

ABSTRAK

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan sistem operasional usahanya sesuai dengan syariah Islam. Perkembangan bank syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup signifikan, walaupun demikian eksistensi bank syariah sebagai lembaga keuangan berbasis syariah masih belum bisa menyamai perkembangan bank konvensional. Ini dibuktikan dengan masih banyaknya masyarakat yang belum mengenal bank syariah serta jumlah nasabah yang masih sangat kurang jika dibandingkan dengan bank konvensional. Minat nasabah untuk menabung di bank syariah dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun internal, termasuk dorongan dari dalam diri calon nasabah maupun pengaruh dari lingkungan sekitarnya.

Kurangnya market share bank syariah inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menguji pengaruh beberapa variabel yang mungkin akan menjadi faktor yang bisa menarik minat nasabah untuk menabung di bank syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Inovasi Produk, Budaya Masyarakat, dan Religiusitas terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan jenis penelitian asosiatif, pengambilan sampel menggunakan teknik *Non probability sampling* dengan *Accidental Sampling*, menggunakan sumber data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada nasabah menabung, dan pengujian data menggunakan analisis data statistik dengan uji instrument data dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis untuk memperoleh hasil tolak atau terima hipotesis penelitian.

Diperoleh hasil penelitian yang dapat diambil kesimpulan bahwa 1) variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, 2) variabel budaya masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, 3) variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, 4) secara simultan atau bersama-sama inovasi produk, budaya masyarakat, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

Kata Kunci: Budaya Masyarakat, Inovasi Produk, Minat Menabung Nasabah, Religiusitas

ABSTRACT

Islamic banks are financial institutions that carry out their business operational systems in accordance with Islamic sharia. The development of Islamic banks in Indonesia has progressed quite significantly, however, the existence of Islamic banks as sharia-based financial institutions has not been able to match the development of conventional banks. This is evidenced by the fact that there are still many people who are not familiar with Islamic banks and the number of customers who are still very low when compared to conventional banks. Customers' interest in saving at Islamic banks can be influenced by external and internal factors, including encouragement from within the prospective customer and the influence of the surrounding environment.

The lack of market share of Islamic banks is what makes researchers interested in conducting research by examining the influence of several variables that might be factors that can attract customers to save at the Indonesian Islamic bank KCP Tulungagung Sudirman. This study aims to determine the effect of Product Innovation, Community Culture, and Religiosity variables on customer interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman. The method used in this study is a quantitative method, with associative research type, sampling using non-probability sampling technique with accidental sampling, using primary data sources obtained through distributing questionnaires to saving customers, and testing data using statistical data analysis with data instrument tests. by testing the validity, reliability, classical assumption test, multiple linear regression and hypothesis testing to obtain the results of rejecting or accepting the research hypothesis.

The results of this study can be concluded that 1) product innovation variables have a significant effect on customer interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, 2) community culture variables have a significant effect on customer interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, 3) variable religiosity have a significant effect on customer interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, 4) simultaneously or together product innovation, community culture, and religiosity have a significant effect on customer interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

Keywords: Community Culture, Interest in Saving Customers, Product Innovation, Religiosity