

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Informasi Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. (Studi Kasus pada Mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung)”, Ditulis oleh Nanda Fatmawati, NIM 17401163146, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing: Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., M.M.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh adakah perbedaan minat antara mahasiswa yang berasal dari perguruan tinggi berbasis agama dan perguruan tinggi berbasis non agama terhadap minat menabung di bank syariah. Serta bagaimana perbankan syariah dapat menarik nasabah khususnya mahasiswa agar tertarik menggunakan jasa perbankan syariah, maka strategi yang harus digunakan dengan melihat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mendeskripsikan pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 2) Untuk mendeskripsikan pengaruh pendapatan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 3) Untuk mendeskripsikan pengaruh informasi produk terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 4) Untuk mendeskripsikan pengaruh lokasi terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 5) Untuk mendeskripsikan pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 6) Untuk mendeskripsikan pengaruh religiusitas, pendapatan, informasi produk, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis uji validitas dan reliabelitas, uji multikolinieritas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, uji determinasi, dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian diolah menggunakan SPSS 16.0 hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa, 1) Variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 2) Variabel pendapatan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 3) Variabel informasi produk berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 4) Variabel lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 5) Variabel promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, 6) Berdasarkan penelitian ini pengaruh variabel religiusitas, pendapatan, informasi produk, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah sebesar 30,7% mahasiswa IAIN Tulungagung dan sebesar 24,1% di STKIP PGRI Tulungagung.

Kata Kunci : Religiusitas, Pendapatan, Informasi Produk, Lokasi, Promosi dan Minat Menabung

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Religiosity, Income, Products Information, Location and Promotion against Interest of Students Saving in Islamic Banks. (Case Study of Students at IAIN Tulungagung and STKIP PGRI Tulungagung)", Written by Nanda Fatmawati, NIM 17401163146, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Islamic Banking, State Islamic Institute of Tulungagung, Mentor: Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., M.M.

The research in this thesis is motivated by is there a difference in interest between students who come from faith religious based tertiary institutions and non religious based tertiary institutions towards saving interest in Islamic Banking. As well as how Islamic Banking can attract customers especially students to be interested in using Islamic Banking services, the strategy must be used by looking at factors that influence consumer behavior.

Purposif of the research is : 1) To find of the effect of religiosity on saving interest students in the islamic banks, 2) To find of the effect of income on saving interest students in islamic banks, 3) To find of the effect of product information on saving interest students in islamic banks, 4) To find of the effect of location on saving interest students in islamic banks, 5) To find of the effect of promotion on saving interest students in islamic banks, 6) To find of the effect of religiosity, income, product information, location, and promotion simultaneously influences the saving interest students in islamic banks.

This research uses a quantitative research approach with the type of associative research. The data used are primary data obtained from the results of a questionnaire distributed to students of IAIN Tulungagung and STKIP PGRI Tulungagung. In this study using the analysis method of validity and reliability test, multicollinearity test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, determination test, and the classic assumption test.

The results of the study were processed using SPSS 16.0 hypothesis testing results can be concluded that, 1) The variable of religiosity affects the saving interest students in islamic banks, 2) The income variable influences the saving interest students in islamic banks, 3) The product information variables influences the saving interest students in islamic banks, 4) Location variable influences the saving interest students in islamic banks, 5) Promotion variable influences the saving interest students in islamic banks, 6) Based on this study the effect of the variables of religiosity, income, product information, location, and promotion simultaneously influences to the saving interest students in islamic banks by 30,7% students of IAIN Tulungagung and by 24,1% in STKIP PGRI Tulungagung.

Keywords: Religiosity, Income, Product Information, Location, Promotion and Saving Interest