

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

Nur (2021) menyatakan bahwa dalam memilih produk yang terdapat di bank syariah khususnya tabungan, tidak hanya ditujukan bagi yang beragama Islam tetapi yang beragama non-Islam pun juga diperbolehkan untuk menabung di bank syariah sesuai dengan ketentuan UU No. 21/ 2008 tentang perbankan syariah.

2.1.1. Bank Syariah

Penelitian ini berkaitan dengan variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini diantaranya yaitu variabel pengetahuan, pendapatan, dan religiusitas sedangkan variabel terikat diantaranya yaitu menabung mahasiswa di bank syariah. Penjelasan mengenai setiap variabel sebagai berikut:

Fielnanda (2022) bank berasal dari bahasa Italia (*banco*) yang berarti bangku, kemudian arti bangku dipergunakan para bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada nasabah. Definisi dari bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan serta jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran maupun peredaran uang. Kemudian arti dari bank syariah adalah suatu institusi keuangan yang kegiatan operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah yang sangat melarang adanya bunga. Dengan demikian, bank syariah sebagai solusi alternatif terhadap persoalan di antara bunga dengan riba. Hal ini berkaitan dengan penelitian Kurniawan M. (2021) yang menyatakan bahwa riba hukumnya haram karena riba dapat mengganggu tatanan sosial dan riba sangat dilarang oleh semua agama baik itu agama Islam, Kristen, Hindu, Budha, maupun agama Yahudi.

Penelitian Yusmad (2018) menyatakan bahwa bank syariah merupakan lembaga perbankan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah menjalankan kegiatan usahanya dengan penghimpunan dana dari masyarakat melalui wadiah berupa giro maupun tabungan syariah, kemudian mudharabah berupa investasi umum (mudharabah muthalaqah) maupun investasi khusus (muqayyadah mudharabah). Sementara itu dari penyaluran dana meliputi bagi hasil berupa mudharabah, musyarakah, muzara'ah, musaqah dan dari ba'i (jual beli)

berupa murabah, salam, istishna, dan ijarah. Kemudian akad-akad yang digunakan di bank syariah yaitu menggunakan akad hiwalah (hutang piutang), rahn (gadai), sharf (valas), qard (pinjaman), wakalah, serta kafalah (garansi).

Najib (2017) bank syariah merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya mengatur seluruh transaksi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Secara umum produk perbankan syariah sangat menghindari adanya riba (penambahan atau bunga), gharar (terdapat objek yang tidak jelas), maysir (perjudian), zalim dan produk yang diharamkan oleh Allah SWT seperti minuman keras, babi, hal-hal yang menghamburkan uang, dan lain-lain.

Kreditpintar (2021) fungsi dari bank syariah antara lain:

- 1) Bank syariah menjalankan fungsi sebagai penyalur dana kepada masyarakat dan penghimpunan dana dari simpanan masyarakat yang meliputi simpanan tabungan, deposito, giro, surat berharga dan lain sebagainya.
- 2) Menjalankan fungsi sosial yang berbentuk lembaga baitul maal meliputi penerimaan serta penyaluran dana ZIS dan dana lainnya.
- 3) Menerima pengumpulan dana sosial dari wakaf tunai serta memfokuskannya kepada pengelola wakaf sesuai kehendak wakif atau pihak yang mewakafkan harta benda miliknya.

Adapun prinsip dari bank syariah antara lain sebagai berikut:

- a. Terdapat pembagian untung dan rugi. Oleh karena itu, *partner* usaha (mitra) akan berbagi untung dan rugi sesuai dengan kesepakatan bersama.
- b. Terdapat risiko bersama sesuai dengan ketentuan yang berlaku di bank syariah, sehingga dapat meningkatkan kegiatan perekonomian di negara.
- c. Bebas MAGHRIB meliputi maysir, gharar, riba, bathil dan tidak diizinkan pada investasi dalam industri terlarang.
- d. Terdapat pengelolaan dana berupa zakat di bank syariah.

Anshori (2018) prinsip tabungan yang terdapat di bank syariah antara lain sebagai berikut:

- 1) Akad Wadiah adalah titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik itu individu maupun badan hukum dimana titipan tersebut harus dijaga dan dikembalikan sesuai dengan keinginan nasabah. Pada tabungan ini terdapat wadiah yad dhamanah, yaitu akad titipan terhadap barang/uang yang dapat

dimanfaatkan oleh penerima titipan kemudian penerima titipan mempunyai tanggungjawab jika mengalami kerusakan serta wajib untuk mengembalikan barang pada saat diminta kembali oleh pihak yang menitipkan. Sedangkan Wadiah yad al-amanah adalah titipan murni dari pihak yang menitipkan barang/uang kepada pihak penerima titipan dan tidak boleh memanfaatkan yang dititipkan sampai si penitip mengambil kembali.

- 2) Akad Mudharabah merupakan salah satu produk penghimpunan dana dari pihak bank, dimana pihak bank tersebut bertindak sebagai pengelola atau mudharib sedangkan shahibul maal sebagai pemilik dana. Akad ini terbagi dalam dua bagian yaitu mudharabah muthlaqah (penyertaan modal tanpa syarat) dan mudharabah muqayyadah (penyertaan modal dengan syarat).

Adapun syarat membuka rekening pada Bank Syariah Indonesia pada tahun 2022 adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kelengkapan pada data pribadi seperti KTP, NPWP untuk wajib pajak.
- 2) Perangkat yang mendukung proses *video call* dan foto diri nasabah.

Adapun tata-tata cara membuka rekening di Bank Syariah Indonesia secara *online* adalah sebagai berikut:

- a. Mengunduh aplikasi *BSI Mobile* di *google play store* atau *app store*
- b. Buka rekening *BSI Mobile*, kemudian klik membuka rekening setelah itu pilihlah jenis tabungan syariah yang calon nasabah inginkan. Jenis tabungan tersebut terbagi kedalam dua bagian diantaranya yaitu *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah*.
- c. Setelahnya yaitu mengunggah foto e-KTP, selfie dengan KTP, NPWP (opsional), dan tanda tangan. Kemudian masukan data nasabah sesuai dengan yang tertera di KTP dan lakukan verifikasi *BSI Mobile* melalui *video call*.
- d. Kemudian *mentransfer* setoran awal sesuai dengan besaran dari jenis tabungan *BSI Online*. Dengan demikian, nasabah otomatis akan menerima kode aktivasi dan dapat melakukan transaksi di *BSI Mobile*.

Setelah tahapan tersebut dilakukan, nasabah dapat mengambil kartu ATM BSI di kantor cabang terdekat dan mendapatkan kartu ATM (Anwar, 2022).

2.1.2. Pengetahuan

Memahami pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat sangat penting dilakukan bagi pemasar, karena apa yang ingin dibeli, dimana tempat membeli, berapa banyak yang akan dibeli, kapan waktunya membeli akan bergantung pada pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen. Hal ini dikarenakan, pengetahuan yang dimiliki konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan dalam pembelian. Pengetahuan konsumen adalah segala informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang dapat memberikan pengaruh berupa pemakaian penggunaan terkait produk atau jasa yang ditawarkan (Hasibuan & Wahyuni, 2020).

Penelitian Achadah & Fadil (2020) pengetahuan merupakan suatu bagian dari ilmu yang mempunyai pendalaman tertentu yang telah ditentukan sehingga menjadi pembeda di antara satu sama lain. Pengetahuan berfungsi untuk memberikan suatu jawaban atas pertanyaan atau terkait masalah yang dihadapi seseorang dalam kehidupannya. Oleh karena itu, pengetahuan merupakan bagian dari suatu objek yang telah ditelaah dan bersifat empiris yang dapat dibuktikan kebenaran dan kesalahannya. Nurdin & Hartati (2019) menyatakan pengetahuan adalah suatu tradisi yang menjadi kebiasaan dan mengalami pengulangan.

Pengetahuan merupakan proses keterlibatan terhadap informasi, pemahaman dan keahlian yang diperoleh seseorang melalui pengalaman atau pendidikannya. Kemudian pengetahuan dalam definisi Islam diartikan sebagai pengetahuan yang diberikan oleh Allah SWT kepada seseorang untuk mengenal-Nya dan pengetahuan juga dapat didapat diperoleh dari pengalaman seseorang secara rasional atau intuisi (Pertwi, Berlian, & Dian, 2021). Suhardi (2020) mengemukakan pengetahuan merupakan segala informasi yang didapatkan seseorang untuk memperoleh suatu pemahaman atau pembelajaran melalui pengamatan akal. Dengan demikian, pengetahuan dapat diperoleh ketika seseorang menggunakan akal pikirannya untuk mengenali kejadian tertentu yang belum pernah ditemukan sebelumnya.

Ridwan, Syukri, & Badarussyamsi (2021) di dalam ajaran umat beragama Islam, seseorang diwajibkan untuk terus berupaya mencari suatu ilmu. Dengan demikian, pengetahuan seseorang berasal dari rasa keingintahuan yang tinggi untuk mendapatkan sebuah jawaban mengenai suatu hal atau kebenaran yang didukung

oleh fakta. Pengetahuan adalah hasil informasi dari rasa keingintahuan seseorang yang berawal dari tidak mengetahui apa-apa hingga menjadi mengerti akan suatu hal tertentu.

Notoatmodjo (2018) pengetahuan adalah hasil keingintahuan dari individu yang berkaitan dengan objek tertentu melalui panca indra yang telah dimilikinya. Setiap individu mempunyai pengetahuan yang berbeda-beda, karena pengindraan seseorang mengenai suatu objek sangat mempengaruhinya. Terdapat beberapa tingkatan atau indikator pengetahuan antara lain:

- 1) Tahu (*Know*) adalah tingkatan pengetahuan yang paling rendah karena hanya sebatas mengingat kembali materi yang didapatkan sebelumnya. Dalam tingkatan ini tiap individu mampu mendefinisikan, menyatakan, menyebutkan, dan menguraikan dari suatu materi yang dipelajarinya.
- 2) Memahami (*Comprehension*) adalah tingkatan pengetahuan yang dimiliki individu sebagai keterampilan dalam menjelaskan terkait suatu objek yang telah diketahui. Dalam tingkatan ini seseorang dapat menjelaskan, menyimpulkan, dan menginterpretasi suatu objek atau sesuatu yang telah dipahami sebelumnya.
- 3) Aplikasi (*Application*) adalah objek yang telah dipahami sebelumnya dan sudah menjadi suatu materi selanjutnya diaplikasikan atau diterapkan pada situasi yang lain atau kepada lingkungan yang sebenarnya.
- 4) Analisis (*Analysis*) adalah tingkatan pengetahuan yang mengelompokkan suatu objek ke dalam unsur yang dimiliki individu. Dalam tingkatan ini seseorang dapat menggambarkan, membandingkan, membedakan dan sebagainya.
- 5) Sintesis (*Synthesis*) adalah tingkatan pengetahuan yang merencanakan dan menyusun kembali komponen pengetahuan ke dalam pola baru yang bersifat komprehensif (menyeluruh).
- 6) Evaluasi (*Evaluation*) adalah tingkatan pengetahuan yang menilai suatu objek serta mendeskripsikannya sebagai sistem perencanaan, perolehan, hingga penyediaan data yang berguna untuk menciptakan alternatif keputusan.

Berikut ini faktor- faktor yang mempengaruhi pengetahuan nasabah dalam memperoleh informasi diantaranya sebagai berikut:

- a. Faktor dari berbagai media yang secara khusus bertujuan untuk mencapai masyarakat yang luas. Media melalui radio, koran, majalah, televisi, media sosial di *handphone* seperti *youtube*, *instagram* dan lainnya.
- b. Keterpaparan informasi dari data, teks, gambar, suara, program komputer yang dapat dijumpai dalam kehidupan sehari-hari terhadap kondisi sekitar yang diteruskan melalui komunikasi.

Engel, Blackwell, dan Miniard dalam buku Perilaku Konsumen terkait kepentingan pemasaran terbagi kedalam tiga bagian yaitu:

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah suatu bagian dari informasi yang diperoleh konsumen mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kesadaran pada kategori dan merek produk, terminologi produk, atribut atau ciri produk, pengetahuan pada manfaat produk dan pengetahuan kepuasan.

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*) mencakup informasi yang dimiliki konsumen dalam memperoleh suatu produk, dimana pengetahuan pembelian melibatkan informasi yang berkaitan dengan keputusan konsumen mengenai dimana produk tersebut harus dibeli dan kapan harus membelinya.

3) Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan bermanfaat bagi konsumennya apabila produk tersebut digunakan atau dikonsumsi. Produk tersebut bisa memberikan suatu manfaat dan kepuasan yang tinggi jika konsumen menggunakan produk tersebut secara benar. Untuk itu produsen perlu memberitahu mengenai tata cara pemakaiannya kepada konsumen, sehingga tidak terjadi salah penggunaan dalam suatu produk yang akan mengakibatkan konsumen menjadi kecewa (Hasibuan & Wahyuni, 2020).

2.1.3. Pendapatan

Pendapatan yaitu peningkatan pada potensi jasa atau manfaat perekonomian yang menambah kepemilikan individu dalam bentuk nilai uang dengan kurun waktu tertentu (Effendi, 2021). Penelitian Aziz (2019) mengemukakan pendapatan adalah sejumlah hasil berupa uang yang berasal dari uang saku, beasiswa, maupun gaji yang diperoleh seseorang dalam jangka waktu tertentu yang dapat dipergunakan untuk pengeluaran konsumsi rutin maupun tidak rutin. Novitasari & Ayuningtyas (2021) pendapatan merupakan sejumlah uang yang berasal dari orang tua atau mahasiswa yang telah bekerja kemudian uang tersebut dapat dipergunakan untuk mencukupi kebutuhan seseorang. Herlindawati & Dwi (2017) pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima individu atau rumah tangga selama periode tertentu. Kemudian pendapatan bisa berupa upah, gaji, uang saku atau penerimaan dari sewa, bunga, *deviden*, beasiswa, serta asuransi. Uang saku merupakan pendapatan seseorang yang diperoleh dari orang lain. Kemudian uang saku dapat dipergunakan untuk transportasi, menabung, hingga mengkonsumsi sesuatu berupa makanan, minuman, dan pengeluaran lainnya (Rozaini & Harahap 2019). Pendapatan adalah hasil dari penerimaan yang diperoleh seseorang dalam jangka waktu tertentu. Dalam ilmu ekonomi disebutkan bahwa pendapatan dihitung berdasarkan jumlah konsumsi serta tabungan (Swastawan & Dewi, 2021).

Kamus Besar Bahasa Indonesia tentang pendapatan merupakan suatu hasil kerja yang sudah dilakukan, baik itu dari usaha maupun sebagainya. Kamus manajemen tentang pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan, maupun organisasi lainnya yang berbentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, serta laba dari kegiatan yang telah dilakukannya. Kemudian pengertian lain mengemukakan tentang pendapatan merupakan suatu penghasilan yang diterima oleh individu maupun perusahaan dalam jangka waktu tertentu sebagai faktor balas jasa dari pekerjaan yang telah dilakukannya. Dengan demikian, besarnya pendapatan yang diterima oleh individu tergantung pada jenis pekerjaan yang dilakukannya (Sarifudin, 2021). Penelitian Waluyo & Yuliati (2019) menyatakan bahwa pada kenyataannya pendapatan masyarakat dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi ($Y = C$) sedangkan pendapatan lain dapat digunakan untuk *saving* atau tabungan (S).

Pendapatan adalah sejumlah hasil yang diterima seseorang dalam jangka waktu tertentu sebagai imbalan dari tenaga serta pikiran yang telah dilakukannya. pendapatan seseorang akan meningkat jika anggota keluarga mampu memperoleh sumber pendapatan dari berbagai sumber lain atau dengan cara membantu pekerjaan kepala keluarga (Mala, 2018).

Berikut ini 3 (tiga) kategori dari pendapatan antara lain yaitu:

- a. Pendapatan berupa uang adalah semua perolehan yang sifatnya reguler atau alamiah dan diterima sebagai balas jasa yang telah dilakukan seseorang.
- b. Pendapatan berupa barang adalah semua perolehan yang sifatnya alamiah dan dapat diterima seseorang dalam wujud barang maupun jasa.
- c. Pendapatan lain-lain dari penerimaan uang atau barang berupa penjualan barang-barang yang telah dipakai, pinjaman uang hasil dari undian, warisan, penagihan piutang dan sebagainya.

Adapun indikator pendapatan terbagi kedalam beberapa bagian, antara lain:

- 1) Pendapatan dari gaji maupun upah berupa imbalan yang diterima seseorang dari jabatannya sebagai buruh
- 2) Pendapatan dari usaha berupa imbalan yang diterima seseorang dari jabatannya sebagai pemilik usaha
- 3) Pendapatan dari *transfer* rumah tangga berupa uang kiriman, warisan, sumbangan, hadiah, hibah, maupun bantuan yang diberikan oleh pihak lain
- 4) Pendapatan lain-lain berupa pendapatan sewa, bunga *dividen*, dana pensiun, beasiswa, dan sebagainya.

Sukirno (2006) dalam Indara, Bempah, & Boekoesoe (2017) mengemukakan beberapa klasifikasi dari pendapatan sebagai berikut:

- 1) Pendapatan pribadi adalah keseluruhan pendapatan yang diterima individu tanpa memberikan suatu kegiatan apapun untuk masyarakat.
- 2) Pendapatan disposibel merupakan pendapatan pribadi yang terlebih dahulu melewati proses pengurangan pada pajak oleh penerima suatu pendapatan.
- 3) Pendapatan nasional adalah keseluruhan nilai suatu barang jadi maupun jasa yang diproduksi negara dalam rentang waktu 1 tahun.

2.1.4. Religiusitas

Rukiyanto (2020) istilah religius berasal dari bahasa Latin yaitu *re-ligare* yang mempunyai arti mengikat, kemudian religiusitas adalah perasaan maupun ikatan yang secara sadar dialami oleh tiap individu kepada Allah. Religiusitas yaitu hubungan keterkaitan antara hasil perwujudan ekspresi individu dengan agama yang telah dianutnya dan mengandung penghayatan terhadap suatu nilai hingga mendorong tiap individu dalam berperilaku (Hasanah & Fadhilatul 2019). Religiusitas yaitu aspek keagamaan individu yang mempunyai penghayatan di dalam hatinya. Religiusitas mempunyai suatu makna yang digambarkan dalam beberapa aspek yang kemudian dijadikan sebagai petunjuk tentang bagaimana cara manusia menjalankan hidupnya dengan benar, sehingga memperoleh kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat (Aslikhah & Zuhriyah, 2021).

Mardiana, Thamrin, & Nuraini (2021) religiusitas adalah suatu penghayatan dalam kepercayaan dan keyakinan individu tentang keberadaan Tuhan dengan menaati perintah serta menjauhi larangan-Nya yang dijalankan dengan kerelaan hati dan segenap jiwa dan raga. Pertiwi, Berlian, & Dian (2021) religiusitas adalah suatu hubungan di antara seseorang dengan sang pencipta atau kepada Tuhan melalui ajaran agama dan menerapkannya dalam kehidupan di dunia. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas atau keagamaan individu, antara lain:

- a. Faktor pendidikan atau pengajaran serta berbagai macam tekanan sosial yang mempengaruhi seseorang dalam ketaatan pada agamanya.
- b. Faktor pengalaman mencakup pengalaman yang indah, kemudian pada emosional seseorang dan terhadap konflik moralnya.
- c. Faktor intelektual yang berkaitan dengan proses penalaran seseorang dalam rasionalisasi atau perbuatan yang bersifat rasional (masuk akal).

Ru'iyah dalam penelitian Falikah (2021) beberapa fungsi religi (agama) bagi kehidupan seseorang meliputi:

- a. Fungsi edukatif adalah agama memberikan pemahaman kepada manusia mengenai perintah maupun larangan yang harus dipatuhi.
- b. Fungsi penyelamat adalah agama memberikan jaminan kepada manusia mengenai keselamatan dunia maupun di akhirat.

- c. Fungsi kreatif adalah manusia diajak untuk bekerja secara produktif dan tidak hanya memikirkan kepentingan pribadi melainkan yang lainnya juga.
- d. Fungsi pemupuk rasa solidaritas yaitu secara psikologis persamaan keyakinan mendorong persaudaraan yang kuat antara satu dengan lainnya.
- e. Fungsi transformatif adalah ajaran agama dapat melakukan perubahan dalam bentuk kehidupan masyarakat lama ke bentuk kehidupan yang baru, dll.

Beberapa dimensi religiusitas Glock dan Stark dalam penelitian Witjaksono (2020) sebagai berikut.

- 1) Dimensi keyakinan merupakan tingkatan dimana manusia bisa menerima hal-hal yang berkaitan dengan dogmatik atau keyakinan yang tidak boleh dipersoalkan dan harus diterima sebagai bentuk kebenaran. Dimensi kepercayaan ini seperti kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Kemudian pada umumnya setiap agama menginginkan adanya suatu keimanan serta kepatuhan dalam diri seseorang yang telah menetapkan agamanya.
- 2) Dimensi praktik agama yaitu tingkatan dimana seseorang bisa melaksanakan kewajiban-kewajiban ritual didalam agamanya. Dalam ajaran agama Islam dimensi praktik agama berupa ibadah shalat, puasa, zakat, haji, dalam praktek muamalahnya dan lain sebagainya.
- 3) Dimensi pengalaman adalah suatu pengalaman atau bentuk ekspresi yang dialami serta dirasakan oleh tiap individu. Kemudian contoh dari dimensi ini meliputi jiwa yang selalu merasa dekat kepada Tuhan, perasaan takut ketika melakukan dosa, merasa dosanya dapat dikabulkan, dan sebagainya.
- 4) Dimensi pengetahuan agama atau intelektual merupakan suatu dimensi yang menjelaskan seberapa jauh individu mengetahui ajaran agama yang telah dianutnya terkhusus pada kitab suci dan sebagainya.
- 5) Dimensi konsekuensi merupakan dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku individu termotivasi dengan ajaran-ajaran agama yang dianutnya dan dapat diaplikasikan di kehidupan sosial. Kemudian contoh dari dimensi ini meliputi menjenguk tetangga yang sakit, menolong orang yang sedang mengalami kesulitan, beramal, dan sebagainya.

2.1.5. Menabung

Berdasarkan penelitian Nuraeni & Umaryati (2018) menabung adalah perbuatan yang dianjurkan dalam Islam untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi persoalan yang tidak diinginkan serta melaksanakan perencanaan lebih awal untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang. Pratomo (2022) menabung adalah kegiatan positif yang seharusnya dilakukan pada generasi bangsa terutama kalangan muda yang bertujuan untuk membuat kondisi perekonomiannya menjadi lebih baik, sehingga tiap individu dapat menghadapi kesulitan pada pengeluaran yang tidak terduga setiap bulannya. Menabung adalah suatu cara dalam mengelola keuangan pribadi untuk mencapai keinginan. Aktivitas menabung perlu ditanamkan sejak usia dini karena menabung dapat menghindari perilaku individu dari suatu pemborosan atau foya-foya (Supiani, 2021). Kamus Besar Bahasa Indonesia (2021) menyatakan bahwa menabung mengandung arti sebagai kata kerja, sehingga menabung dapat didefinisikan sebagai tindakan atau pengalaman individu dalam menyimpan uang di celengan, bank, dan lain sebagainya.

Suryanti, Lesmana, & Mubarok (2021) menabung adalah suatu tindakan seseorang dalam menyisihkan uang yang dimilikinya untuk disimpan dan dipergunakan di masa mendatang. Beberapa alasan yang mendasari individu dalam menabung yaitu mengatasi kesulitan yang bersifat mendesak, sehingga dengan adanya dana cadangan membuat seseorang tidak kesulitan untuk menggunakan dana yang besar. Menabung dalam agama Islam yaitu solusi utama bagi individu dalam melaksanakan syariat agama. Ketika menabung di bank syariah seseorang terhindar dari riba, karena di bank syariah tidak terdapat bunga melainkan sistem bagi hasil, dan hal tersebut menjadi suatu dasar religiusitas seseorang untuk menabung (Pramudani & Fithria, 2021). Menabung merupakan suatu tindakan yang dilakukan seseorang dalam mempersiapkan diri dengan melaksanakan perencanaan keuangan untuk kebutuhan dimasa mendatang agar siap menghadapi ketidakpastian yang akan terjadi di esok hari. Dengan demikian, menabung dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor individual, faktor sosial, faktor kemampuan, hingga faktor kesediaan (Dayyan, Riza, & Ridwan, 2017).

Menabung adalah suatu tindakan dalam menyisihkan sebagian harta yang diperoleh hari ini untuk kebutuhan dimasa mendatang. Seseorang yang rajin menabung akan memperoleh manfaat seperti melatih hidup sederhana dengan cara berhemat, dan melatih diri agar tidak hanya berpikir tentang hari ini melainkan berpikir tentang hari esok. Dengan demikian, menabung dapat berbentuk uang, jasa, maupun barang seperti perhiasan, maupun investasi seperti tanah (Wahab, 2020).

Menabung adalah kegiatan seseorang dalam menyisihkan uangnya untuk disimpan kemudian dipergunakan kembali disaat membutuhkan. Beberapa tujuan dari menabung antara lain:

- a. Untuk menghemat pengeluaran tiap individu yang sedang menabung
- b. Melatih individu dalam mengelola keuangan, kemudian dipergunakan ketika dibutuhkan atau mendesak.
- c. Terdapat keinginan yang dimiliki seseorang untuk dipergunakan sebagai cadangan di waktu tertentu.
- d. Berpartisipasi dalam menyukkseskan pembangunan bangsa dan negara.

Beberapa manfaat menabung yang dapat diperoleh masyarakat antara lain:

- a. Dengan menabung seseorang akan belajar hidup hemat
- b. Dengan menabung seseorang mempunyai cadangan uang, sehingga yang bersifat mendesak uang tersebut dapat dipergunakan
- c. Dengan menabung seseorang akan terhindar dari berhutang ketika dalam keadaan yang mendesak
- d. Dengan menabung seseorang mempunyai investasi untuk kebutuhan dimasa mendatang.

Pengertian dari kebutuhan adalah segala sesuatu yang muncul sebagai upaya dalam mempertahankan kehidupan seseorang. Kebutuhan manusia terdiri dari beberapa jenis kebutuhan diantaranya adalah kebutuhan primer sebagai kebutuhan dasar yang meliputi sandang, pangan, maupun papan. Kebutuhan sekunder sebagai pelengkap dari kebutuhan primer yang bisa dipenuhi dan kebutuhan tersier adalah kebutuhan manusia pada suatu barang dan jasa yang termasuk golongan mewah (Suryanti, Lesmana, & Mubarak, 2021).

Model AIDA yang terdiri dari (*attention, interest, desire, action*) adalah suatu teknik dalam penyampaian pesan melalui kata-kata yang tepat, sehingga konsumen tertarik untuk membeli suatu produk. Kotler dan Keller mengemukakan beberapa tahapan minat pembelian konsumen yang bisa dipelajari dari model AIDA adalah sebagai berikut:

1) Perhatian (*Attention*)

Tahapan ini merupakan langkah awal yang dapat dilakukan untuk menarik perhatian konsumen. Hal yang didapat dilakukan pada tahapan ini dengan cara menyampaikan pesan melalui tulisan dan gambar yang jelas, perkataan yang mudah dipahami, serta memiliki ciri khas tersendiri. Dengan demikian, calon konsumen maupun konsumen dapat mengenali produk atau jasa yang sedang ditawarkan.

2) Ketertarikan (*Interest*)

Pada tahapan ini calon konsumen mulai tertarik dengan pesan yang telah disampaikan, sehingga calon konsumen akan membeli produk atau jasa yang sedang ditawarkan setelah informasi didapatkan secara lengkap.

3) Keinginan (*Desire*)

Pada tahapan ini konsumen mempunyai rasa keinginan yang tinggi. Motif pembelian yang dimiliki calon konsumen dibedakan kedalam beberapa motif, pertama yaitu motif rasional yang berarti konsumen melihat akan keuntungan maupun kerugian terhadap suatu produk atau jasa, kemudian terdapat juga motif emosional dalam pembelian suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

4) Tindakan (*Action*)

Pada tahapan ini konsumen akan mengambil suatu tindakan untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa yang sedang ditawarkan, setelah berbagai informasi didapatkan (Tanan, Tejo, & Immanuel, 2021).

Komaryatin (2022) menyatakan ada 5 (lima) tahapan yang mendasari konsumen memutuskan melakukan pembelian terhadap suatu produk adalah sebagai berikut:

a. Pengenalan masalah

Tahapan ini konsumen menyadari adanya permasalahan dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan sehingga pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tersebut dengan cara mengumpulkan informasi dari berbagai konsumen.

b. Pencarian informasi

Pencarian informasi pada tahap ini terbagi kedalam dua bagian, pertama yaitu pencarian internal berupa mengingat informasi yang telah disimpan, kemudian pencarian eksternal berupa informasi yang diperoleh dari luar. Hal yang mendorong konsumen berminat terhadap suatu produk atau jasa dikarenakan konsumen tersebut telah mendapatkan informasi secara detail. Sumber informasi yang diperoleh konsumen terbagi ke dalam beberapa bagian diantaranya adalah pertama sumber pribadi melalui pertemanan, tetangga, keluarga maupun dari seorang kenalan. Kedua yaitu sumber komersial berupa iklan, tenaga penjualan, pameran, dan lain sebagainya. Kemudian ketiga yaitu sumber umum yang berarti diperoleh dari media massa, organisasi dan terakhir yaitu sumber pengalaman melalui pemeriksaan, penanganan, menggunakan suatu produk dan lain sebagainya.

c. Evaluasi alternatif

Tahapan ini konsumen berupaya untuk tidak terlalu menaruh harapan yang tidak pasti, sehingga bagi para pemasar perlu menyediakan berbagai macam sumber informasi yang jelas untuk mengurangi adanya risiko.

d. Keputusan pembelian

Tahapan ini seorang konsumen perlu mengambil suatu tindakan apakah konsumen tersebut membeli suatu produk atau tidak.

e. Konsumsi *pasca* pembelian dan evaluasi

Pada tahapan ini konsumen telah memutuskan untuk menggunakan suatu produk dan pada tahapan ini konsumen bisa memberikan pendapat apakah iya puas atau tidak terhadap produk yang digunakannya.

2.1.6. Mahasiswa

UU No. 12/ 2012 Pasal 1 Angka 15 menyatakan bahwa Mahasiswa merupakan peserta didik yang sedang menempuh pendidikan di jenjang Pendidikan Tinggi. Mahasiswa yaitu suatu panggilan untuk individu yang sedang menjalankan pendidikan tinggi di perguruan tinggi yang terdiri dari sekolah tinggi, akademi, hingga universitas (Rizki, 2018). Mahasiswa mengandung dua arti yang berbeda yaitu maha berarti lebih tinggi dari sekedar pelajar dan siswa sebagai pelajar. Hal ini disimpulkan bahwa mahasiswa mempunyai arti sebagai terpelajar yang tidak hanya belajar secara akademik, melainkan siswa yang mempunyai inovasi maupun kreativitas yang tinggi di bidangnya masing-masing dan yang paling utama adalah mempunyai rasa tanggung jawab yang lebih tinggi dibandingkan di sekolah-sekolah sebelumnya (Elisa, 2020). Mahasiswa dalam penelitian ini berasal dari STEI Indonesia, UNJ, UMB, UHAMKA, UNAS, Universitas Mpu Tantular, Universitas Pancasila, UNSURYA, Universitas YAI, Universitas Bina Sarana Informatika, Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.

Mahasiswa diartikan sebagai kelompok akademisi yang sedang menjalankan pendidikan di jenjang lebih tinggi kemudian diharapkan menjadi calon penerus masa depan bangsa dan secara umum dipercayai oleh masyarakat sebagai seseorang yang mempunyai intelektual diatas rata-rata manusia lainnya (Rusdiansyah, 2021). HR., (2020) mahasiswa diartikan sebagai bagian dari masyarakat yang sedang melewati proses pengembangan ilmu pengetahuan di perguruan tinggi serta mempunyai ide-ide untuk kepentingan umum. Mahasiswa mempunyai suatu peran sebagai penggerak perubahan yang lebih baik melalui berbagai ilmu, gagasan, pengetahuan yang dimilikinya serta dituntut untuk mampu berpikir secara ilmiah tentang nilai-nilai yang ada dalam masyarakat. Tingkat intelektual dari seorang mahasiswa disetarakan dengan tingkat moralitasnya. Dengan demikian hal tersebut menyebabkan mahasiswa diharapkan menjadi contoh dan penggerak perbaikan moral kearah lebih baik di suatu masyarakat yang dapat memberikan saran, kritik maupun solusi di tengah permasalahan sosial yang sedang terjadi. Penelitian ini menggunakan sasaran dikalangan mahasiswa yang berstatus aktif dan sedang menjalankan pendidikan di wilayah kota DKI Jakarta pada bulan Mei 2022.

2.2. Review Penelitian Terdahulu

Penelitian Luthfi & Pujiyono (2017). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, pendapatan, religiusitas, kepercayaan, motif ekonomi, dan pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa santri di bank syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa santri di wilayah Pondok Pesantren Madinah Munawwarah, Luhur Wahid Hasyim, dan Darul Falah Semarang. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan metode *quota sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 180 responden. Data sekunder diperoleh dari Bank Indonesia kemudian data primer diperoleh melalui kuesioner kemudian data diolah menggunakan SPSS versi 20. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, dan observasi. Dari hasil wawancara beberapa responden ditemukan bahwa semakin tinggi kepercayaan mahasiswa santri terhadap bank syariah maka probabilitas menabung juga akan semakin tinggi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa uji validitas, uji reabilitas, dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, pendapatan, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel y, sedangkan variabel kepercayaan, motif ekonomi dan pelayanan menyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel y yaitu preferensi menabung mahasiswa santri di bank syariah.

Penelitian Mujaddid & Nugroho (2019). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelajar SMK perbankan syariah berminat menabung di bank syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah pelajar SMK kelas XI dan XII dengan program studi perbankan syariah. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive random sampling* yang dihitung menggunakan rumus slovin sebanyak 72 pelajar. Penelitian ini menggunakan data berupa data primer dengan pendekatan kuantitatif dan diolah menggunakan SPSS versi 23. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pra observasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara *parsial* variabel reputasi, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah sedangkan variabel pengetahuan dan lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Penelitian Hasanah & Fadhilatul (2019). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk, dan

kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah berdasarkan uji *parsial* dan uji *simultan*. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah mahasiswa UMP di Palembang sebanyak 9.926 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah *proportional random sampling* dengan 99 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder dengan pendekatan kuantitatif. Kemudian data diolah menggunakan SPSS versi 20 dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara *simultan* variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan uji t pada variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah sedangkan variabel pengetahuan, kualitas produk, kualitas pelayanan menunjukkan tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah.

Penelitian Suryaningrum (2021). Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung di bank syariah. Jenis data dalam penelitian ini berupa data primer dan data diolah menggunakan WarpPLS 7.0. Analisis data menggunakan reliabilitas, validitas, dan hipotesis. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2017 yang sedang menjalankan pendidikan di tingkat S1 di Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur sebanyak 281 responden dan UIN Sunan Ampel Surabaya pada angkatan 2017 sebanyak 79 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *simple random sampling*. Hasil penelitian menggunakan uji hipotesis *Partial Least Square* (PLS) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan bagi hasil mempunyai pengaruh positif yang signifikan, sedangkan pada variabel religiusitas, lokasi, rekomendasi orang tua, dan *disposable income* tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

Penelitian Adilla, Eliyanora, & Handayani (2021). Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa pada bank syariah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menjalankan pendidikan di perguruan tinggi negeri maupun swasta yang berada di wilayah Kota Padang, diantaranya yaitu Politeknik

Negeri Padang (PNP), Universitas Andalas (UNAND), Universitas Negeri Padang (UNP) Universitas Eka Sakti (UNES), Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling* sebanyak 155 responden. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan survei dengan mengolah data menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara *parsial* variabel pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah sedangkan variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap y.

Penelitian Hasibuan & Wahyuni (2020). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai Islam terhadap keputusan menggunakan tabungan di perbankan syariah. Dalam penelitian ini menggunakan analisis dan jenis data melalui pendekatan secara kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dengan hasil angket dan data sekunder dari buku, dokumen, *literature review*, artikel, dan internet. Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling*. Kemudian teknik yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi dokumentasi, observasi dan kuesioner (angket). Populasi dalam penelitian ini yaitu penduduk kota Langsa sebanyak 172.796 responden serta menggunakan rumus slovin. Dalam penelitian ini terkait penentuan sampel memakai rumus slovin sebanyak 100 responden dengan sampelnya adalah masyarakat di kota Langsa yang telah mengisi kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan pengolahan berupa uji validitas dan reliabilitas melalui tabulasi kuesioner dengan mengolah data menggunakan SPSS versi 17. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat berpengaruh secara *parsial* (uji t) terhadap keputusan menggunakan produk tabungan perbankan syariah.

Penelitian Swastawan & Dewi (2021). Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh pendapatan, suku bunga, religiusitas, dan financial attitude terhadap minat menabung beryadnya pada masyarakat di desa tajun. Dalam

penelitian ini, jumlah populasi yang diambil mencapai 388 responden pada kedua nasabah yang berasal dari Lembaga Perkreditan Desa hingga BUMDes. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 responden yang dihitung menggunakan rumus slovin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang menggunakan data primer dan pengumpulan data melalui kuesioner. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa variabel pendapatan, religiusitas, suku bunga, *financial attitude* berpengaruh secara *parsial* terhadap minat menabung masyarakat di desa tajun. Hal ini berkaitan dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa pendapatan dan religiusitas berpengaruh terhadap tingkat menabung seseorang untuk dipergunakannya di masa mendatang.

Penelitian Johan, Dali, Suki, & Hafit (2017). Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis niat individu untuk memiliki syariah kepatuhan dalam kartu kredit, dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat terhadap syariah kartu kredit yang berlaku. Populasi yang digunakan adalah nasabah dari Malaysia tepatnya di wilayah Klang Valley sebanyak 100 responden dan penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 76 responden. Penentuan sampel ini menggunakan *purposive sampling* dengan skala pengukuran berupa skala likert. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data berupa *Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least Square (PLS)* versi 3.2.6. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap, kontrol perilaku, kepatuhan syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kartu kredit syariah yang berlaku, sedangkan variabel norma subjektif, pengetahuan, dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap kartu kredit syariah yang berlaku.

Penelitian Jedidia & Boubakri (2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat di wilayah Tunisia terhadap niat menabung di perbankan syariah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penduduk yang berada di wilayah Tunisia. Sampel dalam penelitian ini adalah responden yang memasuki usia dewasa dengan kisaran umur sekitar 18 tahun keatas sebanyak 150 responden, dengan mayoritas responden berusia 20–60 tahun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan instrumen penelitian berupa pembagian kuesioner kepada responden yang berada di wilayah Tunisia. Temuan dari penelitian ini adalah hampir separuh dari responden dalam

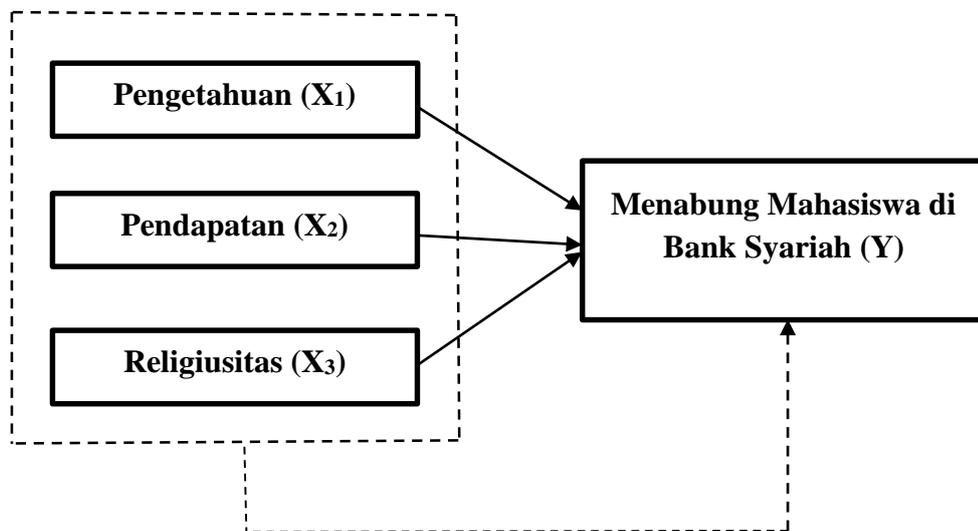
penelitian ini menyatakan bahwa faktor agama mengenai adanya larangan bunga menjadi faktor yang sangat penting ketika memilih menggunakan produk dari perbankan syariah. Faktor lain yang menjadi penyebab responden menggunakan produk di perbankan syariah yaitu dengan adanya tingkat kesadaran atau pemahaman yang tinggi, walaupun masih belum merata sehingga masih ada beberapa yang belum menggunakan rekening di perbankan syariah. Oleh karena itu, untuk meningkatkan jumlah populasi dalam menggunakan produk yang tersedia di bank syariah dengan cara penyebaran pemahaman yang merata, pengembangan strategi pemasaran serta pelayanan yang lebih baik akan berpengaruh terhadap menabung di perbankan syariah terutama di wilayah Tunisia.

Penelitian Yildirim & Cakar (2018). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh preferensi UKM (Usaha Kecil dan Menengah) terhadap penggunaan tabungan dan investasi di perbankan syariah tepatnya di wilayah Turki. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode penelitian ini berupa penelitian survei dengan cara membagikan kuesioner kepada responden. Metode pengambilan sampel berupa *convenience sampling* dan menggunakan skala likert poin 1-5. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di wilayah Turki dengan menggunakan alat analisis uji berupa metode Bartlett's Globalization dan Kaiser-Geiger-Olkin (KMO). Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat UKM sebanyak 482 responden. Temuan dari penelitian ini adalah mayoritas UKM di wilayah Turki berpendapat bahwa informasi dan pengetahuan yang cukup dimiliki tiap individu sangatlah berpengaruh terhadap penggunaan dari produk perbankan syariah. Mayoritas penduduk di wilayah Turki terutama yang sesuai dengan sampel dalam penelitian ini berpendapat bahwa mereka sangat puas dalam menggunakan produk maupun pelayanan yang tersedia di perbankan syariah. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa faktor kualitas layanan, pengakuan, transparansi dan keandalan sangat berpengaruh terhadap penggunaan perbankan syariah yang dilakukan oleh UKM di wilayah Turki. Namun hal ini berbeda dari segi sensitivitas keagamaan yang menunjukkan hasil yang positif tetapi tidak signifikan terhadap penggunaan perbankan syariah di wilayah Turki.

2.3. Kerangka Konseptual Penelitian

2.3.1. Kerangka Fikir

Kerangka fikir dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian, diantaranya yaitu variabel *independen* dan variabel *dependen*. Variabel *independen* meliputi variabel pengetahuan (X_1), pendapatan (X_2) dan religiusitas (X_3) kemudian pada variabel *dependen* yaitu menabung mahasiswa di bank syariah yang dapat di gambarkan sebagai berikut:



Keterangan: Pengaruh secara parsial = —————→

Pengaruh secara simultan = - - - - - →

Gambar 2.1.
Kerangka Konseptual Penelitian

2.3.1.1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Menabung Mahasiswa di Bank Syariah

Penelitian Suhardi (2020) menyatakan bahwa pengetahuan merupakan segala informasi yang didapatkan seseorang untuk memperoleh suatu pemahaman atau pembelajaran melalui pengamatan akal. Dengan demikian, pengetahuan dapat diperoleh ketika seseorang menggunakan akal pikirannya untuk mengenali kejadian tertentu yang belum pernah ditemukan sebelumnya. Suryanti, Lesmana, & Mubarok (2021) menabung adalah tindakan dimana individu menyalurkan uang yang dimilikinya untuk disimpan dengan harapan uang tersebut dapat dipergunakan di masa mendatang.

Pada umumnya ketika seseorang memutuskan memilih menabung di bank berdasarkan keuntungan dan kemudahan yang diberikan, sehingga bank umum tersebut perlu untuk mengamati kebutuhan setiap nasabahnya. Produk yang sesuai dengan kebutuhan dapat mendorong seseorang untuk melaksanakan kegiatan menabung. Sumarwan (2011) dalam Widowati & Mustikawati (2018) mengatakan bahwa semakin besar pengetahuan yang diperoleh seseorang maka akan semakin besar pula pandangan individu pada suatu kejadian. Pada saat individu mempunyai pengetahuan yang besar, maka individu tersebut dapat mengambil keputusan dengan lebih bijak, efisien dan tepat waktu pada saat mengolah informasi. Pengetahuan yang berhubungan dengan produk dapat mendorong seseorang untuk mempertimbangkan keputusan produk tabungan sesuai dengan tingkat kebutuhan, mengorbankan waktu dan biaya, serta keinginan untuk mempertahankan rekening tabungan yang dimilikinya.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suryaningrum (2021) bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

2.3.1.2. Pengaruh Pendapatan terhadap Menabung Mahasiswa di Bank Syariah

Novitasari & Ayuningtyas (2021) pendapatan merupakan sejumlah uang yang berasal dari orang tua atau mahasiswa yang telah bekerja kemudian uang tersebut dapat dipergunakan untuk mencukupi kebutuhan seseorang. Berdasarkan penelitian Nuraeni & Umaryati (2018) menyebutkan bahwa menabung adalah perbuatan yang dianjurkan dalam Islam untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi persoalan yang tidak diinginkan serta melaksanakan perencanaan lebih awal untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang. Salah satu motivasi dalam menabung dan berinvestasi yaitu untuk menyikapi keadaan yang serius di masa mendatang yang harus membutuhkan dana yang besar. Oleh karena itu, menabung dapat membuat individu belajar untuk menentukan segala sesuatu mana yang prioritas dan yang bukan prioritas (Desyaningrum, 2021).

Keynes, pendapatan yang diperoleh dari masing-masing individu dapat diperbelanjakan untuk kegiatan konsumsi maupun keperluan simpanan atau menabung. Hal ini dikarenakan perilaku seseorang dalam mengonsumsi dan menabung sangat berpengaruh terhadap pendapatannya. Semakin besar pendapatan seseorang, maka akan semakin besar pula konsumsi dan jumlah tabungannya dan semakin menurun suatu pendapatan yang dimiliki seseorang, maka kesempatan untuk menabung dan mengonsumsi sesuatu juga akan semakin rendah. Dengan demikian, fasilitas yang terdapat di bank dapat dipergunakan oleh masyarakat sebagai tempat penyimpanan menabung yang lebih terjamin tingkat keamanannya (Marlina & Iskandar, 2019).

Penelitian yang dilakukan Swastawan & Dewi (2021) mengatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di desa tajun.

2.3.1.3. Pengaruh Religiusitas terhadap Menabung Mahasiswa di Bank Syariah

Penelitian Hasanah & Fadhilatul (2019) mengemukakan religiusitas yaitu hubungan keterkaitan di antara hasil perwujudan ekspresi seseorang dengan agama yang dianutnya serta mengandung penghayatan terhadap suatu nilai hingga mendorong seseorang dalam berperilaku. Penelitian Nuraeni & Umaryati (2018) menabung adalah perbuatan yang dianjurkan dalam Islam untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi persoalan yang tidak diinginkan serta melaksanakan perencanaan lebih awal untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang. Pramudani & Fithria (2021) menabung dalam agama Islam yaitu solusi utama bagi seseorang dalam melaksanakan syariat agama. Kemudian ketika menabung di bank syariah tidak adanya bunga melainkan sistem bagi hasil menjadikan suatu dasar religiusitas seseorang untuk menabung. Penelitian ini dilakukan oleh ABS, et al. (2019) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah kota Malang.

2.3.1.4. Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Religiusitas terhadap Menabung Mahasiswa di Bank Syariah

Penelitian Adilla, Eliyanora, & Handayani (2021) menyatakan bahwa sistem perbankan yang berlandaskan pada hukum Islam yang mempunyai prinsip syariah dikenal dengan nama bank syariah. Penelitian yang dilakukan Hidayati (2018) menyatakan bahwa pengetahuan, pendapatan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, hal ini diperkuat dalam penelitian Luthfi & Pujiyono (2017) yang mendapatkan hasil bahwa pengetahuan, pendapatan, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas mahasiswa santri menabung di perbankan syariah. Namun berbeda dengan penelitian Wulandari, N. P., & Suryaningrum, D. H. (2021) yang menyatakan bahwa religiusitas dan *disposable income* tidak memiliki pengaruh, sedangkan pengetahuan terhadap produk bank syariah memiliki pengaruh positif dengan ketertarikan mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

2.3.2. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang kebenarannya perlu dibuktikan terlebih dahulu, sedangkan pengujian adalah suatu proses dengan melakukan uji untuk mengetahui kebenaran. Berdasarkan landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu, maka dapat diturunkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan berpengaruh positif terhadap menabung mahasiswa di bank syariah.
- 2) Pendapatan berpengaruh positif terhadap menabung mahasiswa di bank syariah.
- 3) Religiusitas berpengaruh positif terhadap menabung mahasiswa di bank syariah.
- 4) Pengetahuan, pendapatan, dan religiusitas berpengaruh positif terhadap menabung mahasiswa di bank syariah.