individu, penanaman konsep moral dalam diri individu manusia didalam aspek keagamaan dapat memberikan pengaruh. Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal baik dalam hubungan dengan sang pencipta (*HabluminAllah*) maupun dalam hubungan sesama manusia (*Habluminannas*). (Sodik et al., 2022)

### **2. Pengetahuan**

Menurut Bloom, Pengetahuan adalah hasil keingintahuan, segala perbuatan atau usaha manusia untuk memahami obyek yang dihadapinya. Pengetahuan dapat berwujud barang-barang fisik yang pemahamannya dilakukan

dengan cara persepsi, baik melalui panca indera maupun akal. Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui kepandaian yang berhubungan dengan suatu hal (Septiani et al., n.d.).

Pengetahuan merupakan hasil mengingat suatu hal, termasuk mengingat kembali kejadian yang pernah dialami baik secara sengaja maupun tidak disengaja dan ini terjadi setelah orang melakukan atau pengamatan terhadap suatu obyek tertentu. Pengetahuan konsumen juga dapat diartikan sebagai semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta informasi yang berhubungan dengan fungsi sebagai konsumen. (Fauzy et al., 2019)

Pendidikan sebagai ilmu pengetahuan merupakan tolok ukur bagi suatu bangsa dalam menentukan kemajuan bangsanya. Pendidikan sebagai sarana kemajuan bangsa inilah yang mendorong setiap individu untuk bisa mengakses dunia pendidikan sekaligus bisa mengabdikan terhadap bangsa dan negara. Bagi siapapun yang sudah memperoleh pendidikan maka akan bisa merasakan suatu kebahagiaan dalam arti penting dari ilmu pengetahuan yang diperolehnya ketika mampu ditransformasikan kepada masyarakat secara umum. Kedudukan pendidikan sebagai sebuah kewajiban bagi setiap individu untuk selalu berusaha mengejar dan berproses secara formal maupun non formal akan melahirkan individu yang bisa membuat peradaban bangsa bisa menjadi maju. (Nasir, 2021). Indikator yang ada di variabel pengetahuan yaitu pendidikan, paparan media massa, dan pengalaman.

### 3. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial adalah suatu daerah atau tempat seseorang tinggal untuk bermasyarakat dan berinteraksi dengan masyarakat di lingkungan sekitarnya. Lingkungan sosial terdiri dari lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan teman sepermainan. Pada masa ini remaja menghadapi banyak banyak tuntutan dan tekanan dari lingkungan yang bisa menimbulkan permasalahan yang harus dihadapinya. Permasalahan tersebut apabila dihadapi secara positif akan membuat remaja semakin kuat dan dewasa. Namun remaja yang dalam proses pencarian jati diri terkadang menganggap masalah sebagai suatu hal yang menakutkan sehingga berusaha untuk menghindari masalah yang justru membuatnya cemas. (Sapara et al., 2020)

Sosial sendiri dapat berarti kemasyarakatan. Lingkungan sosial merupakan suatu tinjauan sosiologis berarti sorotan yang di dasarkan pada hubungan antar manusia, hubungan antar kelompok serta hubungan antar manusia dengan kelompok, di dalam proses kehidupan bermasyarakat. Di dalam pola hubungan-hubungan tersebut yang lazim disebut interaksi sosial. Lingkungan sosial inilah yang membentuk sistem pergaulan yang besar peranannya dalam membentuk kepribadian seseorang. Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang atau kelompok untuk dapat melakukan sesuatu tindakan-tindakan serta perubahan-perubahan perilaku masing- masing individu. (Pitoewas, 2018). Indikator yang ada di variabel lingkungan sosial yaitu lingkungan keluarga, lingkungan teman sebaya, dan lingkungan tetangga (Widati et al., 2023).

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Penelitian ini bersifat kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah karyawan divisi marketplace PT. Ethos Kreatif Indonesia dengan jumlah 36 karyawan dan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik sampling yaitu teknik sensus dimana anggota populasi diambil semua menjadi sampel.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Uji Validitas**

Diketahui bahwa  $r$  hitung dari semua variabel (Religiusitas, Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Minat Menabung di Bank Syariah) menunjukkan hasil yang signifikan dimana  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan tersebut adalah valid.

### **2. Hasil Uji Reliabilitas**

Hasil dari Cronbach Alpha lebih dari 0,60 sehingga dapat diartikan bahwa semua variabel adalah reliabel, hal ini berarti dari setiap item pernyataan layak untuk dijadikan sebagai alat pengukur.

### **3. Hasil Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Hasil Uji Normalitas**

Diketahui bahwa semua variabel dinyatakan memiliki data yang terdistribusi secara normal karena memiliki nilai signifikan  $>$  0.05 sehingga dapat diartikan bahwa syarat uji normalitas terpenuhi.

#### **b. Hasil Uji Multikolinieritas**

Semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam suatu model regresi.

#### **c. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Diketahui bahwa nilai signifikan  $>$  0.05 sehingga menunjukkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas atau disebut juga dengan nama heteroskedastisitas berdasarkan hal tersebut maka syarat uji heteroskedastisitas terpenuhi.

### **4. Hasil Analisis Linear Berganda**

a. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 11,388, artinya menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (religiusitas, pengetahuan, dan lingkungan sosial) diasumsikan tidak mengalami perubahan dianggap konstan atau sama dengan nol (0), maka pengaruh terhadap nilai Y (minat menabung di bank syariah) adalah sebesar 11,388 satuan.

b. Koefisien regresi dari variabel religiusitas (X1) sebesar 0,424, artinya variabel religiusitas memiliki hubungan positif dengan variabel minat menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% dari religiusitas satu satuan maka akan mengalami kenaikan minat menabung di bank syariah sebesar 0,424 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

c. Koefisien regresi dari variabel pengetahuan (X2) sebesar 0,245, artinya variabel pengetahuan memiliki hubungan positif dengan variabel minat

menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% dari religiusitas satu satuan maka akan mengalami kenaikan minat menabung di bank syariah sebesar 0,245 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

- d. Koefisien regresi dari variabel lingkungan sosial (X3) sebesar 0,040, artinya variabel lingkungan sosial memiliki hubungan positif dengan variabel minat menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% dari religiusitas satu satuan maka akan mengalami kenaikan minat menabung di bank syariah sebesar 0,040 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

#### **5. Hasil Uji t (Uji Parsial)**

Berikut Hipotesis berdasarkan uji T yaitu :

- a. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan data tabel, hasil dari pengujian hipotesis pertama bahwa variabel Religiusitas (X1) diperoleh nilai t hitung adalah sebesar  $2,015 < t$  tabel  $2,037$  dengan nilai signifikansi  $0,052 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  diterima. Artinya tidak ada pengaruh positif signifikan antara variabel religiusitas (X1) terhadap variabel Minat Menabung di Bank Syariah (Y). Apabila tingkat religiusitas responden rendah maka belum tentu rendah pula tingkat minat menabung di bank syariah responden yang dihasilkan, begitupun sebaliknya.

- b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Berdasarkan data tabel, hasil dari pengujian hipotesis kedua bahwa variabel Pengetahuan (X2) diperoleh nilai hitung sebesar  $1,016 < t$  tabel  $2,037$  dengan nilai signifikansi  $0,317 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh positif signifikan antara variabel Pengetahuan (X2) terhadap variabel Minat Menabung di Bank Syariah (Y). Apabila tingkat pengetahuan responden rendah maka belum tentu rendah pula tingkat minat menabung di bank syariah responden yang dihasilkan, begitupun sebaliknya.

- c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Berdasarkan data tabel, hasil dari pengujian hipotesis ketiga bahwa variabel Lingkungan Sosial (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar  $0,143 < 2,037$  dengan nilai signifikansi  $0,888 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh positif signifikan antara variabel Lingkungan Sosial (X3) terhadap variabel Minat Menabung di Bank Syariah (Y). Apabila tingkat lingkungan sosial responden rendah maka belum tentu rendah pula tingkat minat menabung di bank syariah responden yang dihasilkan, begitupun sebaliknya.

#### **6. Hasil Uji F (goodness of fit test)**

Dari hasil Uji F di dapatkan hasil nilai F hitung adalah  $3,571$  dengan tingkat signifikan  $0,025$ . Nilai signifikansi tersebut ( $0,025 \leq 0,05$ ) dan nilai F hitung  $3,571 > 2,93$ . Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya, karena model dikatakan layak atau fit.

## 7. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Dapat diketahui bahwa besarnya hubungan (korelasi) yakni 0,499 dengan melihat kolom R. Hal ini menyatakan bahwa hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen memiliki hubungan yang kuat. Diketahui nilai Adjusted R square yakni 0,127 berarti variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen sebesar 12,7% sedangkan sisanya sebesar 87,3% ( $100\% - 12,7\%$ ) dipengaruhi oleh variabel / faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Hasil uji parsial t diantara religiusitas dan minat menabung di bank syariah tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Apabila tingkat religiusitas responden rendah maka belum tentu rendah pula tingkat minat menabung di bank syariah responden yang dihasilkan, begitupun sebaliknya. Pada uji t diketahui bahwa variabel religiusitas memiliki nilai yang diperoleh dari nilai t hitung adalah sebesar  $2,015 < t \text{ tabel } 2,037$  dengan nilai signifikansi  $0,052 > 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya tidak ada pengaruh positif signifikan antara variabel religiusitas (X1) terhadap variabel Minat Menabung di Bank Syariah (Y).

### 2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Hasil uji parsial t diantara Pengetahuan dan minat menabung di bank syariah tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Apabila tingkat pengetahuan responden rendah maka belum tentu rendah pula tingkat minat menabung di bank syariah responden yang dihasilkan, begitupun sebaliknya. Pada uji t diketahui bahwa variabel pengetahuan memiliki nilai yang diperoleh dari nilai t hitung adalah sebesar  $1,016 < t \text{ tabel } 2,037$  dengan nilai signifikansi  $0,317 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh positif signifikan antara variabel Pengetahuan (X2) terhadap variabel Minat Menabung di Bank Syariah (Y).

### 3. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Hasil uji parsial t diantara Lingkungan Sosial dan minat menabung di bank syariah tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Apabila tingkat lingkungan sosial responden rendah maka belum tentu rendah pula tingkat minat menabung di bank syariah responden yang dihasilkan, begitupun sebaliknya. Pada uji t diketahui bahwa variabel lingkungan sosial memiliki nilai yang diperoleh dari nilai t hitung adalah sebesar  $0,143 < 2,037$  dengan nilai signifikansi  $0,888 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh positif signifikan antara variabel Lingkungan Sosial (X3) terhadap variabel Minat Menabung di Bank Syariah (Y).

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan di bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian pertama menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian ini

- membuktikan bahwa tingkat religiusitas milenial rendah maka belum tentu rendah pula tingkat minat menabung di bank syariah.
2. Hasil pengujian kedua menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian ini membuktikan bahwa tingkat pengetahuan milenial rendah maka belum tentu rendah pula tingkat minat menabung di bank syariah.
  3. Hasil pengujian ketiga menunjukkan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian ini membuktikan bahwa tingkat lingkungan sosial milenial rendah maka belum tentu rendah pula tingkat minat menabung di bank syariah.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan yang dapat digunakan untuk pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Karyawan Divisi *Marketpace* PT. Ethos Kreatif Indonesia  
Diharapkan untuk Karyawan Divisi *Marketpace* PT. Ethos Kreatif Indonesia bisa mengetahui tentang pentingnya menabung di bank syariah dengan di dasari oleh religiusitas, pengetahuan, dan lingkungan sosial.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Dalam penelitian ini yang diteliti hanya terbatas pada Religiusitas, Pengetahuan, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah, sedangkan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah yang belum diungkap berapa besar pengaruhnya, semoga ada penelitian selanjutnya dapat membahas faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Arisanti, P. (2020). Cr-5. *Kompetensi*, 14(1), 1–8.
- En, Z. H. (2002). , £ ~ , 2 , `L ¶«— 1 , `F — 2 , ,/· § , ` 1–34.
- Fattah, Indriayu, S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, Volume 4 N(1), 11–21.
- 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>
- Khairunnisa, I. A., & Cahyono, H. (2020). Hubungan Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 1–14. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p1-14>
- Magdalena, R., & Angela Krisanti, M. (2019). Analisis Penyebab dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk. *Jurnal Tekno*, 16(2), 35–48. <https://doi.org/10.33557/jtekno.v16i1.623>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Murniati, W. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Sebagai Mediator Dalam Hubungan Religiusitas Dan Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 7(1), 42–49. <https://doi.org/10.30997/jn.v7i1.4155>
- Nasir, M. (2021). Aksiologi Ilmu Pengetahuan dan Manfaatnya Bagi Manusia. *Syntax Idea*, 3(11), 2457. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i11.1571>
- Pitoewas, B. (2018). Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Sikap Remaja Terhadap Perubahan Tata Nilai. *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 3(1), 8–18. <https://doi.org/10.24269/jpk.v3.n1.2018.pp8-18>
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., Trijumansyah, A., Bina, U., Informatika, S., Menabung, M., & Syariah, B. (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*, h. 81.
- Sapara, M. M., Lumintang, J., & Paat, C. J. (2020). Dampak lingkungan sosial terhadap perubahan perilaku remaja perempuan di desa ammat kecamatan tampan'amma kabupaten kepulauan talaud. *Jurnal Holistik*, 13(3), 1–16.
- Setyawan, R. A., Atapukan, W. F., Studi, P., Informatika, T., Teknik, F., & Janabadra, U. (2018). *PENGUKURAN USABILITY WEBSITE E-COMMERCE SAMBAL NYOSS MENGGUNAKAN METODE SKALA LIKERT*. 7, 54–61.
- Sodik, F., Hidayat, A., Abir, R., Farda, A., Syahita, R. N., Syariah, J. P., Ekonomi, F., Islam, B., Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. In *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* (Vol. 4, Issue 2). <https://www.merdeka.com/uang/per-maret->
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>
- Kartika, A., Irsad, M., Setiawan, M., & Sudiyatno, B. (2023). The relationship between capital structure, firm performance and a firm's market competitiveness: Evidence from Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 20(1), 88–98. [https://doi.org/10.21511/imfi.20\(1\).2023.09](https://doi.org/10.21511/imfi.20(1).2023.09)
- Rozak, H. A., Adhiatma, A., Fachrunnisa, O., & Rahayu, T. (2023). Social Media Engagement, Organizational Agility and Digitalization Strategic Plan to Improve SMEs' Performance. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 70(11), 3766–3775. <https://doi.org/10.1109/TEM.2021.3085977>
- Septiani, W., Ristianawati, Y., & Putri, R. C. (n.d.). *An Analysis on the Impact of Financial Literacy , Self-control , and Self-concept on Consumptive Behavior : A Case Study Considering Students of STIE Totalwin Semarang in Indonesia*. 2, 336–348.
- Sudiyatno, B., Sudarsi, S., Hartoto, W. E., & Fitriati, I. R. (2023). Does capital structure moderate the impact of the investment opportunity set and institutional ownership on firm value? *Investment Management and Financial Innovations*, 20(2), 79–88. [https://doi.org/10.21511/imfi.20\(2\).2023.07](https://doi.org/10.21511/imfi.20(2).2023.07)
- Widati, L. W., Himmawan, A., Nugroho, D., & Sudiyatno, B. (2023). Factors Influencing Non-Performing Loans: An Empirical Study on Commercial Banks in Indonesia. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 50(2). <https://doi.org/10.55463/issn.1674-2974.50.2.10>