

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Produk dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah” ini ditulis oleh Miftakhul Bahrur Roziq, NIM. 12401173337, Pembimbing Citra Mulya Sari, M.E.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat persaingan yang tinggi antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non syariah. Dimana bank syariah dituntut untuk dapat menarik nasabah khususnya mahasiswa agar tertarik menggunakan jasa perbankan syariah. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung.

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah: (1) Menguji pengaruh persepsi, pengetahuan produk dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah, (2) Menguji pengaruh persepsi terhadap minat menabung mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah, (3) Menguji pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah, (4) Untuk menguji pengaruh aksesibilitas terhadap minat menabung mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah,

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada responden mahasiswa Perbankan Syariah. Data kuesioner dianalisis menggunakan SPSS 16.0 dengan melakukan beberapa tahap uji analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan F) dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel persepsi, pengetahuan produk dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah (2) variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah (3) variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah (4) variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah.

Kata kunci: Persepsi, Pengetahuan Produk, Aksesibilitas dan Minat Menabung di Bank Syariah.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Perception, Product Knowledge and Accessibility of Islamic Banking Students of the State Islamic University SATU of Tulungagung Interest in Saving on Sharia Banking" written by Miftakhul Bahrur Roziq, Register Number. 12401173337, Advisor: Citra Mulya Sari, M.E.

This research is motivated by high level of competition between Islamic and non-Islamic financial institutions. Where Islamic banks are required to be able to attract customers, especially students to be interested in using Islamic banking services. One strategy that can be used is to look at the factors that influence interest in saving.

The research objectives in this thesis are: (1) To examine the effect of perception, product knowledge and accessibility together on the interest in saving students at the State Islamic University SATU of Tulungagung in Islamic Banks, (2) To examine the effect of perception together on the interest in saving students at the State Islamic University SATU of Tulungagung in Islamic Banks, (3) To examine the effect of product knowledge together on the interest in saving students at the State Islamic University SATU of Tulungagung in Islamic Banks, (4) To examine the effect of accessibility together on the interest in saving students at the State Islamic University SATU of Tulungagung in Islamic Banks.

This research uses a quantitative approach to the type of associative research. In this study the data used are primary data obtained from questionnaires distributed to Islamic Banking student respondents. Questionnaire data were analyzed using SPSS 16.0 by conducting several stages of data analysis test, validity test, reliability test, normality test, classic assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test (t and F test) and coefficient of determination.

The results of this research indicate that (1) The variables of perception, product knowledge and accessibility variable have a positive and significant effect together towards students' interest of State Islamic University SATU of Tulungagung saving on Islamic Banks, (2) The variable of perception variables has a positive and significant effect towards students' interest of State Islamic University SATU of Tulungagung saving on Islamic Banks, (3) The variable of product knowledge has a positive and significant effect towards students' interest of State Islamic University SATU of Tulungagung saving on Islamic Banks, (4) The variable of accessibility has a positive and not significant effect towards students' interest of State Islamic University SATU of Tulungagung saving on Islamic Banks.

Keywords: *Perception, Product Knowledge, Accessibility and Savings Interest in Islamic Banks*