

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Geografis, Demografis, dan Psikografis Terhadap Minat Menabung Masyarakat (Studi Kasus Desa Jatiprahu, Kec. Karang Kab. Trenggalek)” ini ditulis oleh Nadya Widiasanova, NIM. 12401173484, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, yang dibimbing oleh Ahmad Syaichoni, M.Sy

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini sedang mengalami kemajuan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya Bank Konvensional yang membyka Unit Usaha Syariah. Namun perkembangan Bank Syariah tersebut belum mampu mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menguji pengaruh Pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah, (2) menguji pengaruh Promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah, (3) menguji pengaruh Geografis terhadap minat menabung di Bank Syariah, (4) menguji pengaruh Demografis terhadap minat menabung di Bank Syariah, dan yang terakhir (5) menguji pengaruh Psikografis terhadap minat menabung di Bank Syariah. (6) menguji pengaruh Pengetahuan, Promosi, Geografis, Demografis, dan Psikografis terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 113 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Pengolahan data yang digunakan yaitu SPSS 16. Pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. (2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. (3) Geografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. (4) Demografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. (5) Psikografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. (6) Pengetahuan, Promosi, Geografis, Demografis, dan Psikografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

**Kata Kunci:** Minat Menabung, Pengetahuan, Promosi, Geografis, Demografis dan Psikografis

## ABSTRACT

The thesis entitled “ The Influence of Knowledge, Promotion, Geographical, Demographic, and Psychographic on people’s interest in saving (case study of Jatiprahu Village, Karangany District, Trenggalek Regency)” was written by Nadya Widiyanova, NIM 12401173484, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah, supervised by Ahmad Syaichoni, M. Sy

This research is motivated by the development of Islamic banking in Indonesia which is currently progressing. This is evidenced by the large number of Conventional Banks that open Islamic Business Units. However, the development of Islamic Banks has not been able to influence public interest in becoming customers of Islamic Banks.

This study aims to (1) examine the effect of knowledge on the intention to save in Islamic Banks. (2) examine the effect of Promotion on the intention to save in Islamic Banks. (3) examine the effect of Geographical influence on the intention to save in Islamic Banks. (4) examine the effect of Demographics on the intention to save in Islamic Banks, and (5) examine the effect of the Psychographics on the intention to save in Islamic Banks. (6) knowledge, promotion, geographich, demograpich, and psikograpich on the intention to save in Islamic Banks.

This study uses a quantitative approach and associative research types. The data source used primary data with a total sample of 113 respondents. The data collection technique used is a questionnaire. The data processing used is SPSS 16. In this study using validity tests, reability tests, clasical assumption tests, and multiple linier regression tests.

The results of this study indicate that (1) Knowledge has a positive and significant effect on people’s interest in saving. (2) Promotion has a positive and significant effect on people’s interest in saving. (3) Geographical has a significant positive effect on people’s interest in saving. (4) Demographichs have a positive and significant effect on people’s interest in saving. (5) Psychographics has a positive and significant effect on people’s interest in saving. (6) knowledge, promotion, geographich, demograpich, and psikograpich have a positif and significant effect on people’s interest in saving.

**Keyword:** Interest in saving, Knowledge, Promotion, Geographic, Demographic an Psychographic.