

## **ABSTRAK**

Penelitian dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah”. ditulis oleh Intan Novalia Putri, NIM.12401183182, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. UIN SATU Tulungagung. Yang di bimbing oleh Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

Perbankan merupakan lembaga yang berperan memutar roda perekonomian dasar menghimpun dan mengelola dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan maupun kredit. Maka kemudian penting meningkatkan minat menabung yang merupakan suatu perilaku seseorang untuk menyisihkan sebagian uang yang dimilikinya di bank sehingga komponen masyarakat yang layak dijadikan pertimbangan untuk menambah jumlah nasabah yaitu mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Untuk menguji apakah Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah 2) Untuk menguji apakah Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah 3) Untuk menguji apakah Pengaruh Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah 4) Untuk menguji apakah Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah 5) Untuk menguji apakah Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah 6) Untuk menguji apakah Pengaruh Secara Simultan Religiusitas, Pengetahuan, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah.

Metode dalam penelitian ini yaitu kuantitatif asosiatif dengan sampel 75 mahasiswa program studi perbankan syariah Angkatan 2018. Teknik

analisis data menggunakan analisis residual, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian ini adalah: 1) Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah 2) Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank Syariah 3) Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah 4) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah 5) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah 6) Religiusitas simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

**Kata Kunci: Lokasi, Minat Menabung, Pengetahuan, Produk, Promosi, Religiusitas**

## **ABSTRACT**

*The research was conducted with the title "The Influence of Religiosity, Knowledge, Product, Location and Promotion on Students' Interest in Savings in Islamic Banks". written by Intan Novalia Putri, NIM.12401183182, Student of Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business. UIN ONE Tulungagung. Supervised by: Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.*

*Banking is an institution that plays a role in turning the wheels of the basic economy in collecting and managing funds from the public in the form of savings and credit. So then it is important to increase interest in saving which is a person's behavior to set aside some of the money he has in the bank so that a worthy component of society is taken into consideration to increase the number of customers, namely students.*

*The formulation of the problem in this study are: 1) What is the Effect of Religiosity on Students' Interest in Savings in Islamic Banks 2) What is the Effect of Knowledge on Students' Interest in Savings in Islamic Banks 3) What is the effect of Products on Students' Savings Interest in Islamic Banks 4) What is the influence of location on students' saving interest in Islamic banks 5) What is the effect of Promotion on Students' Savings Interest in Islamic Banks 6) What is the Simultaneous Effect of Religiosity, Knowledge, Product, Location and Promotion on Students' Interest in Savings at Islamic Banks.*

*The method in this study is quantitative associative with a sample of 75 students of the 2018 Islamic banking study program. The data analysis technique uses residual analysis, classical assumption test, hypothesis testing and determination test (R<sup>2</sup>).*

*The results of this study are: 1) Religiosity has an effect on the saving interest which has a positive and significant effect. 2) Knowledge has an effect on the saving interest which has a positive and significant effect. 3) Product has a positive and significant effect on saving interest. 4) Location has a positive and significant effect on the saving interest. 5) Promotion has a positive and significant effect on the saving interest. 6) Religiosity simultaneous effect on saving interest is declared to have a positive and significant effect.*

**Keywords: Location, Saving Interest, Knowledge, Product, Promotion, Religiosity**