



**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT MILENIAL KOTA
PADANGSIDIMPUAN DI BANK SYARIAH DENGAN HALAL
LIFESTYLE SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

TESIS

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

Rofiki Hasan Lubis

NIM: 2150200027

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025



**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT MILENIAL KOTA
PADANGSIDIMPUAN DI BANK SYARIAH DENGAN HALAL
LIFESTYLE SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

TESIS

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Oleh:
Rofiki Hasan Lubis
NIM: 2150200027

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**

2025



**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT MILENIAL KOTA
PADANGSIDIMPUAN DI BANK SYARIAH DENGAN HALAL
LIFESTYLE SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

TESIS

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**Rofiki Hasan Lubis
NIM: 2150200027**



PEMBIMBING I

**Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
197808182009011015**

PEMBIMBING II

**Dr. Rukiah, S.E., M.Si.
197603242006042002**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**

Hal: Tesis

a.n. Rofiki Hasan Lubis

Padangsidempuan, 27 Mei 2025

Kepada Yth:

Direktur Pascasarjana program magister
di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap Tesis a.n. **Rofiki Hasan Lubis** yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah Dengan Halal Lifestyle Sebagai Variabel Moderating" maka kami berpendapat bahwa Tesis ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Magister Ekonomi (M.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan tesis-nya ini.

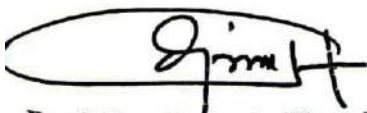
Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015



Dr. Rukiah, S.E., M.Si.
NIP. 19760324 200604 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQOSYAH

Nama : Rofiki Hasan Lubis
NIM : 2150200027
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan Di Bank Syariah Dengan Halal Lifestyle Sebagai Variabel Moderating

NO.	NAMA	TANDA TANGAN
1.	Dr. Utari Evi Cahyani., S.P., M.M Ketua/Penguji Isi dan Bahasa	
2.	Dr. Rukiah., S.E., M.Si Sekretaris/Penguji ES	
3.	Prof.Dr.Darwis Harahap, S.E., M.Si Anggota/ Penguji Umum	
4.	Dr. Abdul Nasser Hasibuan., S.E., M.Si Anggota/ Penguji Utama	

Pelaksanaan Sidang Munaqosyah
di : Padangsidimpuan
Tanggal : 28 Mei 2025
Pukul : 08.00 WIB
Hasil/Nilai : 8,75 (A)



PERSYARATAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rofiki Hasan Lubis

Nomor Induk Mahasiswa : 2150200027

Tempat, Tanggal Lahir : Simpang Talap, 17 September 1995

Jenjang : Magister

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Tesis : Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan Di Bank Syariah Dengan Halal Lifestyle Sebagai Variabel Moderating

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Padang Sidempuan, 20 Juni 2025



Rofiki Hasan Lubis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Surat Pernyataan Menyusun Tesis Sendiri

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rofiki Hasan Lubis

NIM : 2150200027

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Tesis : Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan di Bank Syariah dengan Halal Lifestyle sebagai Variabel Moderating.

Menyatakan menyusun tesis sendiri tanpa meminta bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing dan tidak melakukan plagiarisme sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 26 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



Rofiki Hasan Lubis
2150200027

Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir
Untuk Kepentingan Akademik

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rofiki Hasan Lubis

NIM : 2150200027

Program Studi : Ekonomi Syariah

Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak bebas Royalti Non-Ekskresi Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty- Free Riht) Atas Karya ilmiah saya yang berjudul : **Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah dengan Halal Lifestyle sebagai Variabel Moderating.**

Dengan Hak Bebas Non-Eksklusif, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mangalih media/formatkan, mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dibut di : Padangsidempuan

Tanggal : Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



Rofiki Hasan Lubis
2150200027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: 1209 /Un.28/AL/PP.00.9/06/2025

JUDUL TESIS : Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap
Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan Di
Bank Syariah Dengan Halal Lifestyle Sebagai Variabel Moderating
NAMA : Rofiki Hasan Lubis
NIM : 2150200027

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Magister Ekonomi (M.E.)

Padangsidimpuan, Juni 2025

Direktur



Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL
NIP. 19680704 200003 1 003

ABSTRAK

Nama : Rofiki Hasan Lubis
NIM : 2150200027
Judul Tesis : Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah dengan Halal Lifestyle sebagai Variabel Moderating

Minat menabung pada bank syariah di Kota Padangsidempuan menjadi persoalan yang sangat penting, karena minat masyarakat milenial terhadap bank syariah yang lebih rendah dibandingkan dengan bank konvensional. Penyebab rendahnya minat menabung karena pengetahuan kurangnya pengetahuan keuangan dan kepercayaan masyarakat milenial. Tujuan penelitian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh pengetahuan keuangan dan kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat milenial kota padangsidempuan di bank syariah dengan *halal lifestyle* sebagai variabel moderating. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Untuk menentukan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan rumus *Isaac dan Michael* sehingga diperoleh 269 responden pada masyarakat milenial Kota Padangsidempuan. Riset ini menggunakan smart PLS.3. sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan, kepercayaan dan *halal lifestyle* berpengaruh secara langsung terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidempuan. Namun *halal lifestyle* sebagai variabel moderasi tidak efektif memoderasi pengetahuan keuangan dan kepercayaan terhadap minat menabung pada bank syariah di Kota Padangsidempuan. Hasil penelitian ini memiliki implikasi terhadap semua pihak bank syariah seperti Bank BSI, Bank Muamalat Indonesia dan bank yang berstatus usaha unit syariah di Kota Padangsidempuan agar para manajer maupun pihak direksi dapat meningkatkan pengetahuan keuangan dan kepercayaan masyarakat milenial Kota Padangsidempuan terhadap minat milenial dalam menabung di bank syariah. Selain dari faktor tersebut pihak bank syariah juga harus terus melihat berbagai macam faktor yang telah mampu meningkatkan minat milenial baik secara langsung maupun melalui faktor moderating dengan melihat hasil riset dari para peneliti relevan.

Kata Kunci: Pengetahuan Keuangan, Kepercayaan, *Halal Lifestyle*, Minat Menabung

ABSTRACT

Name : Rofiki Hasan Lubis
No. Reg : 2150200027
Title : The Influence of Financial Knowledge and Trust on Intention to Save in Millennial Society in Padangsidempuan City at Islamic Banks with Halal Lifestyle as a Moderating Variable

Intentions in saving at Islamic banks in Padangsidempuan City is a very important issue, because millennial people's intention in Islamic banks is lower than conventional banks. The cause of low savings intention is due to the lack of financial knowledge and trust of millennials. The purpose of this study was to see the extent of the influence of financial knowledge and trust on the intention in saving millennial society in Padangsidempuan city in Islamic banks with halal lifestyle as a moderating variable. The type of research used is quantitative. To determine the sample of this study using purposive sampling technique with the Isaac and Michael formula so that 269 respondents were obtained in the millennial community of Padangsidempuan City. This research uses smart PLS.3. as an analysis tool. The results showed that financial knowledge, trust and halal lifestyle had a direct effect on the intention to save for millennials in Padangsidempuan City. However, halal lifestyle as a moderating variable is not effective in moderating financial knowledge and trust in intentions in saving at Islamic banks in Padangsidempuan City. The results of this study have implications for all Islamic banks such as Bank BSI, Bank Muamalat Indonesia and banks with sharia unit business status in Padangsidempuan City so that managers and directors can increase financial knowledge and trust of millennials in Padangsidempuan City on millennial intention saving at Islamic banks. Apart from these factors, Islamic banks must also continue to see various kinds of factors that have been able to increase millennial intention both directly and through moderating factors by looking at the results of research from relevant researchers.

Keywords: Financial Knowledge, Trust, Halal Lifestyle, Intention to Save

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

المخلص

السم : روفيكي حسن لوبيس

الرقم القديم : ٢١٥٠٢٠٠٠٢٧

عنوان الرسالة : تأثير المعرفة المالية والثقة على الاهتمام بالادخار في مجتمعات جبل الألفية في مدينة بادانغسيدامبوان في البنوك الإسلامية مع نمط الحياة الحلال كمتغير معتدل

يعد الاهتمام بالادخار في البنوك الإسلامية في مدينة بادانغسيدامبوان مسألة مهمة للغاية، لأن اهتمام جبل ويرجع سبب انخفاض الاهتمام بالادخار إلى نقص المعرفة . الألفية بالبنوك الإسلامية أقل من البنوك التقليدية كان الغرض من هذه الدراسة هو معرفة مدى تأثير المعرفة المالية والثقة على . المالية والثقة لدى جبل الألفية الاهتمام بالادخار لدى جبل الألفية في مدينة بادانغسيدامبوان في البنوك الإسلامية مع أسلوب الحياة الحلال تم تحديد عينة هذه الدراسة باستخدام أسلوب أخذ . نوع البحث المستخدم هو البحث الكمي . كمتغير معتدل العينات الانتقائية باستخدام صيغة إسحاق ومايكل بحيث تم الحصول على ٢٦٩ مستجيباً في مجتمع جبل أظهرت النتائج أن . كأداة للتحليل ٣. الذكي . PLS يستخدم هذا البحث نظام . الألفية في مدينة بادانغسيدامبوان المعرفة المالية والثقة ونمط الحياة الحلال كان لها تأثير مباشر على الاهتمام بالادخار لدى جبل الألفية في ومع ذلك، فإن أسلوب الحياة الحلال كمتغير معتدل ليس فعالاً في تعديل المعرفة . مدينة بادانغسيدامبوان إن نتائج هذه الدراسة لها . المالية والثقة في الاهتمام بالادخار في البنوك الإسلامية في مدينة بادانغسيدامبوان آثار على جميع البنوك الإسلامية مثل بنك الشريعة الإندونيسي وبنك معاملات إندونيسيا والبنوك التي لها وضع وحدة أعمال الشريعة في مدينة بادانغسيدامبوان حتى يتمكن المدبرون والمدراء من زيادة المعرفة . المالية والثقة في مجتمع الألفية في مدينة بادانغسيدامبوان على اهتمام الألفية بالادخار في البنوك الإسلامية وبصرف النظر عن هذه العوامل، يجب على البنوك الإسلامية أيضاً مواصلة النظر في أنواع مختلفة من العوامل التي كانت قادرة على زيادة اهتمام جبل الألفية سواء بشكل مباشر أو من خلال العوامل المعتدلة الباحثون ذوو الصلة من خلال النظر في نتائج البحوث التي أجراها الباحثون ذوو الصلة

الكلمات المفتاحية: المعرفة المالية، والثقة، ونمط الحياة الحلال، والاهتمام بالادخار

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak di lambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>sa</i>	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>ha</i>	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>zal</i>	ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>ṣad</i>	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	<i>ḍad</i>	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>ṭa</i>	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>ẓa</i>	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>‘ain</i>	‘.	Koma terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Ki
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
ه	<i>Ha</i>	H	Ha

ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—/	<i>fathah</i>	A	A
—/	<i>Kasrah</i>	I	I
—وْ	<i>dommah</i>	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
..... ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
وْ.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي..... اَ...	<i>fat hah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
..... ي	Kasrah dan ya	i	I dan garis di bawah
وْ.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

أ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan

kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu‘alaikum Wr. Wb.

Syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa atas segala petunjuk dan bantuanNya, Tesis ini berhasil diselesaikan dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan di Bank Syariah dengan *Halal Lifestyle* sebagai Variabel Moderating”, sebagai syarat untuk meraih gelar Magister Ekonomi dari Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Salam dan doa yang penuh kesungguhan saya kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan utama dalam segala bidang kehidupan. Beliau memberikan panduan bagi kita untuk mencapai kehidupan yang mulia, baik di dunia maupun di akhirat.

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpua, Bapak Prof. Dr.Erawadi, M.Ag, Selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Serta Bapak Dr.Anhar M.A , Selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan
2. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Selaku Direktur Pascasarjana program magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan beserta wakilnya.

3. Ibu Dr. Hj.Zulhimma, S.Ag., M.Pd, Selaku Wakil Direktur Pascasarjana program magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana program magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
5. Bapak Budi Gautama Siregar, Spd.,M.M., Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberi motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
6. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si. dan bapak Dr. Rukiah, S.E., M.Si. Selaku pembimbing I dan pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., Selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Bapak serta Ibu Dosen Pascasarjana Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.

9. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Sarjan Lubis, Ibunda tercinta Saleha Siregar, Adik Tersayang Fauzan Lubis dan Isteri tercinta Wilda Safitri yang selalu mendukung dan berdo'a tiada hentinya demi terselesainya tesis ini.

10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan tesis ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Harapan peneliti semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. *Aamiin yarabbal 'alamin.*

Selanjutnya Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan tesis ini dan semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah serta perlindungan kepada kita semua. *Aamiin Ya Rabbal 'alamin.*

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Padangsidempuan, 20 Mei 2025

Rofiki Hasan Lubis
2150200027

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Definisi Operasional Variabel.....	10
E. Rumusan Masalah	13
F. Tujuan Penelitian.....	13
G. Kegunaan Penelitian.....	14
BAB II.....	16
A. Kerangka Teori	16
1. <i>Grand Theory</i>	16
2. <i>Middle Theory</i>	19
3. <i>Applied theory</i>	24
B. Kajian Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Konseptual.....	56
D. Hubungan antar Variabel.....	59
E. Hipotesis.....	63
BAB III	65
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	65
B. Jenis Penelitian.....	65
C. Populasi dan Sampel.....	66
D. Teknik Pengumpulan Data	68
E. Teknik Analisis Data	69
1. Model Pengukuran	72
2. Model Struktural	74

3. Evaluasi Kebaikan dan Kecocokan Model.....	75
BAB IV	77
A. Deskripsi Responden	77
B. Hasil Analisis Data Penelitian.....	81
1. Hasil Model Pengukuran	81
2. Hasil Pengujian Model Struktural.....	91
3. Hasil Uji Kebaikan dan Kecocokan Model.....	96
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
D. Keterbatasan Penelitian	113
BAB V	129
A. Kesimpulan.....	129
B. Implikasi Hasil Penelitian	129
C. Saran	131

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Umur, Pekerjaan dan Penghasilan.....	5
Tabel I. 2 Definisi Operasional Variabel	11
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel IV. 1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	77
Tabel IV. 2 <i>Outer Loading</i>	83
Tabel IV. 3 <i>Outer Loading</i>	86
Tabel IV. 4 <i>Fornell Larcker</i>	88
Tabel IV. 5 <i>Cross Loadings</i>	89
Tabel IV. 6 <i>Composite Reliability</i>	91
Tabel IV. 7 Uji Multikolinearitas	92
Tabel IV. 8 <i>Path Coefficient</i>	93
Tabel IV. 9 Uji Moderasi.....	95
Tabel IV. 10 Efek Moderasi	96
Tabel IV. 11 <i>F-square</i>	97
Tabel IV. 12 <i>Q-square</i>	97
Tabel IV. 13 SRMR dan NFI	98
Tabel IV. 14 <i>PLS Predict</i>	99

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 2 Kerangka Konseptual	58
Gambar IV. 1 Karakteristik Usia Milenial.....	78
Gambar IV. 2 Jenis Pekerjaan.....	79
Gambar IV. 3 Karakteristik Jumlah Penghasilan	80
Gambar IV. 4 PLS Algorithm.....	82
Gambar IV. 5 <i>PLS Algorithm</i>	85
Gambar IV. 6 Moderasi.....	94
Gambar IV. 7 Simpel Slope.....	109
Gambar IV. 8 Simpel Slope.....	112



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah menjadi salah satu target pangsa pasar bagi umat Islam yang mengandalkan hukum syariah. Industri perbankan saat ini berada dalam kondisi stabil dengan total aset tumbuh 10,94% pada tahun 2023¹. Meskipun sistem perbankan syariah saat ini berada dalam keadaan stabil, namun tentunya masih terdapat tantangan dan hambatan dalam menunjang kepentingan masyarakat. Dalam perkembangannya kinerja perbankan syariah dalam beberapa indikator menunjukkan performa yang lebih baik dibandingkan perbankan konvensional. Pertumbuhan aset perbankan syariah pada tahun 2022 sebesar 15,63% (yoy) lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional sebesar 9,50% (yoy) selama tahun 2022².

Pertumbuhan yang cukup tinggi dan stabil pada masa pemulihan pasca pandemi COVID-19 dengan market share yang terus meningkat menunjukkan layanan perbankan syariah yang resilien dan pulih lebih cepat dari masa krisis. Namun demikian, pertumbuhan DPK perbankan syariah tumbuh lebih lambat dibandingkan perbankan konvensional. Perkembangan bank syariah dapat didorong dengan semakin banyaknya konsumen yang menggunakannya. Namun jika dilihat dari penelitian oleh Sanjaya mengungkapkan bahwa minat

¹ Ghoida Rahmah, "Tumbuh Berlipat Perbankan Syariah Nasional," *Tempo* (Jakarta., 2023), hal. 1 <<https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/486287/kinerja-perbankan-syariah-2023>>.

² Otoritas Jasa Keuangan, *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2022, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Jakarta., 2022), hal. 22 <<https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2022.aspx>>.

mahasiswa terhadap bank syariah tergolong masih rendah sehingga membuat perkembangannya selama ini kurang baik³.

Berdasarkan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia. RISSC mencatat jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa pada 2023⁴. Jumlah ini setara 86,7% dari populasi nasional yang totalnya 277,53 juta jiwa. Sementara persentase nasabah bank syariah di tengah populasi muslim terbesar di dunia itu terlihat dari pangsa pasar perbankan syariah hanya berkisar pada angka 7,09% sedangkan pangsa pasar perbankan konvensional berkisar pada angka 92,92%⁵.

Meningkatnya pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia, maka pihak bank syariah harus melihat persentase minat menabung nasabah untuk menaikkan market share perbankan syariah. Meningkatnya minat menabung nasabah terhadap layanan perbankan syariah dapat dilihat dari beberapa faktor seperti pengetahuan terhadap bank syariah telah mendorong para pelaku bisnis perbankan untuk menjadi nasabah.

Perkembangan ini akan menjadi acuan bagi masyarakat mengenai perbankan syariah. Menurut Moyan dalam Andespa minat beli merupakan sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang

³ Dino Sanjaya, "Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah," *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5.2 (2021), 121–26 (hal. 126) <<https://doi.org/10.31000/competitive.v5i2.4312>>.

⁴ Cindy Mutia annur, *10 Negara dengan Populasi Muslim terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin*, Databoks, 2023, hal. 1 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>>.

⁵ Keuangan, hal. 20.

membentuk suatu persepsi. Dimana nantinya minat beli menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak nasabah dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu ⁶.

Salah satu cara efektif yang bisa meningkatkan pemahaman bank syariah pada kalangan milenial ialah dengan mensosialisasikan pengetahuan perbankan syariah ke media sosial yang lebih terbuka juga mudah di akses langsung oleh masyarakat. Pengetahuan bisa didapat melalui media informasi seperti koran, televisi, radio, pamflet dan lain-lain. Dengan adanya pengetahuan, masyarakat akan lebih tertarik untuk menabung di Bank Syariah⁷. Milenial termasuk segmen masyarakat yang mempunyai pengetahuan lebih kalau dibandingkan dari orang yang sudah berusia lanjut sehingga dapat mengaplikasikan ilmunya di masyarakat. Apabila generasi milenial banyak yang telah memahami perbankan syariah maka akan memungkinkan mendorong masyarakat lain untuk beralih ke perbankan syariah ⁸.

Milenial merupakan kelompok umur yang lahir sejak tahun 1980 sampai tahun 2000. Kemajuan teknologi selalu dikaitkan dengan generasi milenial sehingga menjadi perhatian media dan masyarakat. Generasi ini ditandai

⁶ Roni Andespa, "Factors Affecting Customers' Interest in Saving at Islamic Banks," *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, 2.1 (2017), 42–57 (hal. 44).

⁷ Aulia Azizatul dan Perdana M. Alkadri, "The Influence of Religiosity , Trust , Knowledge and Indonesia Sub-Branch Office Bengkalis," *Jurnal Inovasi Bisnis* 2, 2 (2022), 105–14 (hal. 1) <www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBIMK>.

⁸ Sari Pangestu, "Millenial Generation Interest In Investment," *Research In Accounting Journal*, 2.3 (2022), 315–22 (hal. 315).

dengan komunikasi yang terbuka, dimana kehidupan mereka sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi saat ini yang terus menerus mereka berinovasi. Karena mereka adalah pengguna aktif media digital secara alami mengubah perilaku dan pemikiran mereka, membuat mereka lebih responsif terhadap sesuatu yang baru ⁹.

Pemahaman maupun pengaplikasian media digital yang baik akan memungkinkan generasi milenial menguasai perkembangan teknologi yang pesat dengan karakteristik sebagai pengguna media digital yang bagus¹⁰. Dengan demikian diharapkan kesadaran masyarakat milenial memiliki pengetahuan keuangan yang baik tentang bank syariah karena pengetahuan keuangan syariah bisa di akses melalui internet dan media sosial.

Kota Padangsidempuan merupakan kota yang dihuni mayoritas muslim dengan jumlah muslim sebanyak 191.810 jiwa dengan persentase 92%¹¹, sementara milenial berjumlah 71.238 orang¹². Hasil survei awal pada milenial Kota Padangsidempuan menunjukkan bahwa dari 180 generasi milenial yang disurvei di Kota Padangsidempuan hanya 87 milenial atau bahkan 48,3%

⁹ Ferdian Achsan, "From the Millennial Generation to the Alpha Generation: Analysis of the Names of the Banaran-Bugel Community," *Mabasan*, 14.1 (2020), 89–106 (hal. 91) <<https://doi.org/10.26499/mab.v14i1.329>>.

¹⁰ Desy Arum Sunarta, "Kaum Milenial di Perkembangan Ekonomi Digital," 5.1 (2023), 9–16 (hal. 10) <<https://doi.org/10.556442/eabmij.v5i01>>.

¹¹ BPS Kota Padangsidempuan, "Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut" (Kota Padangsidempuan, 2020), hal. 1 (hal. 1) <<https://sumut.bps.go.id/statictable/2021/04/21/2289/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-2020.html>>.

¹² Badan Pusat Statistik Kota Padangsidempuan, "Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin," *Https://Www.Bps.Go.Id* (Kota Padangsidempuan, 2022), hal. 1 <<https://pasuruankota.bps.go.id/statictable/2018/05/03/2119/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kecamatan-purworejo-2016>>.

generasi milenial di Kota Padangsidempuan yang berminat menjadi nasabah bank syariah sedangkan 93 milenial atau 51,7% memiliki minat menabung pada bank konvensional. Apabila dilihat dari sudut pandang syariah telah jelas bahwa bank konvensional itu menggunakan sistem bunga yang telah di haramkan oleh Islam, sementara dalam bank syariah telah menyediakan sistem yang di perbolehkan oleh syariat yaitu bagi hasil. Dari hal tersebut dapat diasumsikan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi minat masyarakat milenial di Kota Padangsidempuan dalam menabung di Bank Syariah¹³. Penjelasan lebih lanjut mengenai data awal milenial berdasarkan umur, pekerjaan dan penghasilan sebagai berikut:

Tabel I. 1 Umur, Pekerjaan dan Penghasilan

Umur		Pekerjaan		Penghasilan	
23-27 Tahun	50	PNS	35	1,5jt-2,5jt	31
28-32 Tahun	48	Mahasiswa	70	2,5jt-3,5jt	76
33-37 Tahun	46	Pedagang	30	3,5jt-4,5jt	44
38-43 Tahun	36	Lain-lain	40	>4,5 jt	29

Sumber: Survey awal, 2024

Sementara apabila dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Misbun yang menyatakan pengetahuan nasabah secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung ¹⁴. Hasil yang sama juga di temukan oleh Ahmad yang menyatakan variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

¹³ Rofiki Hasan Lubis, *Survey awal minat menabung milenial Kota Padangsidempuan* (Kota Padangsidempuan).

¹⁴ Misbun, Sri Deti, dan Beti Yanuri Posha, "The Influence Of Knowledge And Service On Public Interest In Using Mudharabah Saving Products At Bank Kalbar Sharia Sambas Branch," *Southeast Asia Journal Of Graduate Of Islamic Business And Economics*, 2.1 (2023), 49–53 (hal. 49) <<https://doi.org/10.37567/sajgibe.v2i1.2293>>.

preferensi menabung di bank syariah¹⁵, dan hasil ini diperkuat oleh Seplinda yang mengemukakan bahwa pengetahuan akuntansi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan menabung mahasiswa UPI YPTK Padang di bank syariah¹⁶.

Namun demikian hasil di atas berbanding terbalik dengan temuan oleh Zalila yang mengatakan pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah¹⁷. Hasil ini senada dengan hasil riset Lathifah dengan hasil riset adalah pemahaman individu mengenai riba dan pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap intensitas menjadi nasabah bank syariah¹⁸. Hasil riset ini diperkuat oleh Prasetyo menunjukkan pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang di bank syariah¹⁹.

Selain pengetahuan terhadap produk, kepercayaan menjadi hal yang sangat penting bagi pihak bank dalam meningkatkan transaksi maupun minat

¹⁵ Ripai Saragih Ahmad, "The Influence Of Knowledge Of Partai Keadilan Sejahtera (Pks) Cadres On The Preference Of Saving In Sharia Bank With Religiosity As A Moderating Variable," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 6.2 (2023), 776–94 (hal. 776).

¹⁶ Harmelia, Mutia Seplinda, dan Yonna Anggayu Putri, "The Influence of Accessibility , Service , and Knowledge of Sharia Accounting on Interest To Save in Sharia Bank," 11.02 (2022), 1440–46 (hal. 1440).

¹⁷ Zalila Mutia, "Analysis of the Influence of Knowledge, Social Environment and Student Education About Sharia Banks on Interest in Saving at Sharia Banks," *Kajian Jurnal Dan Islam Keagamaan Sosial*, 1.1 (2023), 13–34 (hal. 13).

¹⁸ Ressay Siti Lathifah dan Indri Yuliafitri, "Understanding Riba, Product Knowledge, and Attitudes: Influences on Intentions to Become Sharia Bank Customers," *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7.1 (2022), 102 (hal. 102) <<https://doi.org/10.31332/lifalah.v7i1.5500>>.

¹⁹ Eko Dwi Prasetyo, Menik Kurnia Siwi, dan Corresponding Author, "Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah," *Journal Ecogen*, 5.1 (2022), 91–101 (hal. 91) <<http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>>.

menabung di bank syariah. Menurut Dupas didalam Galiani salahsatu alasan nasabah tidak menyimpan tabungan mereka di rekening bank adalah karena mereka tidak percaya bahwa uang tersebut akan tersedia ketika mereka menginginkannya ²⁰.

Faktor kepercayaan bagi nasabah menjadi penentu dalam menumbuhkan minat ketika menabung pada bank. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriyanti yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Kota Malang ²¹. Hasil ini sejalan dengan hasil riset Azizatul yang menunjukkan Secara simultan variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah ²². Hasil riset ini diperkuat oleh Roihan yang menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berhubungan positif dan signifikan terhadap minat menabung milenial di bank syariah ²³.

Hasil penelitian di atas berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Hendrastyo yang menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap bunga simpanan nasabah tidak berpengaruh²⁴. Demikian

²⁰ Sebastian Galiani, Paul Gertler, dan Camila Navajas-Ahumada, "Trust and saving in financial institutions by the poor," *Journal of Development Economics*, 159 (2022), hal. 1 <<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2022.102981>>.

²¹ Riska Febriyanti dkk., "Predicting the Effect of Digitalization and Brand Trust on Customers' Saving Intention of Islamic Banking," *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23.20 (2023), 78–91 (hal. 79) <<https://doi.org/10.9734/ajeba/2023/v23i201093>>.

²² Azizatul dan M. Alkadri, hal. 105.

²³ Habibi Roihan, Aidil Novia, dan Hulwati, "The Influence of Financial Literacy and Trust on the Interest To Saving Moderated Halal Lifestyle," in *Paper, disajikan pada Annual International Conference on Education and Islamic Studies* (Padang, 2023), hal. 1–19 (hal. 13).

²⁴ Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo, "Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang," *Jurnal Pundi*, 03.Perbankan Syariah (2019), 227–34 (hal. 227) <<https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>>.

pula halnya dengan penelitian Cleanita yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak signifikan terhadap preferensi menabung di bank²⁵. Penelitian ini diperkuat lagi oleh Nataly yang juga menemukan hasil bahwa kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan bagi minat menabung²⁶.

Sebagai variabel penentu, variabel moderasi digunakan dalam penelitian ini karena terdapat inkonsistensi hasil penelitian antara pengetahuan keuangan, kepercayaan terhadap minat menabung pada bank syariah. Variabel moderasi akan memberikan efek dalam memperkuat atau memperlemah antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Besarnya nilai variabel moderasi dalam penelitian akan memberikan efek memperkuat antara variabel eksogen terhadap variabel endogen dan sebaliknya apabila nilai variabel moderasinya rendah akan memberikan efek memperlemah pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel moderasi adalah *halal lifestyle*. Salah satu alasannya ialah karena *halal lifestyle* merupakan salahsatu variabel yang sudah mapan sebagai variabel eksogen, dan itu dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Baskoro yang menyatakan *halal lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk perbankan

²⁵ Cleanita Imra'atul Khasanah dan Nur Huri Mustofa, "Analysis of Customer Perceptions, Trust and Brand Image on Customer Interest and Saving Decisions," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4.2 (2022), 93–111 (hal. 93) <<https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i2.104.93-111>>.

²⁶ Listra Nataly dan Allan Yuda Patria Lai Wie, "The Effect of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Saving Interest at Pt Bank Mayapada Internasional Tbk Danau Sunter Branch," *Jurnal Bina Manajemen*, 11.1 (2022), 313–27 (hal. 313) <<https://doi.org/10.52859/jbm.v11i1.346>>.

syariah²⁷. Hasil ini juga diperkuat oleh Sulistiani yang menunjukkan hasil penelitiannya bahwa *lifestyle*, *brand image*, harga, dan fasilitas terhadap preferensi generasi milenial pada bank syariah²⁸.

Berdasarkan uraian di atas yang masih terlihat inkonsistensi hasil penelitian antara variabel pengetahuan keuangan dan kepercayaan terhadap minat menabung, maka penulis menambah satu variabel determinan yaitu variabel moderasi, sedangkan yang menjadi variabel moderasi nya adalah *halal lifestyle*. Hasil dari riset ini nantinya akan melihat apakah variabel *halal lifestyle* sebagai moderasi bisa menjadi suatu faktor yang memperkuat atau bahkan memperlemah pengaruh variabel pengetahuan keuangan dan kepercayaan terhadap variabel minat menabung.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan Di Bank Syariah Dengan Halal Lifestyle sebagai Variabel Moderating”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

²⁷ Windu Baskoro, Wuri Suhasti, dan Moh Wahyu Winarno, “Analysis of symbolic consumption as a moderator variable between the influence of halal lifestyle on the intention to purchase Islamic banking products,” *IBSE Economic Journal*, 2.1 (2023), 42–56 (hal. 42).

²⁸ Sulistiani dan Ahmad Zubaidi, “The influence of lifestyle , brand image , price , and facilities on millennial generation preferences in islamic banks,” *journal El Arbah*, 7.1 (2023), 67–84 (hal. 67).

1. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian pada variabel pengetahuan keuangan terhadap variabel minat menabung.
2. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian pada variabel kepercayaan keuangan terhadap variabel minat menabung .
3. Terdapat hasil yang signifikan antara pengaruh *halal lifestyle* terhadap minat menabung, sehingga dimungkinkan variabel *halal lifestyle* mampu memberikan efek moderasi variabel pengetahuan keuangan terhadap minat menabung.
4. Terdapat hasil yang signifikan antara pengaruh *halal lifestyle* terhadap minat menabung, sehingga dimungkinkan variabel *halal lifestyle* mampu memberikan efek moderasi variabel kepercayaan terhadap minat menabung.
5. Kurangnya minat masyarakat milenial Kota Padangsidimpuan untuk menabung di bank syariah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yakni melihat pengaruh pengetahuan keuangan dan kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat milenial kota padangsidimpuan di bank syariah dengan *halal lifestyle* sebagai variabel moderating. Sehingga variabel dalam penelitian ini mempunyai dua variabel eksogen, satu variabel endogen dan satu variabel moderating.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang ditentukan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang

membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel I. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Minat Menabung(Y)	Minat menabung merupakan sesuatu yang dicapai melalui proses belajar dan berpikir yang akan mewujudkan ide suatu produk atau jasa, sehingga memunculkan ketertarikan dan menumbuhkan motivasi dalam benak nasabah sehingga membentuk keinginan yang kuat akan produk jasa keuangan maka ia akan mendapatkan apa yang diinginkannya.	1. <i>Attention</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Desire</i> 4. <i>Conviction</i> ²⁹	Likert
2	Pengetahuan Keuangan (X ₁)	<i>Financial Knowledge</i> merupakan penguasaan seseorang atas berbagai hal tentang dunia keuangan, yang terdiri dari alat keuangan dan keterampilan keuangan ³⁰ .	1. <i>Basic personal finance</i> 2. <i>Money management</i> 3. <i>Credit and debt management</i> 4. <i>Saving and investment</i> 5. <i>Risk management</i> ³¹	Likert
3	Kepercayaan (X ₂)	Kepercayaan adalah hubungan antara dua konsep. Secara kognitif dapat direpresentasikan sebagai proposisi keyakinan	1. Jaminan Kepuasan 2. Perhatian terhadap Nasabah	Likert

²⁹ Van Rooij Maarten, Annamaria Lusardi, dan Alessie Rob, "Financial Literacy and Stock Market Participation," *Journal Financial Literacy*, 8.14 (2007), 14–22 (hal. 7).

³⁰ Rafika Putri dan Qahfi Romula Siregar, "The Effect of Financial Knowledge, Financial Attitudes and Financial Literacy on Financial Management Behavior," *Journal Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 3.3 (2022), 580–92 (hal. 581).

³¹ Maarten, Lusardi, dan Rob, hal. 7.

		seseorang terhadap suatu produk sering dikaitkan dengan sifat atau konsekuensi fungsionalnya misalnya, setelah mencoba produk tabungan di bank, konsumen mengembangkan kepercayaan yang terasa menarik ³² .	3. Keterbukaan Informasi ³³	
4	<i>Halal Lifestyle (Z)</i>	<i>Halal Lifestyle</i> merupakan kebiasaan seseorang dalam kehidupan sehari-harinya untuk mengonsumsi, memanfaatkan dan menggunakan barang/jasa yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai serta prinsip-prinsip agama Islam ³⁴ .	1. Produk yang di setifikasi MUI/BPJPH. 2. Memakai Produk Halal. 3. Memakai Produk Halal. 4. Menjajaki Ketentuan Islam. 5. Menguasai Hukum Halal dan Haram. 6. Mengerti dengan Produk yang dilarang dan yang diperbolehkan dalam Islam ³⁵ .	Likert

³² Siti Mirnawati, Rully Trihantana, dan Anwar Miftakhul, "Analysis of Islamic Banking Literacy, Product Knowledge, and Public Trust on Interest in Saving at Bank Syariah Indonesia," *Sahid Banking Journal*, II.2 (2023), 71–88 (hal. 75) <<https://jurnal.febi-inais.ac.id/index.php/SahidBankingJ>>.

³³ Ardianto Kusuma, "Analysis of Factors Affecting Purchasing Decisions Online on the Tokopedia Website," *Journal Competency of Business*, 3.1 (2019), 65–79 (hal. 71) <<https://doi.org/10.47200/jcob.v3i1.670>>.

³⁴ Hendri Hermawan Adinugraha dkk., "Halal Lifestyle Training for MA Rohmaniyyah's Students: The Islamic Lifestyle Practice of Today's Adolescent," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.1 (2022), 56–64 (hal. 57) <<https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/amala>>.

³⁵ Diah Aprilianing Tyas dan Agus Supriyanto, "Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11.2 (2022), 141–52 (hal. 144) <<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i2.766>>.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung milenial kota padangsidimpuan di bank syariah ?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung milenial kota padangsidimpuan di bank syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh *halal lifestyle* terhadap minat menabung milenial kota padangsidimpuan di bank syariah?
4. Apakah *halal lifestyle* bisa memoderasi variabel pengetahuan keuangan terhadap minat menabung masyarakat milenial kota padangsidimpuan di bank syariah?
5. Apakah *halal lifestyle* bisa memoderasi variabel kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat milenial kota padangsidimpuan di bank syariah?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung milenial kota padangsidimpuan di bank syariah.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung milenial kota padangsidimpuan di bank syariah.

3. Untuk menganalisis pengaruh *halal lifestyle* terhadap minat menabung milenial kota padangsidempuan di bank syariah.
4. Untuk menganalisis apakah *halal lifestyle* bisa memoderasi variabel pengetahuan keuangan terhadap minat menabung masyarakat milenial kota padangsidempuan di bank syariah.
5. Untuk menganalisis apakah *halal lifestyle* bisa memoderasi variabel kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat milenial kota padangsidempuan di bank syariah.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi seluruh pihak. Kegunaan yang diharapkan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bagi peneliti merupakan sarana belajar yang diharapkan akan memberikan manfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dalam memahami dan menganalisis sejauh mana teori selama ini diperoleh dapat diterapkan dalam memecahkan masalah dalam lapangan dan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Magister pada prodi Ekonomi Syariah di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

2. Bagi Bank Syariah

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi pihak bank syariah serta memberikan gambaran dalam temuan tentang minat menabung yang dimoderasi oleh

variabel *halal lifestyle* melalui variabel pengetahuan keuangan dan kepercayaan.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya dan juga sebagai sumber informasi yang kiranya dapat memberikan manfaat dan petunjuk untuk keperluan penelitian yang ruang lingkupnya sama.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. *Grand Theory*

a. *Theory of Planned Behaviour*

Teori perilaku terencana atau *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah model yang mengestimasi minat atau niat konsumen untuk melakukan suatu tindakan³⁶. *Planned behavior theory* merupakan perkembangan dari teori *reasoned action theory* (TRA). *Reasoned action theory* memiliki pembuktian ilmiah bahwa niat untuk melaksanakan perbuatan tertentu diakibatkan oleh dua alasan, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku³⁷. Ajzen mengembangkan teori TPB dengan menambahkan konstruk yang belum ada di TRA yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). TPB menyatakan bahwa selain sikap dan norma subjektif, seseorang juga mempertimbangkan kontrol perilaku yang dirasakan yaitu kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tersebut³⁸.

Planned behavior theory menggambarkan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan, meskipun demikian perlu dipertimbangkan sikap seseorang

³⁶ Baskoro, Suhasti, dan Winarno, hal. 44.

³⁷ Icek Ajzen, "The theory of planned behavior," *Journal organizational behavior and human decision processes*, 50.2 (1991), 179–211 (hal. 182) <[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)>.

³⁸ Ajzen, "The theory of planned behavior," hal. 183.

dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsian orang tersebut. Bila ada sikap yang positif, dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berperilaku maka niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi ³⁹.

TPB menyatakan bahwa selain sikap dan norma subjektif, seseorang juga mempertimbangkan kontrol perilaku yang dirasakan yaitu kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tersebut. Seperti dalam TRA yang sebenarnya, faktor utama TPB adalah niat individu untuk melakukan perilaku tertentu ⁴⁰. Ajzen menyebutkan bahwa *theory of planned behavior* menyebutkan bahwa intensi (niat) adalah fungsi dari tiga determinan dasar, yaitu⁴¹:

a. Attitude Toward the Behavior

Menurut Ajzen sikap pribadi menjelaskan seberapa besar seseorang bermaksud untuk melakukan perilaku tersebut. Sikap merupakan suatu disposisi untuk merespon secara positif atau negatif perilaku tertentu. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh kombinasi antara keyakinan perilaku dan evaluasi hasil. Keyakinan perilaku adalah keyakinan individu mengenai konsekuensi positif atau negatif dari perilaku

³⁹ Mega Krisdayanti, "The Influence of Financial Literacy, Financial Inclusion, Pocket Money, Peers, Lifestyle, and Self-Control on Interest in Saving Self-Control on Interest in Saving Students," *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1.2 (2020), 79–91 (hal. 83) <<https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma>>.

⁴⁰ Ajzen, "The theory of planned behavior," hal. 181.

⁴¹ Ajzen, "The theory of planned behavior," hal. 191–96.

tertentu, sedangkan evaluasi hasil merupakan evaluasi individu terhadap konsekuensi yang didapatkan dari suatu perilaku ⁴².

Sikap maupun perilaku akan mengacu pada sejauh mana seseorang memilih perilaku yang menguntungkan atau tidak menguntungkan sebagai evaluasi atau penilaian dari perilaku yang di maksud. Saat menggunakan teknologi untuk melakukan transaksi⁴³.

b. Subjective Norm

Ajzen mengatakan norma subjektif merupakan fungsi yang didasarkan oleh belief yang disebut normative belief, yaitu belief mengenai kesetujuan dan ketidaksetujuan yang berasal dari orang dan kelompok yang berpengaruh untuk individu misalnya orang tua, teman dekat, pasangan, rekan kerja dan lainnya terhadap suatu perilaku norma subjektif menjelaskan bagaimana pendapat orang-orang sekitar dapat mempengaruhi niat untuk melakukan perilaku tertentu ⁴⁴. Norma subjektif itu juga salah satu fungsi dari normative beliefs atau keyakinan normatif yang mewakili pandangan orang lain mengenai perlu atau tidaknya hal tersebut dilakukan⁴⁵.

⁴² Ajzen, "The theory of planned behavior," hal. 191.

⁴³ Azizah Budhi Nur Romadhoni dan Ahmad Guspul, "Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Beli Jasa Transportasi Online," *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2.1 (2020), 76–81 (hal. 77) <<https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1459>>.

⁴⁴ Ajzen, "The theory of planned behavior," hal. 77.

⁴⁵ Romadhoni dan Guspul, hal. 77.

c. *Perceived behavioral control*

Perceived behavioral control adalah suatu kondisi dimana individu percaya bahwa suatu tindakan itu mudah atau sulit dilakukan di bawah kontrol individu. Karenanya kontrol perilaku merujuk pada faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat kinerja perilaku tertentu.

Variabel yang menjadi pembeda pada Theory of Planned Behavior ini adalah variabel Perceived Behavior Control seperti yang tertuang pada model penelitian Theory of Planned Behavior. Sumber daya dan peluang yang tersedia bagi seseorang dapat dimanfaatkan sampai batas tertentu serta harus menentukan kemungkinan pencapaian perilaku. Hal ini berarti *Perceived behavioral control* memainkan peranan penting dalam *theory of planned behavior* ⁴⁶.

2. *Middle Theory*

a. **Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller perilaku konsumen merupakan ilmu tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi untuk memilih, membeli, dan menggunakan dan mendapatkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka ⁴⁷. Sedangkan menurut Engel dalam Simamora perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan

⁴⁶ Icek Ajzen, "Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations," 49.4 (2006), 1–14 (hal. 1) <<https://doi.org/10.1002/hep.22759>>.

⁴⁷ Kotler P. Amstrong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Erlangga: Jakarta.*, 8 ed. (Jakarta: Jakarta, 2009), hal. 214.

menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa ⁴⁸.

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari dan menjadikan konsumen untuk mengambil keputusan melakukan pembelian. Ketika konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu barang atau produk jasa, seorang konsumen terlebih dahulu memikirkan barang yang akan dibeli. Pertimbangan ini mulai dari harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut.

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen adalah suatu tindakan konsumen baik itu individu ataupun kelompok untuk memenuhi keinginan ataupun kebutuhannya dengan adanya proses mempertimbangkan tentang apa yang akan dibeli.

2) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini:

a) Faktor Kebudayaan

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Karena budaya akan membentuk suatu faktor

⁴⁸ Simamora Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, 3 ed. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama., 2008), hal. 2.

untuk mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lain. Sub-budaya menekankan pada indentifikasi dan sosialisasi khusus pada anggotanya.

Sub budaya dalam hal ini juga mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Ketika kondisi sub budaya menjadi besar dan cukup makmur, perusahaan sering merancang program pemasaran secara khusus untuk melayani kebutuhan mereka. Pembagian masyarakat atau kelas sosial dalam kelompok yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan para anggota kelompok didalamnya menganut nilai, minat, dan perilaku serupa⁴⁹.

b) Faktor Sosial

Faktor sosial terdiri dari kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku orang tersebut, kelompok acuan ini dapat dikelompokkan menjadi kelompok primer (keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja), kelompok sekunder (keagamaan, profesi, dan asosiasi perdagangan), dan cara seseorang untuk terpengaruh pada suatu kelompok tertentu dibedakan menjadi kelompok aspirasi dan kelompok dissosiasi.

⁴⁹ Philip Kotler dan Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, 13 ed. (Jakarta.: Erlangga, 2008).

Kelompok keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam kehidupan masyarakat dan para anggota menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Dalam kehidupan seorang pembeli keluarga dapat dibedakan menjadi keluarga orientasi dan keluarga prokreasi. Peran dan status ini berpengaruh pada kedudukan orang tersebut dalam masing-masing kelompok. Peran merupakan kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, sedangkan status adalah suatu kedudukan seseorang yang diperoleh dari peran yang dimiliki⁵⁰.

c) Faktor Pribadi

Sepanjang hidup seseorang, maka akan membeli barang dan jasa yang berbeda-beda. Kebutuhan dan selera akan berubah-ubah berhubungan dengan usia seseorang. Pekerjaan seseorang akan sangat berpengaruh pada pola konsumsinya, maka para pemasar harus mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan dengan minat di atas rata-rata terhadap barang dan jasa. Ekonomi sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga.

Setiap orang memiliki kepribadian yang khas dan berpengaruh pada perilaku kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang unik yang menimbulkan tanggapan konstan terhadap

⁵⁰ Kotler dan Kevin Lane.

lingkungannya. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opininya⁵¹.

d) Faktor Psikologis

Dalam dimensi motivasi seseorang memiliki banyak kebutuhan pada saat tertentu, kebanyakan dari kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Selanjutnya kebutuhan akan berubah menjadi motif jika seseorang menekankan pada adanya kepuasan.

Sementara pada dimensi persepsi Suatu proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Pada proses belajar akan menjelaskan tentang perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan hasil dari proses belajar. Kepercayaan juga berkaitan dengan semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap⁵².

Menurut Harahap perilaku konsumen lembaga keuangan dan perbankan syariah dalam menentukan pilihan menggunakan jasa

⁵¹ Kotler dan Kevin Lane.

⁵² Kotler dan Kevin Lane.

keuangan di perbankan syariah ditentukan oleh banyak faktor. Terdapat beberapa problematika perilaku konsumen yaitu; kebudayaan, faktor sosial, factor pribadi, psikologi, motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan sikap, kemudahan dan kecepatan proses, lokasi dan atribut fisik, harga, pelayanan karyawan. Tentu hal ini perlu menjadi perhatian pihak otoritas dan pengelola perbankan syariah agar dapat memahami perilaku masyarakat dalam meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah yang masih rendah⁵³.

3. *Applied theory*

a. **Minat Menabung**

Minat merupakan perasaan tertarik seseorang terhadap suatu produk yang berujung pada keinginan untuk mencoba, memiliki dan menggunakan produk tersebut⁵⁴. Minat mengacu pada keinginan seseorang untuk mengaitkan perilaku sepihak dengan objek yang dituju. Seseorang akan terus fokus pada kegiatan ini dengan penuh kesenangan.⁵⁵

⁵³ Darwis Harahap, Rukiah Lubis, dan Rahmat Husein, "Problematika Perilaku Konsumen Lembaga Keuangan Dan Perbankan Islam," *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8.1 (2021), 137–53 (hal. 150–51) <<https://doi.org/10.30829/hf.v8i1.9368>>.

⁵⁴ D. Marlius, "The Effect of Service Marketing Mix on Bank Nagari Muaralabuh.," *Jurmak*, 03 (2016), 12–22. (hal. 15).

⁵⁵ Vista Donna Citrawati, Adhi Prakosa, dan Anindita Imam Basri, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, dan Reputasi Terhadap Minat Menabung di Tabungan Tamansari BPR Bantul," *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.1 (2021), 1–8 (hal. 2) <<https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/50>>.

Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan yang diambil pembeli merupakan sebuah proses pengambilan keputusan atau pembelian yang mencakup penentuan apa saja yang akan dibeli atau tidak merupakan pembelian dan keputusan tersebut akan diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yang kebutuhan dana yang dimiliki⁵⁶.

Menurut Iskandarwasid dan Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi maupun kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah maupun tujuan tertentu⁵⁷.

Menabung merupakan menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan. Menabung juga diartikan sebagai salah satu cara untuk mengelola keuangan demi mencapai keinginan⁵⁸.

⁵⁶ Sofyan Assauri, *Bank Syariah: Dari Teori Kepraktik*, (Jakarta: Gema Insani, (2012) hal.85 (Jakarta.: Sofyan Assauri, 2012), hal. 85.

⁵⁷ Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa* (Bandung: Rosda, 2011), hal. 118.

⁵⁸ Supiani Supiani, Fawza Rahmat, dan Fajar Budiman, "The Influence of Culture and Public Perceptions on Saving Decisions in Islamic Banks," *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1.1 (2021), 49 (hal. 51) <<https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2618>>.

Minat menabung merupakan keinginan untuk mengukur kesediaan seseorang dalam memberikan pelayanan, maka dengan adanya kebutuhan atau keinginan untuk memahami perilaku nasabah atau pelanggan membuat seorang pegawai bank dalam menjalankan pekerjaannya harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah agar nasabah tidak kecewa dengan pelayanan yang di berikan dan dapat memuaskan nasabah dan dapat memuaskan hati mereka ⁵⁹.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa pengertian minat menabung adalah suatu rasa senang yang datang dari dalam hatinya untuk memilih suatu produk atau menyimpan uangnya di bank dengan alasan-alasan tertentu ⁶⁰. Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah daya tarik dari suatu objek yang memiliki kesan positif sehingga nasabah bank syariah merasa nyaman dan memiliki keinginan untuk menabung. keinginan untuk menabung.

Dalam secara langsung telah memerintahkan kaum muslim untuk menabung. Seperti dalam Hadits Bukhori dan Muslim yang berbunyi

"أَمْسِكْ عَلَيْكَ بَعْضَ مَالِكَ؛ فَهُوَ خَيْرٌ لَكَ"

⁵⁹ Domingas De Jesus, Lucas Da Cost, dan Marcus Ulan Bere, "Effect of Interest Rate Savings and Quality of Interest Saving," in *The Second International Conference on Entrepreneurship* (Surabaya, 2021), hal. 142–51 (hal. 146) <[https://icoen.org/wp-content/uploads/2021/01/conference_doc/icoen2/book4/ICOEN2-2015-p142-Domingas de Jesus, Lucas Da Cost, Marcus Ulan Bere-Effect of Interest Rate Savings and Quality of Interest Saving \(Case Study In Pt.Bank Mandiri \(Persero\) Tbk Dili,>](https://icoen.org/wp-content/uploads/2021/01/conference_doc/icoen2/book4/ICOEN2-2015-p142-Domingas%20de%20Jesus,%20Lucas%20Da%20Cost,%20Marcus%20Ulan%20Bere-Effect%20of%20Interest%20Rate%20Savings%20and%20Quality%20of%20Interest%20Saving%20(Case%20Study%20In%20Pt.Bank%20Mandiri%20(Persero)%20Tbk%20Dili,%20).

⁶⁰ Yunita Maulidiyah Faha, Masruchin Masruchin, dan Fitri Nur Latifah, "The Influence of Religiosity and Customer Perception on Interest in Savings," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5.1 (2022), 153–66 (hal. 158) <<https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1803>>.

Artinya: "Simpanlah sebagian dari harta kamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu"⁶¹. Hadits tersebut untuk menyisihkan sebahagian harta atau menabung agar dapat digunakan dalam keperluan masa depan.

Ada tiga faktor yang bisa mempengaruhi seseorang dalam menumbuhkan minat pada diri seseorang, sebagai berikut⁶²:

a) Faktor Dorongan

Tenaga penggerak adalah hal yang paling dekat dengan diri kita yang berasal dari benda ini atau yang berasal dari diri kita sendiri. Hal ini dianggap paling penting, karena tanpanya kepentingan tersebut tidak akan timbul dan tidak akan terpenuhi.

b) Faktor Motif Sosial

Hal ini mendorong interaksi sosial dan merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi minat. Hal inilah yang membantu menerima pekerjaan di lingkungannya. Kepentingan ini merupakan bentuk kesepakatan antara setiap individu dengan lingkungannya.

c) Faktor Emosional

Unsur emosional ini erat kaitannya dengan emosi, karena unsur ini mencakup kebingungan yang menyertai seseorang

⁶¹ Fitri Al Faqih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah," *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11.1 (2020), 22 (hal. 23) <<https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506>>.

⁶² Muhammad Nazami, Awalia Rizqiani, dan Nur Habibah, "Factors Affecting Student Saving Interest at MTs Hidayatullah During the Covid Pandemic - 19," 1 (2022), 35–43 (hal. 37).

dalam kaitannya dengan sesuatu, serta minatnya. Keberhasilan seseorang bergantung pada suatu kegiatan karena menimbulkan rasa cinta atau kepuasan, dan ketika kegagalan mendekat maka minat seseorang terhadap usaha atau kegiatan yang bersangkutan akan berkurang.⁶³

Menurut Kotler dan Keller dalam Faha ada empat indikator minat beli atau minat menabung :

a) Attention

Attention atau perhatian merupakan tahap awal dalam menilai apakah suatu produk atau jasa sudah sesuai dengan kebutuhan atau belum. Selain itu, konsumen juga harus mempelajari tentang produk atau jasa yang telah ditawarkan.

b) Interested

Dalam tahap ini konsumen mulai memiliki minat untuk membeli, setelah mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk dan jasa yang ditawarkan.

c) Desire

Konsumen mulai memiliki keinginan dan hasrat untuk membeli. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari konsumen untuk membeli dan mencoba.

⁶³ Nazami, Rizqiani, dan Habibah, hal. 38.

d) Action

Konsumen pada tahap ini sudah memiliki kemantapan untuk membeli dan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan⁶⁴.

b. Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan diartikan sebagai perilaku mengingat atau mengenali sebuah informasi yang telah dipelajari oleh seseorang sebelumnya. *Financial knowledge* dapat juga dipahami dengan arti bahwa pengetahuan keuangan merupakan salah satu pemahaman yang dimiliki oleh setiap individu atas berbagai macam hal mengenai bidang keuangan, yang dalam bidang keuangan menjelaskan secara rinci terkait alat keuangan serta kemampuan dibidang keuangan ⁶⁵.

Financial knowledge merupakan dasar faktor yang kritis dalam seseorang mengambil keputusan dibidang keuangan. Banyak orang yang menginginkan kehidupan yang sejahtera, yang berkualitas dan juga keamanan dalam hal keuangan. Keinginan tersebut dapat dicapai dan diwujudkan dengan pengelolaan pada keuangan yang baik dan benar. Pengelolaan keuangan yang baik dan benar juga harus disertai dengan financial knowledge yang tinggi yang dimiliki oleh setiap individu. Pendekatan praktis untuk mewujudkan tujuan yang akan dicapai dalam financial knowledge yaitu melalui pencatatan dan penganggaran, perbankan dan penggunaan kredit, simpanan dan pinjaman, pembayaran

⁶⁴ Faha, Masruchin, dan Latifah, hal. 158.

⁶⁵ Nurul Rohmah dkk., "The Effect of Financial Knowledge, Financial Attitudes and Internal Locus of Control on Financial Management Behavior," *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11.1 (2021), 150–61 (hal. 152) <<https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.249>>.

pajak, membuat pengeluaran utama, membeli asuransi, investasi dan rencana pensiun ⁶⁶.

Indikator-indikator variabel pengetahuan keuangan dalam penelitian ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Lusardi meliputi⁶⁷:

- 1) Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi (*basic personal finance*)
- 2) Pengetahuan manajemen uang (*money management*)
- 3) Pengetahuan manajemen kredit dan utang (*credit and debt management*)
- 4) Pengetahuan tabungan dan investasi (*saving and investment*)
- 5) Pengetahuan manajemen risiko (*risk management*)

c. Kepercayaan

Delgado mendefinisikan kepercayaan merek sebagai Perasaan yang dimiliki oleh konsumen dalam interaksinya dengan merek, yang didasarkan pada persepsi bahwa merek tersebut dapat diandalkan dan bertanggung jawab atas kepentingan dan kesejahteraan konsumen⁶⁸.

Definisi ini konsisten dengan komponen-komponen yang relevan dari penelitian sebelumnya tentang kepercayaan. Pertama, kepercayaan merek melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko, baik

⁶⁶ Naila Al Kholilah dan Rr. Iramani, "Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya," *Journal of Business and Banking*, 3.1 (2013), 69 (hal. 71) <<https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.255>>.

⁶⁷ Maarten, Lusardi, dan Rob, hal. 14–22.

⁶⁸ Jose Luis Munuera-Aleman, Elena Delgado-Ballester, dan Maria Jesus Yague-Guillen, "Development and Validation of a Brand Trust Scale," *International Journal of Market Research*, 45.1 (2003), 1–18 (hal. 11) <<https://doi.org/10.1177/147078530304500103>>.

melalui ketergantungan pada janji nilai yang diwakili oleh merek. Kedua, hal ini didefinisikan oleh perasaan percaya diri dan keamanan. Ketiga, kepercayaan merek melibatkan ekspektasi umum karena tidak mungkin ada tanpa adanya kemungkinan kesalahan. Keempat, hal ini terkait dengan hasil positif atau non-negatif. Kelima, hal ini membutuhkan untuk membuat disposisi atribusi pada merek sehingga dianggap dapat diandalkan, dapat diandalkan, dan sebagainya.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah suatu harapan sesuai dengan keyakinan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki konsumen dalam melakukan transaksi. Kepercayaan dibangun oleh sejumlah karakteristik. Menurut teori Jogianto didalam Heru terdapat empat indikator kepercayaan konsumen, yaitu sebagai berikut⁶⁹:

1) Mempertahankan hubungan dengan konsumen

Percaya bahwa mereka akan selalu menjaga hubungan yang baik antara dirinya dengan perusahaan karena mereka menyadari bahwa hubungan yang baik akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi mereka, baik saat ini maupun di masa yang akan datang.

2) Menerima pengaruh konsumen yang memiliki kepercayaan yang tinggi.

⁶⁹ Heru Rokhmawati Noor, Heru Kuncorowati, dan Lalu Supardin, "The Role of Brand Image, Price and Trust on Purchase Intention Herbal Medicine," *International Journal of Economics and management review*, 1.2 (2023), 69–82 (hal. 71) <<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/%0Ahttps://jurnal.smartindo.org/index.php/ijemr>>.

Ketika perusahaan menerima masukan dari konsumen maka akan mudah dipengaruhi sehingga biaya yang dikeluarkan perusahaan/pemasar untuk program pemasaran semakin murah.

3) Terbuka dalam Berkomunikasi

Konsumen yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi yang membangun bagi perusahaan sehingga arus informasi menjadi tidak terputus yang memudahkan perusahaan/pemasar untuk bertindak cepat.

4) Memberikan informasi yang positif.

Pemberian informasi yang baik bagi konsumen yang percaya kepada perusahaan akan membawa keuntungan yang positif bagi perusahaan.

d. Halal Lifestyle

Lifestyle yaitu sikap dari seseorang ketika menggambarkan masalah secara sebenarnya pada pikiran dari seseorang yang cenderung tergabung dengan bermacam hal yang berkaitan masalah secara psikologis serta emosi atau dapat juga dilihat dengan apa yang mereka minati serta pendapat mengenai objek tertentu ⁷⁰.

Menurut Kotler di dalam Laksono mengungkapkan bahwa gaya hidup seseorang merupakan pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan

⁷⁰ Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskandar, "The Influence of Lifestyle and Income on Kbc Helmet Purchasing Decisions," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3.2 (2018), 145–54 (hal. 157) <<https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i2.113>>.

pendapat (opini) yang bersangkutan⁷¹. Pada umumnya *lifestyle* direpresentasikan pelanggan melalui kegiatan (*activity*) minat (*interest*), opini (*opinion*), kecenderungan sikap (*manner*)⁷².

Halal lifestyle merupakan bentuk model gaya hidup yang disesuaikan dengan ajaran agama Islam. *Halal lifestyle* juga merupakan bentuk ketaatan kepada perintah Allah dalam beberapa cara. Menerapkan *halal lifestyle* ialah bentuk pelaksanaan ketaatan dan penghormatan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam kehidupan bermasyarakat, yang dapat menciptakan kehidupan yang damai dan tenteram dalam lingkup pribadi, keluarga, dan masyarakat⁷³.

Adapun yang menjadi indikator-indikator dari *halal lifestyle* dalam penelitian ini adalah:

1) Produk yang di setifikasi MUI/BPJPH.

Dalam memilih suatu produk, konsumen telah mengetahui produk yang akan dibeli atau dikonsumsi itu telah disertifikasi melalui BPJPH sehingga konsumen tidak ragu lagi dengan apa yang akan digunakan atau dikonsumsi.

2) Memakai Produk Halal.

Setiap produk yang digunakan oleh konsumen merupakan produk halal. Produk halal menjadi hal yang sangat prioritas bagi konsumen

⁷¹ Laksono dan Iskandar, hal. 157.

⁷² Tri Endi Ardiansyah, Abdul Rauf, dan Serli Maryana, "Lifestyle Dan Trust Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pemesanan Taxi Online," *Jurnal Ekonomi*, 27.3 (2022), 460–77 (hal. 462–63) <<https://doi.org/10.24912/je.v27i3.1190>>.

⁷³ Budi Afriyansyah dan Ridwan Kusmiadi, "Campaigning Halal Lifesty for Students," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4.2 (2020), 1–7 (hal. 1) <<https://journal.ubb.ac.id>>.

dalam bertransaksi karena sudah terjamin kualitas maupun kebersihan dari suatu produk tersebut.

3) Menjajaki Ketentuan Islam.

Ketentuan islam merupakan hal yang sangat urgen bagi setiap muslim. Sehingga untuk memahami ketentuan Islam seorang muslim harus mempelajari syariat Islam dengan baik.

4) Menguasai Hukum Halal dan Haram.

Dalam menentukan suatu tindakan ekonomi hukum halal maupun haram harus dipahami bagi setiap pelaku ekonomi agar tindakan yang dilakukan tidak termasuk dalam perbuatan yang dilarang oleh agama.

5) Mengerti dengan Produk yang dilarang dan dan yang diperbolehkan dalam Islam.

Pemahaman mengenai produk yang dilarang maupun yang diperbolehkan oleh syariat Islam sangat dibutuhkan oleh setiap muslim. Sehingga dengan pengetahuan yang baik mengenai produk tersebut akan memudahkan dalam membuat keputusan dalam menginginkan produk⁷⁴.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan dari hasil-hasil riset yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, yang mana penelitian tersebut memiliki kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Pada bagaian ini peneliti memaparkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan

⁷⁴ Tyas dan Supriyanto, hal. 144.

penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji:

Pertama, riset yang dilakukan oleh Misbun dalam risetnya yang berjudul “*The Influence Of Knowledge And Service On Public Interest In Using Mudharabah Saving Products At Bank Kalbar Sharia Sambas Branch*”. Hasil riset menunjukkan hal-hal berikut hipotesis Uji t (Parsial), pengetahuan nasabah secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung, pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung. Perbedaan dengan penelitian riset penulis adalah terdapat pada variabel moderating, objek, lokasi serta tahun penelitian. Analisis yang digunakan dipenelitian penulis adalah dengan menggunakan smartPLS⁷⁵.

Kedua, riset yang dilakukan oleh Saragih (2023) dalam penelitian yang berjudul “*Of The Influence Of Knowledge Of Partai Keadilan Sejahtera (Pks) Cadres On The Preference Saving In Sharia Bank With Religiosity As A Moderating Variable*”. Hasil riset menunjukkan analisis secara simultan menunjukkan bahwa secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menabung di bank syariah.

Variasi faktor berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA) bahwa masing-masing variabel mampu menjelaskan, variasi Preferensi atau minat menabung di Bank Syariah sebesar 98,1%. Sementara itu, 1,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel

⁷⁵ Misbun, Sri Deti, dan Beti Yanuri Posha, hal. 49.

lain di luar model ⁷⁶. Perbedaan dengan penelitian riset penulis adalah terdapat pada variabel moderating yang digunakan, objek, lokasi serta tahun penelitian. Analisis yang digunakan dipenelitian penulis adalah dengan menggunakan smartPLS.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Harmelia dalam penelitian yang berjudul “*The Influence of Accessibility , Service , and Knowledge of Sharia Accounting on Interest To Save in Sharia Bank*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa aksesibilitas dan pengetahuan akuntansi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa UPI YPTK Padang di bank syariah Sedangkan pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa UPI YPTK Padang di bank syariah⁷⁷.

Perbedaan dengan penelitian riset penulis adalah terdapat pada variabel moderating, objek, lokasi serta tahun penelitian. Analisis yang digunakan dipenelitian penulis adalah dengan menggunakan smartPLS. Dari variabel yang digunakan yaitu pengetahuan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung, sehingga peneliti juga menggunakan variabel pengetahuan sebagai variabel eksogen dan minat sebagai variabel endogen.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Mutia Zalila yang berjudul “*Analysis of the Influence of Knowledge, Social Environment and Student Education About Sharia Banks on Interest in Saving at Sharia Banks*”. Hasil riset

⁷⁶ Ahmad, hal. 76.

⁷⁷ Harmelia, Seplinda, dan Putri, hal. 1440.

menunjukkan Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Sedangkan pada variabel pengetahuan dan pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah⁷⁸.

Perbedaan dengan penelitian riset penulis adalah terdapat pada variabel moderating, objek, lokasi serta tahun penelitian. Analisis yang digunakan dipenelitian penulis adalah dengan menggunakan smartPLS. Dari variabel yang digunakan yaitu pengetahuan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung sehingga peneliti menggunakan variabel pengetahuan dan minat menabung sebagai variabel dalam penelitian.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Lathifah yang berjudul *“Understanding Riba, Product Knowledge, and Attitudes: Influences on Intentions to Become Sharia Bank Customers”*. Hasil riset menunjukkan bahwa pemahaman individu terhadap riba dan pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Sikap terhadap bank syariah berpengaruh terhadap intensitas menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan pemahaman riba, pengetahuan produk, dan sikap terhadap bank syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah⁷⁹.

Perbedaan dengan penelitian riset penulis adalah terdapat pada variabel moderating, objek, lokasi serta tahun penelitian. Analisis yang digunakan dipenelitian penulis adalah dengan menggunakan smartPLS. Dari variabel yang

⁷⁸ Mutia, hal. 13–14.

⁷⁹ Lathifah dan Yuliafitri, hal. 102.

digunakan yaitu pengetahuan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung sehingga peneliti menggunakan variabel pengetahuan dan minat menabung sebagai variabel dalam penelitian.

Dari kajian penelitian terdahulu inilah penulis kemudian mengambil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan keuangan dan kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidimpuan di Bank Syariah dengan halal lifestyle sebagai variabel moderating. dimana penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu khazanah keilmuan yang baru guna melanjutkan penelitian berikutnya, selain itu perbedaan yang ada terletak pada penggunaan variabel yang belum disebutkan di beberapa jurnal yaitu variabel halal lifestyle sebagai variabel moderating. Perbedaan lainnya terletak pada objek, tempat, alat analisis yang digunakan *smartPLS 3.0*, serta tahun penelitian yang berbeda.

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Publikasi Penelitian	Judul Penelitian	Pendekatan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Prasetyo./ Jurnal <i>EcoGen</i> (2022)	Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menemukan bahwa Pengetahuan Mahasiswa tentang perbankan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang di bank syariah, hal ini

				dilihat dari nilai signifikan $0,594 > 0,05$. Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang di bank syariah, hal ini dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05^{80}$.
2.	Febriyanti/ <i>Asian Journal of Economics, Business and Accounting</i> (2023)	<i>Predicting the Effect of Digitalization and Brand Trust on Customers' Saving Intention of Islamic Banking</i>	Regresi Linear Berganda/Path Coefficient	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Digitalisasi dan Kepercayaan Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kota Malang. Brand Trust mampu memediasi hubungan variabel digitalisasi terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia, dan selanjutnya digitalisasi merupakan variabel yang paling dominan

⁸⁰ Prasetyo, Siwi, dan Author, hal. 91.

				dibandingkan dengan variabel lainnya ⁸¹ .
3.	Aulia./ Jurnal Inovasi Bisnis 2 (2022)	<i>The Influence of Religiosity, Trust, Knowledge and Location on People Interest in Saving at Bank Syariah Indonesia Sub-Branch Office Bengkalis</i>	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bengkalis. Secara simultan variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bengkalis. Nilai koefisien determinasi religiusitas, kepercayaan, pengetahuan dan lokasi sebesar

⁸¹ Febriyanti dkk., hal. 79.

4.	Faizah/ Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology Magelang (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi keuangan,kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat menabung mempunyai pengaruh signifikan ⁸³ .
5.	Nataly/ Jurnal Bina Manajemen (2022)	The Effect of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Saving Interest at Pt Bank Mayapada Internasional Tbk Danau Sunter Branch	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung secara parsial hanya variabel Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Minat Menabung, dan variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung ⁸⁴
6.	Khasanah/ Jurnal	Analysis of	Regresi Linear	Berdasarkan uji

⁸³ Mahmudatus Sa'diyah Nur Faizah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah," in *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology Magelang*, 2022, hal. 253–66 (hal. 265) <<https://journal.unimma.ac.id>>.

⁸⁴ Nataly dan Lai Wic, hal. 313.

				signifikan terhadap Minat Menabung ⁸⁴
6.	Khasanah/ Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam (2022)	Analysis of Customer Perceptions, Trust and Brand Image on Customer Interest and Saving Decisions	Regresi Linear Berganda	Berdasarkan uji penelitian yang dilakukan ditemukan hasil yaitu Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, Kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung, Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, Minat berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung ⁸⁵ .
7.	Habibi / <i>Annual International Conferences Economisc Islamic Studies</i> (2023)	<i>The Influence of Financial Literacy and Trust on the Interest To Saving Moderated Halal Lifestyle</i>	<i>Path Coefficcient</i>	menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap minat menabung dan kepercayaan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap minat menabung. Halal lifestyle

⁸⁴ Nataly dan Lai Wie, hal. 313.

⁸⁵ Cleanita Imra'atul Khasanah dan Nur Huri Mustofa, hal. 93.

				secara signifikan memperkuat pengaruh pengetahuan keuangan terhadap niat menabung pada generasi milenial Kota Padang. Sebaliknya, halal lifestyle memperlemah pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung pada milenial Kota Padang ⁸⁶ .
8.	Rozikin/ Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "Goodwill" (2019)	<i>Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank</i>	Analisis Regresi Logistik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, promosi, dan citra merek berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah ⁸⁷ .
9.	Yuniningsih/ <i>Journal of Economics, Finance and Management Studies</i> (2022)	<i>Financial Literacy and Motivation to Stimulate Saving Behavior Intention in form of Bank Customer Deposits</i>	Path Analisis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menyimpan uangnya dalam bentuk deposito.

⁸⁶ Roihan, Novia, dan Hulwati, "The Influence of Financial Literacy and Trust on the Interest To Saving Moderated Halal Lifestyle," hal. 1.

⁸⁷ Rozikin AZ dan Solekhah I., "Islamic financial literacy, promotion and brand image towards saving intention in sharia bank.," *Iqtishadia*, 13.1 (2020), 95–106 (hal. 95) <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043v13i1.6489>>.

				Sementara itu, lingkungan sosial tidak dapat digunakan sebagai variabel intervening untuk literasi keuangan dan motivasi terhadap minat nasabah untuk menyimpan uangnya dalam bentuk deposito ⁸⁸ .
10.	Anindya/ <i>Issues In Social And Environmental Accounting</i> (2021)	<i>Influence of Islamic Financial Literacy, Religiosity on Interest Customer with Moderation Promotion</i>	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel X terhadap variabel Y, sedangkan variabel promosi dalam penelitian ini tidak memoderasi variabel independen dan dependen ⁸⁹ .
11	Zulva/ Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen (2024)	Pengaruh pengetahuan tentang riba nasiah dan religiusitas terhadap minat menabung	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel

⁸⁸ Yuniningsih dkk., "Financial Literacy and Motivation to Stimulate Saving Behavior Intention in form of Bank Customer Deposits," 5.11 (2022), 3334–40 (hal. 3334) <<https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i11-19>>.

⁸⁹ Luqman Hakim Aprilia Dwi Marta Anindya F, "Influence of Islamic Financial Literacy, Religiosity on Interest Customer with Moderation Promotion," *Economic Education Analysis Journal*, 10.2 (2021), 202–14 (hal. 202) <<https://doi.org/10.15294/eeaj.v10i2.44566>>.

		mahasiswa di bank syariah		pengetahuan riba nasiah dan religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. variabel pengetahuan riba nasiah dan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah ⁹⁰ .
12	Huda/Jurnal El-Mal: (2022)	Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh secara parsial terhadap niat menabung, pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menabung, dan motivasi memiliki pengaruh parsial terhadap niat menabung ⁹¹ .
13	Mirawati/ <i>Sahid Banking Journal</i> (2023)	<i>Analysis of Islamic Banking Literacy, Product Knowledge,</i>	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menemukan bahwa Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan

⁹⁰ Piolita Zulva, "Pengaruh pengetahuan tentang riba nasiah dan religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah," *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2.1 (2024), 115–31 (hal. 115) <<https://doi.org/https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i1.284>>.

⁹¹ Afton Hila Huda, Junaidi, dan Siti Aminah Anwar, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.2 (2022), 552–64 (hal. 552) <<https://doi.org/10.47467/elmal.v1i1.281>>.

		<i>and Public Trust on Interest in Saving at Bank Syariah Indonesia</i>		Produk, dan Kepercayaan Masyarakat berpengaruh terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia. Sedangkan Literasi Perbankan Syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Secara simultan faktor Pengetahuan Produk dan Kepercayaan Masyarakat berpengaruh dan nyata terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia ⁹² .
14	Sujianto/ Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan (2023)	Pengaruh Pengetahuan, Perspektif, dan Religuitas Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Regresi Linear Berganda	Studi empiris menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sama halnya dengan perspektif atau cara pandang yang diidentikkan dengan persepsi masyarakat, serta

⁹² Mirnawati, Trihantana, dan Miftakhul, hal. 72.

				factor religuitas juga menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah ⁹³ .
15.	Safitri/ Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (2022)	Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi	<i>Path Coefficient</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah sedangkan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, dan untuk variabel moderasi religiusitas tidak memoderasi pengaruh citra merek terhadap minat menabung di bank syariah namun mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah ⁹⁴ .

⁹³ Agus Sujianto dkk., “Pengaruh Pengetahuan, Perspektif, dan Religuitas Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,” *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1.3 (2023), 95–106 (hal. 104) <<https://doi.org/https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i3.868> Pengaruh>.

⁹⁴ E N Safitri dan Z Mubarak, “Pengaruh Brand Image dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin pada Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.3 (2022), 2875–81 (hal. 2875) <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6076>>.

16	Supriadi/ Adpebi <i>International Journal of Multidisciplinary Sciences</i> (2022)	<i>The Influence of Santri's Perception and Religiosity on Interest in Savings in Islamic Banks, Case Study on Santri of Nahdlatul Ulum Islamic Boarding School, Maros Regency, Indonesia</i>	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada santri Pondok Pesantren Nahdlatul Ulum Kab. Maros, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada santri Pondok Pesantren Nahdlatul Ulum, persepsi dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada santri Pondok Pesantren Nahdlatul Ulum Kab. Maros ⁹⁵ .
17.	Suhasti/ <i>International Journal of Scientific Multidisciplinary Research</i> (2022)	<i>The Influence of Promotions, Service Quality and Trust on Customers' Interest in Saving at BSI KCP Jambi Rimbo Bujang 1</i>	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh

⁹⁵ Supriadi, M Silmi Kappa, dan Ismawati, "The Influence of Santri's Perception and Religiosity on Interest in Savings in Islamic Banks, Case Study on Santri of Nahdlatul Ulum Islamic Boarding School, Maros Regency, Indonesia," *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 1.1 (2022), 206–20 (hal. 206) <<https://doi.org/https://doi.org/10.54099/aijms.v1i1.259>>.

				yang signifikan terhadap minat menabung. dan variabel kepercayaan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Secara simultan promosi, kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat menabung ⁹⁶ .
18.	Baskaro/ <i>IBSE Economic Journal</i> (2023)	<i>Analysis of symbolic consumption as a moderator variable between the influence of halal lifestyle on the intention to purchase Islamic banking products</i>	Regresi Linear metode MRA	Hasil analisis penelitian menunjukkan variabel halal lifestyle terhadap minat pembelian berpengaruh secara parcial dan signifikan. Variabel konsumsi simbolis dapat menjadi moderator dan memperkuat pengaruh antara halal lifestyle terhadap minat pembelian produk perbankan syariah ⁹⁷ .
19	Sari/ Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi	Pengaruh Literasi Keuangan	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

⁹⁶ Wuri Suhasti dkk., "The Influence of Promotions , Service Quality and Trust on Customers ' Interest in Saving at BSI KCP Jambi Rimbo Bujang 1," *International Journal of Scientific Multidisciplinary Research*, 2.1 (2024), 63–74 (hal. 63) <<https://doi.org/https://doi.org/10.55927/ijsmr.v2i1.7955>>.

⁹⁷ Baskoro, Suhasti, dan Winarno, hal. 42.

	dan Hukum (2023)	Syariah dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor, Malaysia, Melakukan Transaksi di Bank Islam		literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat, variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat. Secara simultan literasi keuangan syariah dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat ⁹⁸ .
20	Ernita Batubara/ <i>Jurnal Equilibrium</i> (2023)	Analisis determinan keputusan Masyarakat Kecamatan Panyabungan Selatan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Moderating.	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1)Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel pendapatan terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Panyabungan Selatan menabung di bank syariah, (2)Terdapat

⁹⁸ Ade Julia Sari dan Riyan Pradesyah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor, Malaysia, Melakukan Transaksi di Bank Islam," *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 7.1 (2023), 163–73 (hal. 163) <<https://doi.org/10.30601/humaniora.v7i1.3568>>.

				pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Panyabungan Selatan menabung di bank syariah, (3) Terdapat pengaruh signifikan antara variabel religiusitas terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Panyabungan Selatan menabung di bank syariah, (4) Minat tidak dapat memoderasi pendapatan terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Panyabungan Selatan menabung di bank syariah, (5) Minat dapat memoderasi pengetahuan terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Panyabungan Selatan menabung di bank syariah. (6) Minat dapat memoderasi religiusitas terhadap keputusan masyarakat
--	--	--	--	---

				Kecamatan Panyabungan Selatan menabung di bank syariah ⁹⁹ .
--	--	--	--	--

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Prasetyo adalah sama-sama menggunakan pengetahuan sebagai variabel eksogen dan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Prasetyo tidak menggunakan variabel moderating dalam melihat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Febriyanti adalah sama-sama menggunakan kepercayaan sebagai variabel eksogen dan menggunakan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Febriyanti tidak variabel moderating dalam menentukan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Aulia adalah sama-sama menggunakan pengetahuan dan kepercayaan sebagai variabel eksogen dan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Aulia tidak menggunakan

⁹⁹ Ernita Batubara, Rukiah Lubis, dan Budi Gautama, "Analisis determinan keputusan Masyarakat Kecamatan Panyabungan Selatan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Moderating," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 11.2 (2023), 179 (hal. 179) <<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i2.16462>>.

variabel moderating dalam melihat pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Faizah adalah sama-sama menggunakan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Faizah tidak menggunakan variabel moderating dan tidak memakai alat analisis *smart PLS* sebagai alat analisis.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Nataly adalah sama-sama menggunakan kepercayaan sebagai variabel eksogen dan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Nataly tidak menggunakan variabel moderating dan alat analisis yang dipakai peneliti adalah *smart PLS*.
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Khasanah adalah sama-sama menggunakan kepercayaan sebagai variabel eksogen dan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Khasanah menggunakan dua variabel endogen yaitu minat dan keputusan. Khasanah tidak menggunakan variabel moderating dalam penelitiannya serta tidak memakai path analisis dalam menganalisis hubungan antar variabel.
7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Habibi adalah sama-sama menggunakan kepercayaan sebagai variabel eksogen dan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya

adalah penelitian Habibi menggunakan Literasi keuangan sebagai variabel eksogen.

8. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Rozikin adalah sama-sama menggunakan Minat Menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Rozikin tidak menggunakan variabel moderating dalam melihat pengaruh antara variabel eksogen dan endogen.
9. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Yuniningsih adalah sama-sama menggunakan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Yuniningsih tidak menggunakan variabel moderating dalam penelitiannya.
10. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Anindya adalah sama-sama menggunakan Minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Anindya menggunakan promosi sebagai variabel moderating sedangkan penulis memakai *halal lifestyle*. Alat analisis yang dipakai penulis juga terdapat perbedaan yaitu memakai *smart Pls* karena dalam memakai variabel moderasi lebih relevan dan cocok memakai analisis *smart Pls*.
11. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Zulva adalah sama-sama menggunakan pengetahuan sebagai variabel eksogen dan minatb menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Zulva tidak menggunakan variabel moderating.

12. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Huda adalah sama-sama menggunakan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Huda tidak menggunakan variabel moderating.
13. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Mirnawati adalah sama-sama menggunakan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Mirnawati tidak memakai variabel moderating.
14. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Sujianto adalah sama-sama menggunakan Pengetahuan sebagai variabel eksogen dan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Sujianto tidak menggunakan variabel moderating.
15. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Safitri adalah sama-sama menggunakan Pengetahuan sebagai variabel eksogen dan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Safitri tidak menggunakan variabel moderating.
16. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Supriadi adalah sama-sama menggunakan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Safitri tidak menggunakan variabel moderating.
17. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Suhasti adalah sama-sama menggunakan kepercayaan sebagai variabel eksogen dan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya

adalah penelitian Suhasti tidak menggunakan variabel moderating dalam menentukan pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

18. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Baskaro adalah sama-sama menggunakan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Baskaro menggunakan konsumsi simbolik sebagai variabel moderating.

19. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Sari adalah sama-sama menggunakan kepercayaan sebagai variabel eksogen dan minat menabung sebagai variabel endogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Suhasti tidak menggunakan variabel moderating dalam menentukan pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

20. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atas nama Batubara adalah sama-sama menggunakan pengetahuan sebagai variabel eksogen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Batubara menggunakan variabel moderating minat menabung dalam menentukan pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah sebuah gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif dari serangkaian masalah yang ditetapkan yang digunakan untuk memudahkan penelitian. Kerangka konseptual dalam penelitian ini menjelaskan gambaran logis dan pola dari kerangka penelitian agar penelitian ini lebih terarah sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai. Selain itu menunjukkan

logika penelitian dalam menjabarkan terhadap sasaran dan tujuan dari penelitian.

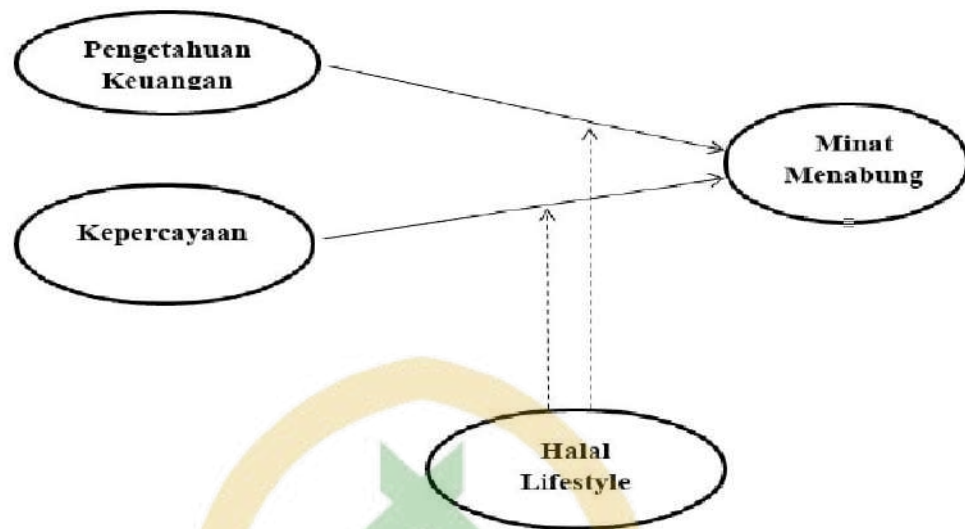
Minat menabung merupakan merupakan hasrat nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil aktivitas yang mempunyai hubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melangsungkan penyimpanan di bank¹⁰⁰. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa minat menabung merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melaksanakan segala aktivitas dalam mencapai pencapaian tujuan dan maksud yang menjadi harapannya. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk menimbulkan semangat untuk melakukan sesuatu yang diminati, dalam hal ini minat menabung di bank syariah.

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dengan adanya informasi berbagai produk serta kemudahan yang diberikan pada anggota diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi anggota untuk memutuskan menabung dan pengetahuan seseorang tentang Bank Syariah akan mempengaruhi minat menabungnya. Kepercayaan juga menjadi hal yang sangat di perhatikan dalam meingkatkan minat menabung di bank syariah, sehingga dalam gambar kerangka konseptual akan di perhatikan bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung.

Berikut merupakan gambaran kerangka konseptual dari penelitian yang akan dilakukan:

¹⁰⁰ Hariyanto Hariyanto dan Bariyyatin Nafi'ah, "Analysis of Factors Affecting on Saving Intention in Islamic Bank: The Case in Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.1 (2022), 28–38 (hal. 30) <<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4308>>.

Gambar II. 1 Kerangka Konseptual



Berdasarkan latar belakang masalah dan landasan teori yang telah disebutkan di atas, maka kerangka sebagai dasar dalam mengarahkan pemikiran untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pengetahuan keuangan sebagai variabel eksogen (X) terhadap minat menabung sebagai variabel endogen (Y), pengaruh kepercayaan sebagai variabel eksogen (X) terhadap minat menabung sebagai variabel endogen (Y) pengaruh *halal lifestyle* sebagai variabel moderating (Z) terhadap minat menabung sebagai variabel endogen (Y).

Pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung yang dimoderating oleh *Halal lifestyle* dan Pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung yang dimoderasi oleh *halal lifestyle* menjadi poin utama dalam penelitian ini.

D. Hubungan antar Variabel

1. Pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung

Pengetahuan diartikan sebagai perilaku mengingat atau mengenali sebuah informasi yang telah dipelajari oleh seseorang sebelumnya. *Financial knowledge* dapat juga dipahami dengan arti bahwa pengetahuan keuangan merupakan salah satu pemahaman yang dimiliki oleh setiap individu atas berbagai macam hal mengenai bidang keuangan, yang dalam bidang keuangan menjelaskan secara rinci terkait alat keuangan serta kemampuan dibidang keuangan ¹⁰¹.

Semakin seseorang mempunyai ilmu keuangan yang bagus maka semakin bagus pula pengelolaan keuangannya. Penelitian yang dilakukan oleh Welldan Adityandani dan Nadia Asandimitra Haryon dapat disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh terhadap minat menabung¹⁰².

2. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung

Kepercayaan didefinisikan sebagai perasaan yang dimiliki oleh konsumen dalam interaksinya dengan merek yang didasarkan pada persepsi bahwa merek tersebut dapat diandalkan dan bertanggung jawab atas kepentingan dan kesejahteraan konsumen¹⁰³.

¹⁰¹ Rohmah dkk., hal. 152.

¹⁰² Well Aditiandani dan Nadia Asandimitra HARYono, "Pengaruh Demografi, Financial Attitude, Financial Knowledge, Dan Suku Bunga Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Kota Surabaya," *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7.2 (2018), 316–26 (hal. 316).

¹⁰³ Munuera-Aleman, Delgado-Ballester, dan Yague-Guillen, hal. 11.

Kepercayaan konsumen dinyatakan sebagai komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan di antara semua pihak yang terlibat dalam bisnis sehingga minat konsumen dalam bertransaksi maupun menabung akan meningkat¹⁰⁴. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mundhori dan Faizatur Rohmah menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung¹⁰⁵.

3. Pengaruh *halal lifestyle* terhadap minat menabung

Halal lifestyle merupakan suatu wujud pelaksanaan kepatuhan dan ketaatan pada hukum dan peraturan yang berlaku dalam kehidupan sosial, yang dapat mewujudkan kehidupan yang penuh kedamaian dan ketenangan dalam lingkup pribadi, keluarga dan masyarakat. Jadi gaya hidup halal merupakan pola hidup yang dijalankan setiap individu dalam segala aktivitas, minat dan pendapatnya untuk konsumsi sehari-hari atau untuk kesenangan lainnya yang berlandaskan syariah.

Penelitian yang dilakukan Baskoro yang menyatakan *halal lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk perbankan syariah¹⁰⁶.

Hasil ini juga diperkuat oleh Sulistiani yang menunjukkan hasil penelitiannya

¹⁰⁴ Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, dan Anisah, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya," *Jurnal Margin*, 1.1 (2021), 28–43 (hal. 32).

¹⁰⁵ Mundhori dan Faizatur Rohmah, "Pengaruh Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Menabung Di KSPPS BMT Mandiri Artha Syariah Sumberrejo," *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, 2.1 (2022), 21–44 (hal. 21) <<https://doi.org/10.30762/almuhasib.v2i1.194>>.

¹⁰⁶ Baskoro, Suhasti, dan Winarno, hal. 42.

bahwa *lifestyle*, *brand image*, harga, dan fasilitas terhadap minat generasi milenial pada bank syariah¹⁰⁷.

4. Pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung dengan *halal lifestyle* sebagai variabel moderating.

Lifestyle merupakan penggambaran cara hidup individu di dunia ini yang dikomunikasikan dalam kegiatan, minat, dan perasaan mereka. *lifestyle* memberikan gambaran seluruh diri seseorang yang bekerja sama dengan keadaannya saat ini. Perubahan perilaku konsumsi individu muncul dari latar belakang hidupnya. Perilaku konsumsi seseorang merupakan hasil belajar dari pengalaman selama hidupnya. Bank syariah harus mampu memenuhi permintaan masyarakat mengenai produk-produk dalam perbankan¹⁰⁸.

Individu yang memiliki dasar yang baik dalam pengetahuan keuangan akan sadar dan fokus pada prioritas kebutuhan dalam memilih gaya hidup mereka. Meskipun demikian, dapat diperkirakan bahwa individu dengan tingkat pendidikan yang tinggi dan kondisi keuangan yang mapan akan menghabiskan uang mereka secara tidak masuk akal tanpa perhitungan yang baik karena mereka terhimpit oleh gaya hidup yang ada dalam sekeliling mereka saat ini¹⁰⁹.

¹⁰⁷ Sulistiani dan Zubaidi, hal. 67.

¹⁰⁸ Andespa.

¹⁰⁹ D. Putri, N. A., & Lestari, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda Di Jakarta.," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1.1 (2019), 31–42 (hal. 36).

Saat ini pemahaman keuangan masyarakat masih belum cukup khususnya terkait perbankan syariah, hal ini karena belum adanya sosialisasi yang dilakukan bank syariah tentang standar dan system keuangan syariah kepada masyarakat luas. Ketika individu memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, sehingga mereka akan lebih baik dalam menentukan pilihan untuk menabung di bank syariah ¹¹⁰.

5. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung dengan *halal lifestyle* sebagai variabel moderating.

Acuan utama dalam dunia perbankan yaitu kepercayaan, baik ketika menghimpun dana maupun ketika menyalurkan dana. Individu akan tertarik untuk menyimpan asetnya di bank dengan bergantung pada kepercayaan mereka. Kepercayaan akan dibangun baik dari penyimpan dana ataupun dari bank dan kepercayaan ini akan diteruskan ke pihak debitur. Kepercayaan sangat perlu dibentuk dengan alasan bahwa dalam keadaan sekarang ini segala sesuatu perlu mendapatkan keuntungan baik dalam hal menyimpan dana, menampung dana dan menerima dana. Dengan demikian, semakin tinggi kepercayaan masyarakat, maka semakin tinggi pula aset pihak luar (DPK) yang akan diperoleh bank¹¹¹.

¹¹⁰ Nurrohmah Fadhilah, Resti Purbayati, dan Radia, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3.2 (2020), 140–53 (hal. 136) <<https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>>.

¹¹¹ Wijayani dan Dianing Ratna, "Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah," 8.1 (2017), 1–17 (hal. 10).

Selain kepercayaan, *halal lifestyle* juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi minat menabung masyarakat¹¹². Terlebih pada saat ini, *halal lifestyle* sedang menjadi tren di kalangan muslim milenial. Hal ini diakibatkan dari timbulnya kesadaran di kalangan masyarakat milenial muslim mengenai pentingnya berbagai aspek syariah dalam kehidupan.

E. Hipotesis

Menurut Mudrajat Kuncoro, hipotesis didefinisikan sebagai pernyataan peneliti atas suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi.¹¹³ Peneliti harus mengumpulkan data untuk menguji kebenaran pernyataan sementara dengan melakukan penelitian, maka peneliti dapat mendukung atau menolak hipotesis. Sehubungan dengan pengamatan dan penelitian atas permasalahan yang terjadi, maka peneliti mengemukakan dugaan yaitu:

- H₁: Terdapat Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah.
- H₂: Terdapat Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah.
- H₃: Terdapat Pengaruh *Halal Lifestyle* terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah.

¹¹² Roihan, Novia, dan Hulwati, "The Influence of Financial Literacy and Trust on the Interest To Saving Moderated Halal Lifestyle," hal. 4.

¹¹³ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 59.

- H₄: Terdapat Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan di Bank Syariah dengan *Halal Lifestyle* sebagai variabel moderating.
- H₅: Terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan di Bank Syariah dengan *Halal Lifestyle* sebagai variabel moderating.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu dalam penelitian adalah waktu yang digunakan dalam penyelidikan dari observasi sampai pelaporan Waktu penelitian akan dilakukan pada bulan Maret- Juni 2024. Adapun tempat pelaksanaan penelitian ini yaitu di Kota Padangsidimpuan Provinsi Sumatera Utara.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif juga dinamakan sebagai model positivistik dikarenakan berakar pada filsafat positifisme. Metode ini juga dikatakan sebagai metode koonfirmatif dengan alasan metode ini ekuivalen ketika dipergunakan dalam pembuktian atau konfirmasi. yang mana dilakukan dengan melakukan uji berbagai konsep atau teori melalui dengan mengukur berbagai variabel penelitian dengan angka kemudian data yang diperoleh dan dianalisis menggunakan prosedur *statistic* (deduktif).

Penelitian kuantitatif itu pada umumnya diselesaikan dengan populasi maupun sampel tertentu. Kegiatan penelitian ini memiliki sifat deduktif, dimana bertujuan untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah menggunakan ide atau spekulasi dengan tujuan agar dapat membentuk hipotesis. Kemudian hipotesis yang pada penelitian ini ditelaah dengan

mengumpulkan ragam informasi di lapangan. Dalam mengumpulkan data dan informasi menggunakan instrumen penelitian¹¹⁴.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek atau individu yang menjadi pusat kajian. Populasi juga di definisikan sebagai cakupan umum yang memiliki kuantitas dan karakter tertentu yang telah di pilih oleh seorang peneliti untuk dijadikan sebagai studi dan selanjutnya baru ditarik kesimpulannya¹¹⁵.

Populasi pada penelitian ini ialah seluruh milenial Kota Padangsidempuan yang berjumlah 71.238 orang milenial.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel ditentukan dari jumlah populasi penelitian. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu¹¹⁶. Pertimbangan tertentu yang dilakukan ialah kepada responden yang sudah memiliki kriteria dalam penelitian. Pada penelitian ini sudah ditentukan bahwa responden ialah sampel masyarakat milenial yang bertempat tinggal di Kota Padangsidempuan.

¹¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2018), hal. 10–11.

¹¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods)*, hal. 119.

¹¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods)*, hal. 125.

Metode yang untuk mengambil sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dari suatu populasi yang ditentukan atau diidentifikasi sendiri oleh peneliti dan atau berdasarkan penilaian para ahli dengan menggunakan penarikan sampel *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti saat memilih subyek¹¹⁷, dengan kriterianya adalah:

- a. Masyarakat milenial Kota Padangsidimpuan.
- b. Memiliki usia yang masih produktif (23-43 tahun).
- c. Bersedia untuk dijadikan responden dalam penelitian.
- d. Telah menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian ini menggunakan Rumus *Isaac dan Michael* untuk menghitung ukuran sampel ini, maka digunakan rumus *Isaac dan Michael*.

Berikut rumus *Isaac dan Michael*¹¹⁸:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

s = Jumlah sampel yang diperlukan

λ^2 = Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 10% harga Chi Kuadrat = 2,70

N = Jumlah Populasi

¹¹⁷ Akas Pinaringan Sujalu dkk., *Statistik ekonomi 1* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), hal. 75.

¹¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods)*, hal. 129–30.

d = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

Untuk menggunakan rumus Isaac dan Michael ini, langkah pertama ialah menentukan batas toleransi kesalahan (error tolerance). Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dalam presentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, maka semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya dilakukan penelitian dengan batas toleransi kesalahan 10% (0,1), berarti memiliki tingkat akurasi sebesar 90%.

Pada penelitian ini didapatkan populasi sebanyak 71.238 jiwa yang berada di Kota Padangsidempuan, dan ditentukan batas toleransi kesalahan sebesar 10% serta nilai $d = 0,05$. Maka dapat ditentukan jumlah sampel penelitian sebagai berikut :

$$s = \frac{2,70 \times 71.238 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2(71.238 - 1) + 2,70 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{48.085}{178,1 + 0,675}$$

$$s = 269$$

Dengan menggunakan rumus *Isaac dan Michael* di atas, maka nilai sampel (s) yang didapat adalah sebesar 269 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner (angket). Penyebaran kuisisioner merupakan salah satu cara pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat

digunakan bahkan ketika peneliti mengetahui dengan jelas variabel yang akan diukur dan apa yang diinginkan responden. Selain itu, kuesioner juga dapat digunakan. Apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di beberapa wilayah. Kuesioner terdiri dari pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan langsung kepada responden atau dikirim melalui pos atau online¹¹⁹.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah suatu data penelitian dengan menggunakan proses penyederhanaan data dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode analisis data menurut Bog dan dalam buku Sugiyono adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹²⁰

Untuk dapat melakukan analisis data, diperlukan pengujian kualitas data yang ada dengan menggunakan uji statistik deskriptif sehingga dapat menggambarkan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini. Penelitian statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varians, dan range statistik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Model*). SEM (*Structural Equation Modeling*) adalah suatu teknik

¹¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012).

¹²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.241.

statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. *Structural Equation Modelling* (SEM) adalah teknik statistik yang dapat digunakan untuk mengembangkan dan menguji model statistik. Dalam arti lain SEM adalah teknik pemodelan statistik yang bersifat cross-sectional, linier, dan universal. Analisis SEM juga mencakup analisis faktor, analisis jalur, dan regresi¹²¹.

SEM memungkinkan dilakukannya analisis di antara beberapa variabel dependen dan independen secara langsung. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), dilakukan untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian secara menyeluruh. SEM digunakan bukan untuk merancang suatu teori, tetapi lebih ditujukan untuk memeriksa dan membenarkan suatu model. Oleh karena itu, syarat utama menggunakan SEM adalah membangun suatu model hipotesis yang terdiri dari model struktural dan model pengukuran dalam bentuk diagram jalur yang berdasarkan justifikasi teori. SEM adalah merupakan sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan secara stimulan yang dibangun antara satu atau beberapa variabel independen.¹²² Sementara itu Partial Least Squares (PLS) disebut juga sebagai metode non parametrik sehingga tidak menggunakan distribusi data.

¹²¹ Imam Rosyadi, Fenilinas Adi Artanto, dan M Yusuf Febrianto, "Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di RTO dengan Structural Equation Modeling (SEM) dan Partial Least Square (PLS)," *Indonesian Journal of Strategic Management*, 4.1 (2021) <<https://doi.org/10.25134/ijsm.v4i1.5287>>.

¹²² Sigih Santoso, *Structural Equation Modeling* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011).

Model yang dipakai pada PLS terdiri atas model struktural dan model pengukuran. Model struktural mendeskripsikan keterkaitan antara pengaruh variabel penelitian maupun hipotesis penelitian yang dibentuk. Model pengukuran mendeskripsikan keterkaitan pada variabel dengan item pengukuran yang menilainya¹²³.

Model PLS-SEM sangat menarik bagi banyak peneliti karena memungkinkan mereka meramalkan model rumit dengan banyak konstruksi, variabel indikator dan jalur struktural tanpa menerapkan distribusi asumsi pada data. Selain itu PLS-SEM juga memiliki strategi kausal-prediktif untuk SEM yang memprioritaskan prediksi saat memperkirakan model statistik yang strukturnya dimaksudkan untuk menawarkan penjelasan kausal¹²⁴.

PLS juga dapat digunakan untuk data yang berdistribusi tidak normal dengan jumlah data yang kecil PLS digunakan pada model struktural dimana indikator bersifat reflektif atau formatif Pada model indikator reflektif arah hubungan terlihat mulai dari konstruk menuju indikator sedangkan dalam model indikator formatif arah hubungan dimulai dari indikator menuju konstruk¹²⁵. Adapun pada penelitian ini akan digunakan tiga model, yaitu model pengukuran dan model struktural dan evaluasi kekuatan model.

¹²³ Sofyan Yamin, *SMARTPLS 3 SMARTPLS 4*, ed. oleh Aly Rasyid, III (Depok: PT Dewangga Energi Internasional, 2023), hal. 5 <www.dewanggapublishing.com>.

¹²⁴ Hair, Joseph F., dkk., "When to use and how to report the results of PLS-SEM," *European Business Review*, 31.1 (2019), 2–24 <<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>>.

¹²⁵ Rosyadi, Adi Artanto, dan Febrianto.

1. Model Pengukuran

Model pengukuran atau *outer loading* merupakan hubungan pada setiap item pengukuran dengan variabel. Dalam penelitian ini, indikator dari variabel minat menabung, pengetahuan keuangan, kepercayaan dan *halal lifestyle* harus lebih besar atau sama dengan *rule of thumb*. Ukuran ini mendeskripsikan seberapa bagus item mencerminkan pengukuran dari variabel. *Rule of thumb* dari Hair menggunakan $LF \geq 0,70$ dapat diterima¹²⁶, Pendapat yang lain menurut Chin nilai $LF \geq 0,60$ juga bisa diterima¹²⁷.

AVE (*Average variance extracted*) merupakan rata-rata variasi dari setiap item pengukuran yang dimiliki oleh variabel minat menabung, variabel pengetahuan keuangan, variabel kepercayaan dan variabel *halal lifestyle*. Seberapa tinggi secara totalitas variabel bisa menerangkan variasi dari item pengukuran. Standar ini juga mendeskripsikan seberapa baik validitas konvergen dari variabel *rule of thumb* AVE menurut Hair adalah nilai $AVE \geq 0,50$ ¹²⁸.

Discriminant validity mendiskripsikan seberapa jauh variabel atau konstruk yang dibangun berbeda dengan variabel yang lainnya juga teruji secara statistik¹²⁹. Pengujian *discriminant validity* dapat dilakukan dalam tingkatan indikator maupun variabel. Tingkat indikator digunakan

¹²⁶ McDaniel.C, C.W. Lamb, dan J.F Hair, *Introduction to Marketing.*, 11 ed. (South Western: Cengage Learning, 2011).

¹²⁷ W. W Chin, *The partial least squares approach for structural equation modeling*. In George A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, Lawrence Erlbaum Associates, 1998.

¹²⁸ Hair, F., dkk., hal. 15.

¹²⁹ Hair, Joseph F, dkk., "Partial Least Squares Structural Equation Modeling," 2017 <<https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>>.

pengukuran *cross loadings* bahwa dalam setiap item pengukuran yang menilai variable A akan berkorelasi lebih tinggi dengan variabel A yang diukurnya serta berhubungan rendah pada variabel yang lainnya¹³⁰, seperti nilai *cross loading* variabel minat menabung harus lebih tinggi dengan nilai *cross loading* dari variabel pengetahuan keuangan, kepercayaan dan variabel *halal lifestyle*, begitu juga sebaliknya ketika setiap nilai *cross loading* dari setiap variabel harus lebih tinggi daripada variabel lainnya.

Validitas diskriminan dalam tingkatan variabel yaitu *Fonell-Lacker Criterion* dan HTMT (*Heterotrait Monotrait Ratio*). Ukuran pada ialah pencocokan akar dari AVE dengan hubungan antara variable. Dalam perspektif kriteria *Fornell and Lacker* model mempunyai validitas diskriminan bagus jika akar daripada AVE variabel mempunyai nilai lebih besar daripada hubungan antara variabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel membagi variasi item pengukurannya lebih besar terhadap item pengukuran yang mengukurnya juga membagi rendah terhadap item pengukuran variabel yang lainnya¹³¹.

Standar pada *discriminant validity* yang lain telah dikenalkan oleh Henseler dan Sarstedt yaitu HTMT (*Heterotrait Monotrait Ratio*) dengan nilai yang disarankan adalah di bawah 0,85 atau $<0,90$ ¹³². Kekonsistenan *reliability* yang ditentukan oleh *composite reliability* ialah ukuran dalam

¹³⁰ Yamin, hal. 14.

¹³¹ Hair, F., dkk., hal. 15.

¹³² Jörg Henseler, Christian M Ringle, dan Marko Sarstedt, "A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling," 2015, 115–35 <<https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>>.

menggambarkan seberapa tinggi reliabilitas pada variabel. Nilai minimum *Composite Reliability* adalah 0,70¹³³, maka setiap variabel seperti minat menabung, variabel pengetahuan keuangan, variabel kepercayaan dan variabel *halal lifestyle* harus mempunyai nilai minimal 0,70 sehingga dapat dikatakan variabel ini memiliki *Composite Reliability* yang baik. Selain daripada *Composite Reliability*, *Cronbachs Alpha* juga dapat menjadi ukuran yang menggambarkan tingkat reliabilitas dengan *rule of thumb* > 0,70¹³⁴.

2. Model Struktural

Evaluasi pada model struktural dapat diuji dari 3 (tiga) poin yaitu Pertama ialah memeriksa kolinieritas pada variabel eksogen (*inner collinearity*). Apabila $\text{inner VIF} > 5$ maka ada dugaan multikolinier. Meskipun demikian nilai VIF antara 3-5 ada potensial terjadi multikolinier dan yang ideal ialah apabila $\text{VIF} < 3$ atau tidak ada multikolinier¹³⁵.

Pengujian dalam hipotesis penelitian dengan melakukan *bootstrapping* dan sub sample=5000. PLS SEM tidak ada mengasumsikan data berdistribusi normal, maka dari itu prosedur pengujian pada hipotesis melakukan pendekatan non parameterik atau *bootstrapping* dengan *rule of thumb* nya dikatakan positif-signifikan ketika nilai t-statistik >1,96 dan nilai

¹³³ Hair, F., dkk., hal. 15.

¹³⁴ Hair, F., dkk., hal. 15.

¹³⁵ Hair, F., dkk., hal. 15.

p-value <0,5 sementara yang ketiga adalah selang kepercayaan 95% path coefficient¹³⁶.

3. Evaluasi Kebaikan dan Kecocokan Model

Evaluasi kebaikan dan kecocokan model dalam SmartPLS termasuk sub dari model quality criteria. Evaluasi kecocokan dan kebaikan model akan di jelaskan melalui *R-square*, *F-square*, *F-square moderasi*, *SRMR*, *Q-square*, *PLS Predict*¹³⁷. *R-square* merupakan ukuran proporsi variasi nilai variable yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variable yang mempengaruhinya (eksogen). *R-square* menunjukkan kombinasi pengaruh dari variable minat menabung yang dijelaskan oleh variabel pengetahuan keuangan, kepercayaan dan variabel minat menabung itu sendiri. Nilai *R-square* yang dapat diterima adalah 0,25 (rendah), 0,50 (moderat), 0,75 (tinggi)¹³⁸.

Nilai *F-square* digunakan untuk mengetahui pengaruh variable predictor terhadap variable dependen dengan *rule of thumb* nilai f2 effect size adalah 0,02 (rendah) 0,15 (moderat) 0,35 (tinggi)¹³⁹. Menurut Kenny dalam (Hair 2021) Nilai *F-square* Efek moderasi yang dapat diterima adalah 0,005 (rendah), 0,01 (moderat), 0,025 (tinggi)¹⁴⁰.

SRMR (*standardized root mean square residual*) adalah standar atau ukuran pada *fit model* (kecocokan model) ialah perbedaan pada hubungan

¹³⁶ Hair, F., dkk., hal. 10.

¹³⁷ Yamin, hal. 19.

¹³⁸ Hair, F., dkk., hal. 15.

¹³⁹ Hair, Joseph F. Jr., dkk., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R* (Switzerland: Springer Nature, 2021) <<https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>>.

¹⁴⁰ Hair, Jr., dkk.

matrik data dengan matrik korelasi perkiraan model. *Rule of thumb* nilai SRMR di bawah 0,08 menunjukkan model fit (cocok). Ukuran pada Q Square redundancy atau Q square merupakan ukuran yang mendeskripsikan kebaikan model dalam mempunyai *predictive relevance*. Apabila *Q-square* memiliki nilai lebih dari 0 itu menunjukkan bahwa variabel eksogen mempunyai *predictive relevance* kepada variabel endogen yang dibentuk. Nilai itu didapatkan dari proses yang dinamakan *blindfolding procedure*. Hair mengatakan jika *Q-square* mempunyai nilai rendah (0), moderat (0,25), tinggi (0,50)¹⁴¹.

PLS predict adalah analisis SEM yang digunakan untuk prediksi. Oleh karena itu, metrik validasi model harus dibuat untuk menunjukkan kemampuan prediksi superior model yang diusulkan. Efektivitas uji prediksi PLS divalidasi melalui prediksi PLS.

Hasil PLS perlu dibandingkan dengan model fundamental yaitu model regresi linier (LM) untuk menunjukkan bahwa hasil PLS mempunyai ukuran daya prediksi yang baik. Jika ukuran RMSE atau MAE lebih kecil dari model LM maka model PLS dikatakan mempunyai daya prediksi¹⁴².

¹⁴¹ Hair, F., dkk., hal. 15.

¹⁴² Hair, F., dkk., hal. 15.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

Deskripsi penelitian ini merupakan nasabah Bank Syariah yang berada di Kota Padangsidimpuan. Total dari jumlah responden terjumlah 269 orang yang merupakan nasabah dari Bank Syariah. Karakteristik dari penelitian ini terdiri dari Jenis Kelamin, Usia, Jenis Pekerjaan, dan Penghasilan. Data karakteristik tersebut akan disajikan sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan. Berikut adalah sajian data karakteristik:

1. Karakteristik Jenis Kelamin

Teori Sosialisasi Gender mengatakan setiap perilaku seseorang terbentuk melalui proses ketika seseorang dibentuk melalui norma dan nilai kebudayaan yang diasosiasikan dengan jenis kelamin tertentu.¹⁴³ Sehingga peran dari jenis kelamin sangat mempengaruhi individu dalam memberikan sikap terhadap preferensinya. Terdapat 269 responden dalam penelitian ini yang digunakan untuk dijadikan sampel. Berikut merupakan sajian data karakteristik jenis kelamin:

Tabel IV. 1 Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki- laki	166	62
Perempuan	103	38
Jumlah	269	100

Sumber: Data primer yang diolah 2024

¹⁴³ Feryna Nur Rosyidah dan Nunung Nurwati, "Gender and Stereotypes: Construction of Reality in Instagram Social Media," *Social Work Journal*, 9.1 (2019), 10 (hal. 11) <<https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>>.

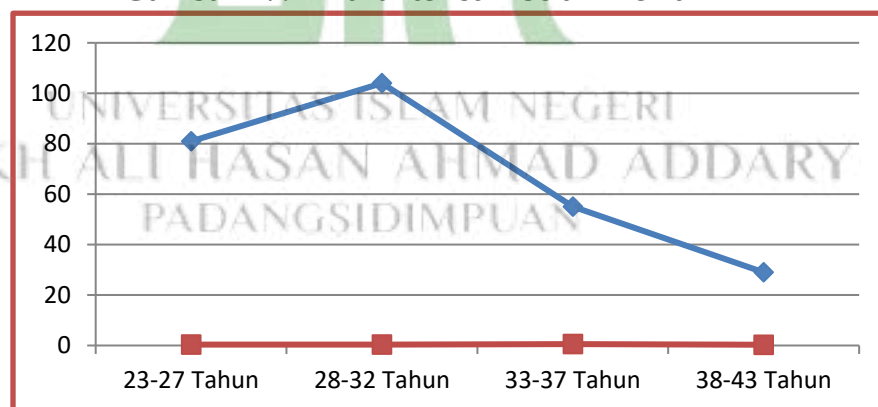
Tabel IV.1 menunjukkan dari 269 responden dalam penelitian ini terlihat jelas bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 166 orang atau 62%, sementara jumlah responden perempuan berjumlah 103 responden atau 38% dari keseluruhan.

2. Karakteristik Usia

Karakteristik usia merupakan hal yang sangat urgen dalam melakukan penelitian ini karena hal itu akan berdampak pada responden yang akan diteliti. Usia dalam pengelompokan merupakan hal yang sangat mendasar bagi peneliti untuk dapat melihat kebutuhan pasar. Usia milenial diakui sebagai segmen yang paling penting dan menguntungkan saat ini pada dunia bisnis maupun perbankan¹⁴⁴.

Berikut ini sajian data karakteristik usia yang sudah dirangkum dalam penelitian ini:

Gambar IV. 1 Karakteristik Usia Milenial



Sumber: Data primer yang diolah

¹⁴⁴ Packiaraj Thangavel, Pramod Pathak, dan Bibhas Chandra, "Millennials and Generation Z: a generational cohort analysis of Indian consumers," *Benchmarking: An International Journal*, 28.7 (2021), 2157–77 (hal. 2157) <<https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2020-0050>>.

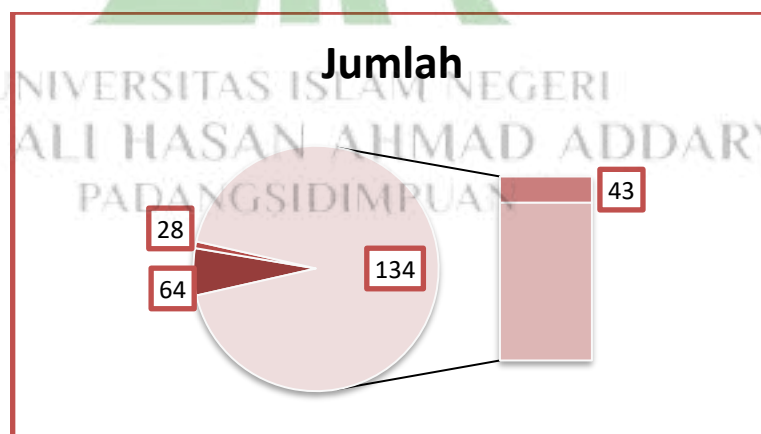
Gambar tersebut menggambarkan karakteristik usia dengan 4 pengelompokan yaitu, usia 23-27 tahun berjumlah 81 orang atau 30%, usia 28-32 tahun berjumlah 104 orang atau 39%, usia 33-37 tahun berjumlah 55 orang atau 20%, usia 38-43 tahun berjumlah 29 orang dengan persentase 11% dari 269 total responden.

3. Jenis Pekerjaan

Karakteristik jenis pekerjaan tidak terlepas dari data pribadi dalam penelitian. Jenis pekerjaan ketika melakukan penelitian dibutuhkan karena dapat membari gambaran persentase jenis pekerjaan apa yang paling dominan melakukan transaksi atau menabung di bank syariah.

Jenis pekerjaan responden yang dimasukkan dalam penelitian ini ialah PNS, Mahasiswa, Pedagang dan pekerjaan lain-lain. Hasil data yang diperoleh disajikan di bawah ini:

Gambar IV. 2 Jenis Pekerjaan



Sumber: Data primer yang diolah

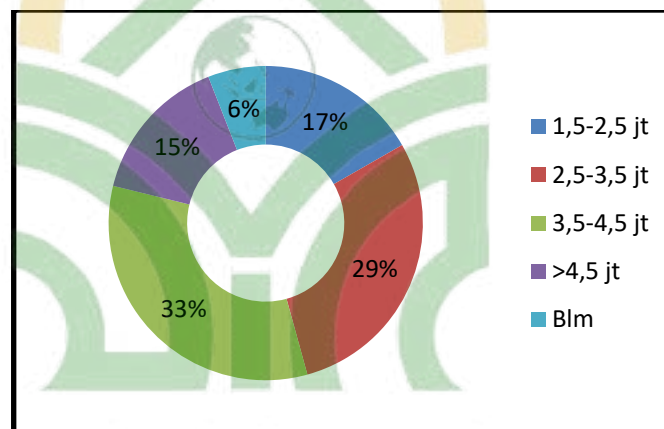
Gambar IV.2 di atas menunjukkan dari 269 jumlah responden apabila dilihat berdasarkan karakteristik jenis pekerjaan, PNS berjumlah 43 orang,

Mahasiswa 28 orang, Pedagang 64 orang, dan pekerjaan lain-lain berjumlah 134 responden.

4. Karakteristik Jumlah Penghasilan

Jumlah pendapatan merupakan salahsatu ukuran seseorang dapat menyisihkan pendapatannya untuk menabung di Bank. Jumlah pendapatan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi (1,5-2,5 juta), (2,5-3,5 juta), (3,5-4,5 juta), (>4,5 juta). Untuk hasil data pengelompokan jumlah penghasilan dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

Gambar IV. 3 Karakteristik Jumlah Penghasilan



Sumber: Data primer yang diolah

Gambar IV.3 menunjukkan bahwa dari pengelompokan pengelompokan jumlah pendapatan dengan jumlah 1,5 juta - 2,5 juta sebanyak 45 responden, pendapatan 2,5 juta - 3,5 juta sebanyak 78 responden, pendapatan 3,5 juta - 4,5 juta sebanyak 89 responden dan yang mempunyai penghasilan lebih dari 4,5 juta sebanyak 41 responden sementara yang belum memiliki penghasilan sebanyak 16 responden dengan status pekerjaan mahasiswa.

Keseluruhan data penghasilan tersebut yang paling banyak menjadi nasabah bank syariah ialah responden dengan penghasilan 3,5 juta sementara responden yang belum mempunyai penghasilan juga telah menunjukkan minatnya pada bank syariah.

B. Hasil Analisis Data Penelitian

Analisis yang digunakan adalah Smart PLS yang merupakan sebuah analisis statistik multivariate yang mengestimasi pengaruh antara variable secara simultan dengan mempunyai tujuan studi prediksi, eksplorasi atau pengembangan model structural¹⁴⁵. Alasan peneliti menggunakan Smart PLS adalah bahwa analisis ini tidak mengasumsikan bahwa data berdistribusi normal, dapat bekerja untuk model dengan sampel terbatas, serta penelitian ini mengembangkan model structural dimana *halal lifestyle* berperan sebagai variabel moderasi.

Model penelitian ini melibatkan variabel moderasi yaitu *halal lifestyle* dimana diduga *halal lifestyle* memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung dan juga *halal lifestyle* memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung. Evaluasi model dalam PLS terdiri dari evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural beserta evaluasi kebaikan dan kecocokan model.

1. Hasil Model Pengukuran

Uji yang mendasar ketika melakukan analisis *Smart Partial Least Square* yaitu melakukan pengujian *outer model* atau model pengukuran. Teknik

¹⁴⁵ Hair, F., dkk.

yang dilakukan ketika menganalisis *outer model* ialah *PLS algoritma*. Uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas dipergunakan pada penelitian ini dengan melihat nilai validitas konvergen. Program PLS yang digunakan adalah SmartPLS *Ringle* versi 3.0 yang telah diunduh dari www.smartpls.com.

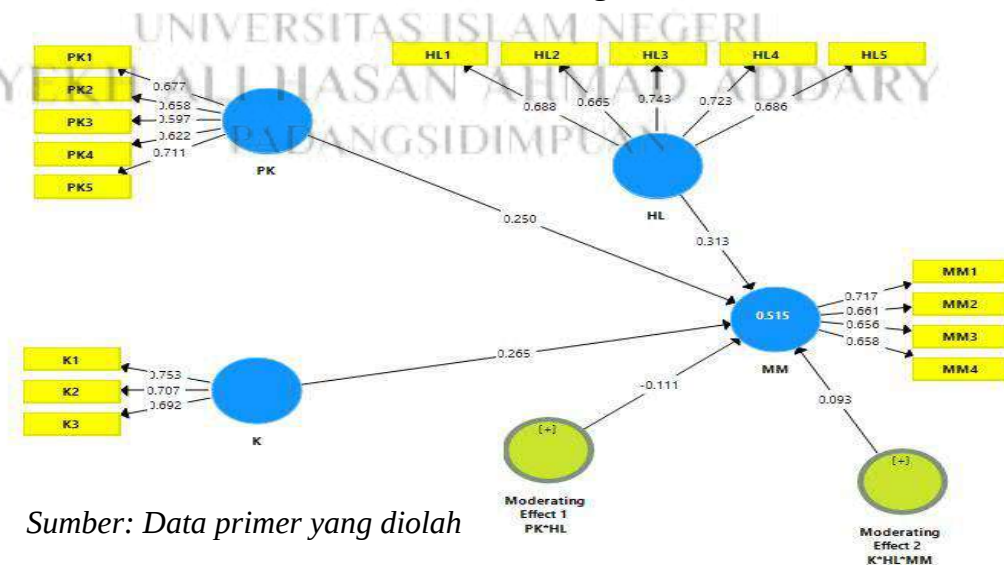
Running data PLS Algorithm akan melihat nilai dari uji validitas konvergen, validitas diskriminan dan reliabilitas. Apabila hasil validitas terdapat nilai indikator yang belum memenuhi standar maka indikator tersebut akan dihilangkan sesuai dengan teori dari Hair. Berikut *running PLS algorithm* dalam aplikasi *smart PLS* yang telah dilakukan:

a. Uji Validitas Konvergen

1) Nilai Outer Loading 1

Nilai outer loading dalam akan disajikan dalam dua model, yaitu model gambar dan model tabel.

Gambar IV. 4 PLS Algorithm



Sumber: Data primer yang diolah

Gambar IV.4 terkait PLS Algorithm di atas menunjukkan nilai outer loading pada setiap tingkat indikator variabel memperlihatkan bahwa pada variabel pengetahuan keuangan PK1= 0,677, PK2= 0,685, PK3= 597, PK4= 0,622, PK5= 0,711. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel kepercayaan K1= 0,753, K2= 0,707, K3= 692. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel minat menabung, MM1= 0,717, MM2= 0,661, MM3= 0,656, MM4= 0,658. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel *halal lifestyle*, HL1=0,688, HL2= 0,665, HL3=0,743, HL4= 0,723, HL5= 0,686.

Tabel IV. 2 Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Rule of Thumb	Keterangan
Halal Lifestyle	HL1	0,688	>0,6	Valid
	HL2	0,665	>0,6	Valid
	HL3	0,743	>0,6	Valid
	HL4	0,723	>0,6	Valid
	HL5	0,686	>0,6	Valid
Kepercayaan	K1	0,753	>0,6	Valid
	K2	0,707	>0,6	Valid
	K3	0,692	>0,6	Valid
Pengetahuan Keuangan	PK1	0,677	>0,6	Valid
	PK2	0,685	>0,6	Valid
	PK3	0,597	>0,6	Tidak Valid
	PK4	0,622	>0,6	Valid
	PK5	0,711	>0,6	Valid
Minat Menabung	MM1	0,717	>0,6	Valid
	MM2	0,661	>0,6	Valid

	MM3	0,656	>0,6	Valid
	MM4	0,658	>0,6	Valid

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Tabel IV.2 di atas menunjukkan bahwa variabel pengetahuan keuangan PK1= 0,677, PK2= 0,685, PK3= 597, PK4= 0,622, PK5= 0,711. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel kepercayaan K1= 0,753, K2= 0,707, K3= 692. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel minat menabung, MM1= 0,717, MM2= 0,661, MM3= 0,656, MM4= 0,658. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel *halal lifestyle*, HL1=0,688, HL2= 0,665, HL3=0,743, HL4= 0,723, HL5= 0,686.

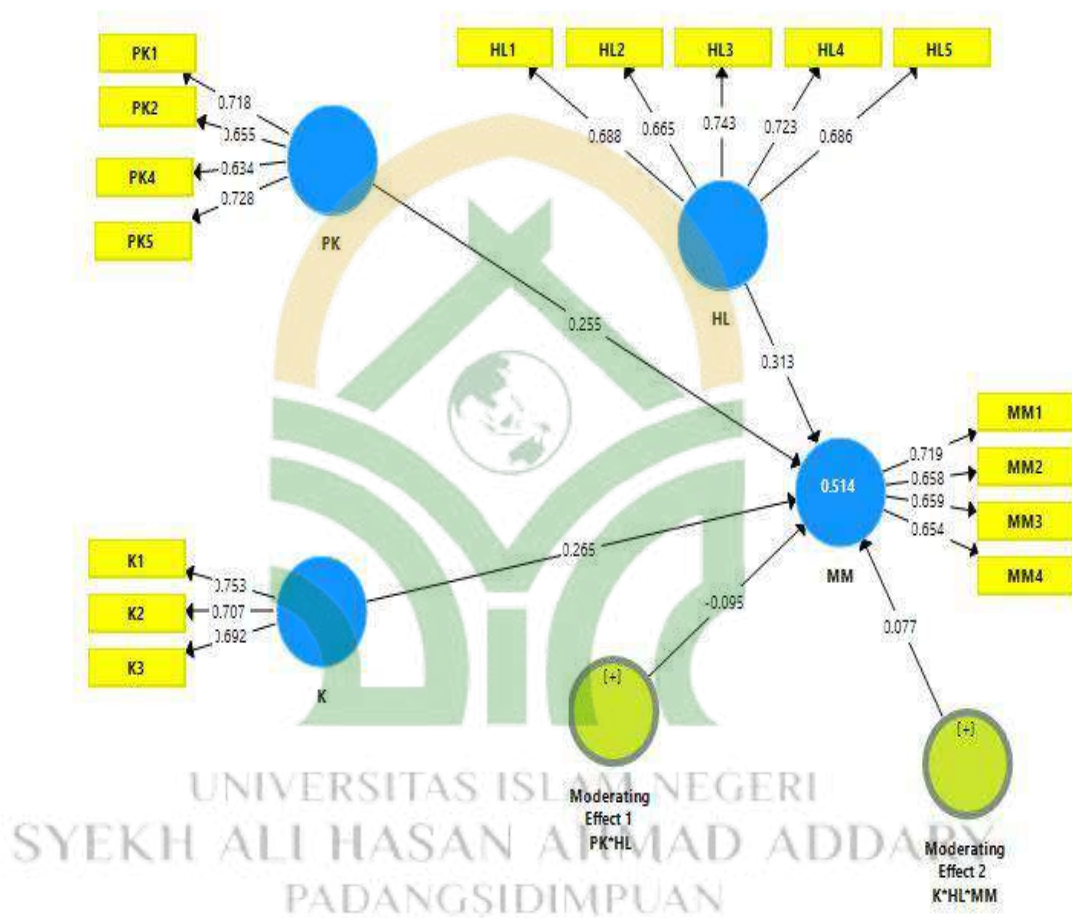
Hasil nilai outer loading di atas terdapat satu indikator yang belum memenuhi syarat outer loading yaitu PK3 dengan nilai 0,597. Sesuai dengan persyaratannya indikator PK3 tersebut harus dihapus dan kembali melakukan running pada *PLS algorithm*¹⁴⁶.

2) Nilai Outer Loading 1

Nilai outer loading ke dua setelah pengurangan indikator akan disajikan dalam dua model, yaitu model gambar dan model tabel, hasil running ke dua disajikan sebagai berikut:

¹⁴⁶ Joseph.F Hair, G.Tomas Hult, dkk., *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, ed. oleh Leah Fargotstein, *Women Entrepreneurs*, 3 ed. (California: Sage Publications, Inc, 2022), hal. 124 <<https://doi.org/10.1201/9781032725581-7>>.

Gambar IV. 5 PLS Algorithm



Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Gambar IV.5 terkait PLS Algorithm di atas menunjukkan nilai outer loading pada setiap tingkat indikator variabel memperlihatkan bahwa pada variabel pengetahuan keuangan PK1= 0,718, PK2= 0,655, PK4= 0,634, PK5= 0,728. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel kepercayaan K1= 0,753, K2= 0,707, K3= 692. Nilai

outer loading tingkat indikator pada variabel minat menabung, MM1= 0,719, MM2= 0,658, MM3= 0,659, MM4= 0,654. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel *halal lifestyle*, HL1=0,688, HL2= 0,665, HL3=0,743, HL4= 0,723, HL5= 0,686.

Tabel IV. 3 Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Rule of Thumb	Keterangan
Halal Lifestyle	HL1	0,688	>0,6	Valid
	HL2	0,665	>0,6	Valid
	HL3	0,743	>0,6	Valid
	HL4	0,723	>0,6	Valid
	HL5	0,686	>0,6	Valid
Kepercayaan	K1	0,753	>0,6	Valid
	K2	0,707	>0,6	Valid
	K3	0,692	>0,6	Valid
Pengetahuan Keuangan	PK1	0,718	>0,6	Valid
	PK2	0,655	>0,6	Valid
	PK4	0,634	>0,6	Valid
	PK5	0,728	>0,6	Valid
	PK3	0,692	>0,6	Valid
Minat Menabung	MM1	0,719	>0,6	Valid
	MM2	0,658	>0,6	Valid
	MM3	0,659	>0,6	Valid
	MM4	0,654	>0,6	Valid

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Gambar IV.3 terkait PLS Algorithm di atas menunjukkan nilai outer loading pada setiap tingkat indikator variabel memperlihatkan bahwa pada variabel pengetahuan keuangan PK1= 0,718, PK2= 0,655, PK4= 0,634, PK5= 0,728. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel kepercayaan K1= 0,753, K2= 0,707, K3= 692. Nilai outer loading tingkat indikator pada variabel minat menabung, MM1= 0,719, MM2= 0,658, MM3= 0,659, MM4= 0,654. Nilai outer loading

tingkat indikator pada variabel *halal lifestyle*, HL1=0,688, HL2=0,665, HL3=0,743, HL4= 0,723, HL5= 0,686.

Nilai seluruh outer loading pada tabel di atas telah menunjukkan nilai yang memiliki standar valid atau $>0,60$, sehingga nilai tingkat indikator pada penelitian ini sudah dapat dikatakan baik pada tingkat indikator.

b. Uji Validitas Diskriminan

Diskriminant Validity adalah gambaran seberapa jauh variabel atau konstruk yang dibangun berbeda dengan variabel/konstruk lainnya dan teruji secara statistik. Pengujian *discriminant validity* dilakukan pada tingkat indikator dan variabel¹⁴⁷. Untuk menguji *discriminant validity* peneliti menggunakan 3 uji yaitu uji *Forner-lacker*, uji *Crossloading* dan uji *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*¹⁴⁸. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1) Uji Fornell-larcker

Untuk membandingkan akar AVE dengan korelasi antar variabel digunakan kriteria *Fornell-Larcker*. Model memenuhi kriteria *Fornell-Lacker* memiliki validitas diskriminan yang baik jika akar AVE variabel lebih tinggi dari korelasi antar variabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut lebih banyak mendistribusikan

¹⁴⁷ Joseph.F Hair, Hult, dkk., hal. 120.

¹⁴⁸ Hair, F., dkk.

variasi item pengukurannya ke dalam item-item. Validitas diskriminan dapat didukung jika AVE suatu konstruk lebih tinggi dibandingkan varians yang dimilikinya dengan konstruk lain. Hasil uji *Fornell-Lacker* disajikan pada tabel berikut:

Tabel IV. 4 *Fornell Larcker*

	HL	K	MM	PK
HL	0,702			
K	0,479	0,718		
MM	0,604	0,566	0,673	
PK	0,587	0,568	0,609	0,685

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Berdasarkan pada tabel IV.4 hasil uji *fornell-larcker* yang telah diperoleh adalah nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk yang lainnya sehingga model tersebut dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Untuk itu dapat dikatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini sudah memiliki *dicriminant validity* yang baik. Nilai setiap konstruk (HL= 0,702) , (K=0,718), (MM=0,673), (PK=0,685) lebih besar daripada nilai konstruk lainnya. Nilai ini menunjukkan bahwa kuesioner telah memenuhi syarat *rule of thumb discriminant validity*.

2) Uji *Cross Loadings*

Cross loadings atau *cross validity* yaitu dimana nilai indikator suatu variabel ke variabel itu sendiri harus lebih besar dari korelasi indikator ke variabel lain. Skor *cross loading* diketahui dari hasil

penghitungan dengan menggunakan teknik PLS algoritma. Uji *discriminant validity* berupa *Cross Loadings* disajikan dalam tabel.

Tabel IV. 5 Cross Loadings

	HL	K	PK	MM
HL1	0,688	0,349	0,379	0,439
HL2	0,665	0,334	0,415	0,380
HL3	0,743	0,274	0,417	0,409
HL4	0,723	0,368	0,481	0,441
HL5	0,686	0,352	0,369	0,443
K1	0,383	0,753	0,476	0,461
K2	0,298	0,707	0,328	0,357
K3	0,343	0,692	0,403	0,390
PK1	0,462	0,367	0,718	0,442
PK2	0,361	0,269	0,655	0,398
PK4	0,385	0,446	0,634	0,384
PK5	0,396	0,473	0,728	0,441
MM1	0,400	0,420	0,443	0,719
MM2	0,350	0,331	0,434	0,658
MM3	0,448	0,438	0,385	0,659
MM4	0,424	0,333	0,379	0,654

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Berdasarkan tabel di atas nilai *cross loading* indikator yang mengukur variabel laten memiliki nilai *cross* yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel laten lain. Dapat dilihat nilai indikator HL1=0,688 HL2= 0,665, HL3= 0,743, HL4 = 0,723 HL5= 0,686, lebih besar daripada nilai variabel kepercayaan, pengetahuan keuangan dan minat menabung. Nilai indikator K1=0,753, K2= 0,707, K3= 0,692, memiliki nilai yang lebih tinggi daripada nilai variabel *halal lifestyle*, pengetahuan keuangan, dan minat menabung. Nilai indikator PK1=0,718, PK2=0,655, PK3=0,634, PK4= 0,728 memiliki

nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai variabel *halal lifestyle*, kepercayaan, dan minat menabung. Selanjutnya nilai indikator MM1= 0,719, MM2= 0,658, MM3= 0,659, MM4= 0,654 lebih besar daripada nilai variabel *halal lifestyle*, kepercayaan dan pengetahuan keuangan.

Maka bisa disimpulkan indikator-indikator yang dimasukkan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner telah memenuhi *rule of thumb* dari *discriminant validity*.

c. Uji Reliabilitas

Pegujian selanjutnya reliabilitas pada tahapan purifikasi konstruk, uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan dua kriteria yaitu *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Variabel laten dapat dikatakan mempunyai nilai reabilitas yang baik apabila nilai *Composite Reliability* lebih besar dari 0,70 dan nilai *Cronbach's Alpha* lebih tinggi dari 0,70¹⁴⁹. Untuk menilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* dapat di lihat pada table berikut:

1) *Composite Reliability*

Composite reliability (CR) merupakan ukuran untuk menunjukan seberapa jauh reliabilitas variable. Pada pengukuran ini bertujuan untuk mengetahui tentang kehandalan alat ukur tersebut dengan

¹⁴⁹ Joseph.F Hair, Hult, dkk., hal. 117.

composite reliability harus $> 0,70$ ¹⁵⁰. Hasil uji *composite reability* disajikan pada tabel berikut:

Tabel IV. 6 Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Rule of Thumb	Keterangan
HL	0,828	$\geq 0,7$	Reliabel
K_	0,761	$\geq 0,7$	Reliabel
PK	0,768	$\geq 0,7$	Reliabel
MM	0,779	$\geq 0,7$	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Berdasarkan tabel IV.6 hasil uji *composite reliability* menunjukkan bahwa pada setiap variabel *halal lifestyle* $0,828 \geq 0,7$, kepercayaan $0,761 \geq 0,7$, pengetahuan keuangan $0,768 \geq 0,7$ dan minat menabung $0,779 \geq 0,7$ maka semua variabel sudah memenuhi *rule of thumb* $\geq 0,7$. Sehingga dapat dikatakan kuesioner dalam penelitian ini sudah reliabel.

2. Hasil Pengujian Model Struktural

Setelah melakukan evaluasi model pengukuran atau *outer model* dan diperoleh bahwa setiap konstruk telah memenuhi syarat *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*, maka yang berikutnya adalah evaluasi model struktural. Evaluasi model structural atau inner model dilakukan dalam tiga tahap yaitu pertama memeriksa tidak adanya multikoliner antara variabel dengan ukuran *inner VIF* (*Variance Inflated*

¹⁵⁰ Teng Yu dkk., "Convenient or risky? Investigating the behavioral intention to use facial recognition payment in smart hospitals," *Humanities and Social Sciences Communications*, 11.1 (2024), 1–20 (hal. 6) <<https://doi.org/10.1057/s41599-024-03910-9>>.

Factor). Nilai *Inner VIF* di bawah 5 menunjukkan tidak ada multikolinier antara variabel¹⁵¹.

Kedua ialah pengujian hipotesis antara variable dengan melihat nilai *path coefficient* dan *t-statistic* atau *p-value*. Apabila *t-statistic* hasil perhitungan lebih tinggi dari 1,96 (*t* tabel) atau *p-value* hasil pengujian lebih kecil daripada 0,05 maka ada pengaruh signifikan antara variable. Dan yang ketiga adalah selang kepercayaan 95% taksiran parameter koefisien jalur¹⁵².

Selanjutnya hasil uji yang dipaparkan dalam uji evaluasi kebaikan dan kecocokan model adalah dengan melihat nilai *R-square*, *F-square*, *SRMR*, *Q-square* dan *PLS Predict*¹⁵³.

a. Uji Multikolinearitas

Multikolineritas dalam uji ini merupakan hal yang sangat penting karena akan mengukur ketinggian item pengukuran yang membentuk suatu variabel. Hasil multikoliner disajikan pada tabel berikut:

Tabel IV. 7 Uji Multikolinearitas

	Minat Menabung
Halal Lifestyle	1,630
Kepercayaan	1,598
Pengetahuan Keuangan	1,882
Minat Menabung	

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Berdasarkan tabel IV.7 di atas, hasil dari *collinearity statistic* (VIF) untuk melihat uji multikoliner dengan hasil nilai *inner* dari variabel

¹⁵¹ Hair, Jr., dkk., hal. 117.

¹⁵² Hair, Jr., dkk., hal. 117.

¹⁵³ Yamin, hal. 25.

pengetahuan keuangan terhadap minat menabung sebesar 1,882, variabel *halal lifestyle* terhadap minat menabung sebesar 1,630 dan kepercayaan terhadap minat menabung sebesar 1,598. Hasil analisis menunjukkan nilai *inner VIF* < 5 , maka tingkat multikolinieritas antara *variable* rendah. Hasil ini menguatkan hasil estimasi parameter dalam SEM PLS bersifat *robust* (tidak bias) dan dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji *Path Coefficient*

Tabel IV. 8 *Path Coefficient*

	<i>Original Sample</i>	T Tabel	T Statistics ($O/STDEV$)	P Values	Ket
PK->MM	0,255	>1,96	3,827	0,000	Sig
Kepercayaan -> MM	0,265	>1,96	4,480	0,000	Sig
HL-> MM	0,313	>1,96	4,999	0,000	Sig

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

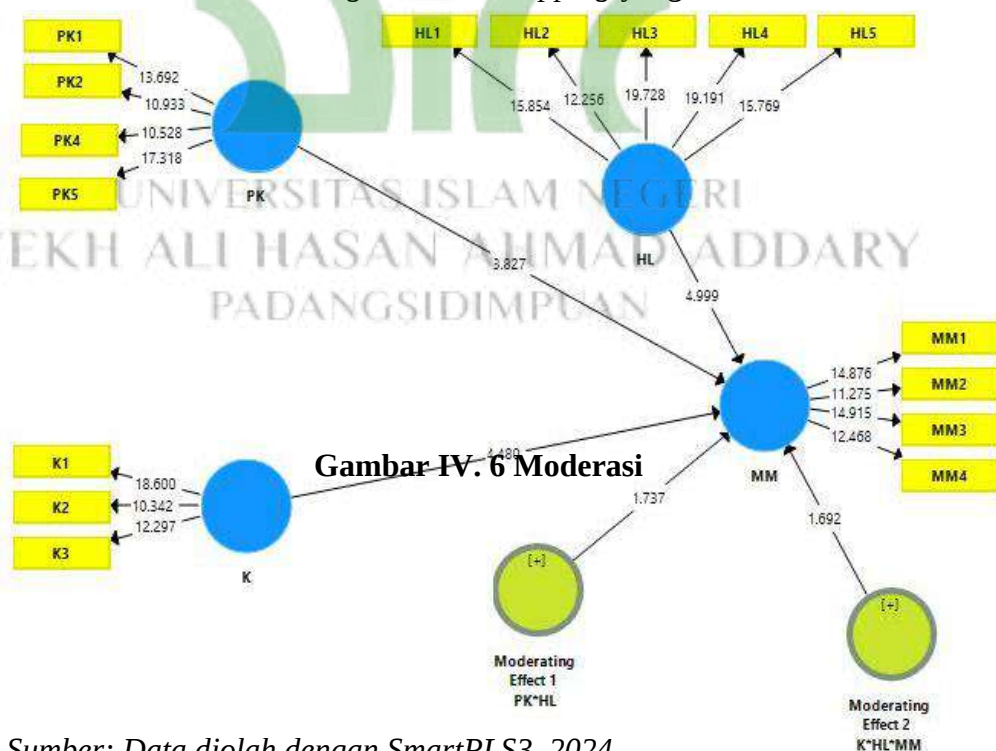
Berdasarkan tabel koefisien jalur/*path coefficient* di atas diketahui sebagai berikut:

- 1) Pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung sebesar (0,255) dan signifikan dengan t statistik ($3,827 > 1,96$) atau pvalue ($0,000 < 0,05$). Hipotesis diterima dan setiap perubahan variabel pengetahuan keuangan maka akan signifikan meningkatkan minat menabung pada bank syariah.
- 2) Pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung sebesar (0,265) dan signifikan dengan t statistik ($4,480 > 1,96$) atau pvalue ($0,000 < 0,05$). Hipotesis diterima dan setiap perubahan variabel kepercayaan maka akan signifikan meningkatkan minat menabung pada bank syariah.

- 3) Pengaruh halal lifestyle terhadap minat menabung sebesar (0,313) dan signifikan dengan t statistik ($4,999 > 1,96$) atau pvalue ($0,000 < 0,05$). Hipotesis diterima dan setiap perubahan variabel halal lifestyle maka akan signifikan meningkatkan minat menabung pada bank syariah.

c. Uji Moderasi

Pengujian hipotesis penelitian ini melalui proses *bootstrapping* pada *smartPLS* dengan sub sample=5000. Hasil pengujian dilihat dari nilai t-values untuk pengujian 2 arah (*two-tailed test*) adalah 1.96 (signifikan level = 5%). Bila p-value < 0,05 maka ada pengaruh antara variabel signifikan. Pemilihan metode bootstrap dapat dilakukan antara *Bias Corrected and accelerated (Bca) method* dan *percentile method*. Berikut ini ialah hasil *running data bootstrapping* yang telah dilakukan:



Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3, 2024

Tabel IV. 9 Uji Moderasi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket
Moderating Effect 1 -> MM	-0,095	-0,078	0,055	1,737	0,083	UnSig
Moderating Effect 2 -> MM	0,077	0,080	0,045	1,692	0,091	UnSig

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

1) *Halal lifestyle* tidak signifikan memoderasi pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung milenial Kota Padangsidempuan dengan koefisien jalur moderasi sebesar (-0,095) dan t-statistik (1,737 $\leq$ 1,96) dan p-value (0,083 < 0,05). Koefisien interaksi (*halal lifestyle* x pengetahuan keuangan terhadap minat menabung) bernilai negatif (-0,095) dan tidak signifikan yang berarti *halal lifestyle* memperlemah pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung milenial Kota Padangsidempuan.

2) *Halal lifestyle* tidak signifikan memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung milenial Kota Padangsidempuan dengan koefisien jalur moderasi sebesar (0,077) dan t-statistik (1,692 < 1,96) dan p-value (0,091 > 0,05). Variabel *halal lifestyle* memperlemah pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung milenial Kota Padangsidempuan.

3. Hasil Uji Kebaikan dan Kecocokan Model

a. *F-square* (Efek Moderasi)

Menurut Kenny 2018 dalam ¹⁵⁴ Nilai *F-square* Efek moderasi yang dapat diterima adalah 0,005 (rendah), 0,01 (moderat), 0,025 (tinggi)¹⁵⁵, berikut adalah tabel *F-square* Efek moderasi:

Tabel IV. 10 Efek Moderasi

	MM
<i>Moderating Effect 1</i>	0,016
<i>Moderating Effect 2</i>	0,011

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Berdasarkan table IV.10 di atas dapat di jelaskan bahwa:

b) Pengaruh moderasi *Halal lifestyle* dalam memoderasi pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung berada pada level struktural moderat (*f-square* = 0,016).

c) Pengaruh moderasi *Halal lifestyle* dalam memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung berada pada level struktural moderat (*f-square* = 0,011).

b. *F-square*

Nilai *F-square* digunakan untuk mengetahui pengaruh variable predictor terhadap variabel dependen. Berikut ini tabel mengenai *F-square*:

¹⁵⁴ Hair, Jr., dkk., hal. 22.

¹⁵⁵ Yamin, hal. 22.

Tabel IV. 11 *F-square*

	MM
Minat Menabung	
Pengetahuan Keuangan	0,071
Kepercayaan	0,091
Halal Lifestyle	0,123

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Pengetahuan keuangan mempunyai pengaruh pada level struktural minat menabung adalah tinggi (*f-square* = 0,071), Kepercayaan mempunyai pengaruh tinggi pada minat menabung (*f-square* = 0,91), *Halal lifestyle* mempunyai pengaruh tinggi terhadap minat menabung (*f-square* = 0,123).

c. *Q-square*

Q-square menggambarkan ukuran akurasi prediksi yaitu seberapa baik setiap perubahan variabel eksogen atau endogen mampu memprediksi variable endogen. Ukuran ini merupakan validitas dalam PLS untuk menyatakan kesesuaian prediksi model. Nilai *Q-square* di atas 0 menyatakan model mempunyai *predictif relevance*. Nilai ini diperoleh melalui prosedur yang disebut blindfolding procedure. Akan tetapi menurut Hair nilai interpretasi *Q-square* secara qualitative adalah (0) rendah, 0,25 (moderat), 0,50 (tinggi)¹⁵⁶.

Tabel IV. 12 *Q-square*

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
HL	1345,000	1345,000	
K	807,000	807,000	
MM	1076,000	850,438	0,210

¹⁵⁶ Joseph.F Hair, Hult, dkk., hal. 209.

PK	1076,000	1076,000	
-----------	----------	----------	--

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa nilai *Q-square* sebesar 0,210 artinya tingkat keberagaman model yang ditunjukkan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen sebesar 0,210 atau 72% dan sisanya 0,727 atau 79% masih dipengaruhi factor-faktor lainnya. Dengan demikian nilai *Q-square* untuk minat menabung di atas 0 dan itu menunjukkan model mempunyai *predictif relevance* atau memiliki *goodness of fit* yang baik.

d. SRMR

SRMR merupakan ukuran ini menggambarkan perbedaan atau selisih antara matrik korelasi data dengan matrik korelasi hasil taksiran model. Nilai SRMR yang menjadi acuan menurut Karin Schermelleh adalah $< 0,10$ Adapun hasil SRMR yang diperoleh disajikan dalam tabel berikut:

Tabel IV. 13 SRMR dan NFI

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,088	0,088
d_ULS	1,065	1,049
d_G	0,278	0,276
NFI	0,625	0,628

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Hasil SRMR model penelitian ini adalah $0,088 < 0,10$ yang berarti model yang dibangun cocok dengan data empiris.

e. PLS Predict

PLS merupakan analisis SEM dengan tujuan prediksi. Oleh karena itu maka perlu dikembangkan satu ukuran bentuk validasi model untuk menunjukkan seberapa baik kekuatan prediksi model yang diajukan. PLS *predict* bekerja sebagai bentuk validasi kekuatan uji prediksi PLS untuk menunjukkan bahwa hasil PLS mempunyai ukuran kekuatan prediksi yang baik maka perlu dibandingkan dengan model dasar yaitu model regresi linear (LM). Model PLS dikatakan mempunyai kekuatan prediksi bila ukuran RMSE atau MAE lebih rendah dibandingkan dengan model LM¹⁵⁷.

Adapun hasil PLS *Predict* yang diperoleh disajikan dalam tabel berikut:

Tabel IV. 14 PLS Predict

	PLS		LN	
	RMSE	MAE	MAE	RMSE
MM1	0,597	0,426	0,450	0,638
MM2	0,689	0,507	0,545	0,735
MM3	0,724	0,531	0,545	0,749
MM4	0,776	0,579	0,599	0,819

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Nilai antara RMSE dan MAE lebih rendah menunjukkan model tersebut mempunyai *predictif power* lebih baik. Semua indikator PLS SEM mempunyai nilai RMSE dan MAE lebih rendah dibandingkan dengan model regresi linier (LM) dan itu menunjukkan model PLS SEM mempunyai *medium predictif power*.

¹⁵⁷ Hair, F., dkk., hal. 15.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan di Bank Syariah.

Pengetahuan keuangan dalam literatur umum dapat dimaknai sebagai pemahaman individu terkait keuangan¹⁵⁸. Pengetahuan atau pemahaman tentang keuangan menjadi salahsatu variabel acuan untuk mencari solusi persoalan tingkat minat seseorang¹⁵⁹. Seseorang yang dapat memahami pengetahuan keuangan dengan baik dan benar dapat digunakan untuk dalam menganalisa seberapa penting seseorang dalam bertransaksi pada perbankan.

Pengetahuan yang baik tentang keuangan akan membawa pengaruh yang positif terhadap minat seseorang dalam melakukan transaksi maupun menabung pada bank. Posisi bank syariah yang sangat strategis di Indonesia seharusnya berpeluang besar dalam meningkatkan pangsa pasarnya dibandingkan bank konvensional. Dilihat dari perbandingan minat nasabah antara bank syariah dengan bank konvensional, nasabah bank konvensional masih mendominasi bank konvensional¹⁶⁰. Tentunya untuk meningkatkan pangsa pasar bank syariah, bank syariah harus meningkatkan minat nasabah

¹⁵⁸ Andriati Yulistiyani, Titi Rapini, dan Fery Setiawan, “Analisis Faktor Financial Knowledge, Financial Behavior, Overconfidence, dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13.1 (2023), 41–56 (hal. 45) <<https://doi.org/10.32502/jimn.v13i1.6452>>.

¹⁵⁹ Chen Chen Yong, Siew Yong Yew, dan Chu Kok Wee, “Financial knowledge, attitude and behaviour of young working adults in Malaysia,” *Institutions and Economies*, 10.4 (2018), 21–48 (hal. 23).

¹⁶⁰ Dede Aji Mardani dkk., “Analisis Perbandingan Minat Warga Perum Brp Dalam Memilih Rekening Bank Syariah Dan Bank Konvensional,” *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law*, 8.1 (2023), 49–61 (hal. 49) <<https://doi.org/10.24256/alw.v8i1.3683>>.

terlebih dahulu agar nasabah bisa membuat keputusan untuk menabung pada bank syariah.

Pengetahuan keuangan diperlukan dalam hal meningkatkan minat menabung pada bank syariah untuk meningkatkan persentase pangsa pasar dan mencapai tujuan yang optimal. Tingginya tingkat pengetahuan keuangan seseorang akan memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap minat menabung seseorang pada bank syariah.

Penelitian ini menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidempuan terhadap minat menabung. Hasil temuan ini memiliki pengaruh positif dengan nilai 0,255 dan nilai T-statistik sebesar 3,827 > 1,96. Hal ini dapat dilihat dari data hasil penelitian yang menunjukkan bahwa indikator-indikator pengetahuan keuangan seperti *basic personal finance money management, credit and debt management, saving and investment, risk management* mampu menjelaskan pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung. Sehingga hipotesis (H_1 : Terdapat Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah) diterima.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa milenial yang berjumlah 269 dengan jenis pekerjaan PNS, Mahasiswa, Pedagang memiliki pengetahuan yang baik, sehingga dapat mempengaruhi secara signifikan minat menabung pada bank syariah di Kota Padangsidempuan dengan nilai *F-square* pada tingkat level struktural tinggi yang memiliki nilai 0,071.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Asyari yang menyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat¹⁶¹. Hasil riset yang serupa juga di perlihatkan oleh Sobaih yang mengemukakan bahwa variabel *financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat¹⁶². Hasil riset oleh Sujianto yang menyatakan bahwa pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah¹⁶³.

Dengan demikian faktor pengetahuan keuangan menjadi hal yang sangat penting di lihat oleh pihak bank syariah di Kota Padangsidempuan untuk menunjang minat milenial. Sehingga perkembangan bank syariah lebih cepat dan mampu bersaing dengan bank konvensional di Indonesia pada umumnya.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah.

Konsep kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan sesuatu seseorang terhadap pihak lain dan dapat diandalkan bahwa salah satu pihak akan memenuhi kewajibannya terhadap suatu produk¹⁶⁴. Banyak peneliti

¹⁶¹ Asyari Asyari dkk., "Online cash waqf behavioral intention: the role of knowledge of cash waqf and trust," *Journal of Islamic Marketing*, 15.11 (2024), 2864–90 (hal. 2864) <<https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2023-0224>>.

¹⁶² Abu Elnasr E. Sobaih dan Ibrahim A. Elshaer, "Risk-Taking, Financial Knowledge, and Risky Investment Intention: Expanding Theory of Planned Behavior Using a Moderating-Mediating Model," *Mathematics*, 11.2 (2023), hal. 12 <<https://doi.org/10.3390/math11020453>>.

¹⁶³ Sujianto dkk., hal. 95.

¹⁶⁴ Julian B Rotter, "A new scale for the measurement of interpersonal trust," *Journal of Personality*, 35.4 (1967), 651–65 (hal. 651) <<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1967.tb01454.x>>.

menyatakan bahwa kepercayaan sangat penting untuk memahami interpersonal perilaku maupun dalam hal minat seseorang¹⁶⁵.

Kepercayaan pelanggan terhadap produk telah diteliti secara ekstensif oleh peneliti pemasaran dan manajemen dan psikolog para ahli, hal ini juga menjadi relevan bagi para peneliti yang membahas pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung menjadikan kepercayaan sebagai elemen penting meningkatnya minat individu dalam menabung¹⁶⁶.

Memahami hubungan pada variabel kepercayaan nasabah dengan minat menabung di bank syariah, penelitian ini akan memberi mahaman yang dalam terkait bagaimana bank syariah dapat berperan dalam meningkatkan basis nasabahnya, serta mendorong pertumbuhan industri keuangan syariah secara keseluruhan.

Setelah dilakukan uji t-statistik pada variabel kepercayaan maka memperoleh hasil bahwa pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat milenial dengan jenis pekerjaan sebagai PNS, Mahasiswa, Pedagang di Kota Padangsidimpun memiliki pengaruh yang positif dengan nilai 0,625 dengan nilai t-statistik 4,480 > 1,96 dan p-value 0,000 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel kepercayaan juga mempunyai pengaruh yang moderat pada level struktural terhadap minat menabung dengan nilai f-square 0,91 yang berarti berada pada level yang

¹⁶⁵ Shumaila Y. Yousafzai, John G. Pallister, dan Gordon R. Foxall, "A proposed model of e-trust for electronic banking," *Technovation*, 23.11 (2003), 847–60 (hal. 851) <[https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00130-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00130-5)>.

¹⁶⁶ Donna L. Hoffman, Thomas P. Novak, dan Marcos Peralta, "Building Consumer Trust Online," *Communications of the ACM*, 42.4 (1999), 80–85 (hal. 81) <<https://doi.org/10.1145/299157.299175>>.

tinggi. Sehingga hasil hipotesis (H₂: Terdapat Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah) diterima.

Dari hasil penelitian tersebut dapat diartikan sebagai indikator yang ada pada kepercayaan seperti, jaminan kepuasan, perhatian terhadap nasabah, keterbukaan informasi mampu menjelaskan pengaruh variabel kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat milenial. Maka dari itu membangun kepercayaan yang tinggi terhadap anggota merupakan sesuatu yang paling diutamakan bagi rasa terciptanya minat milenial untuk memilih bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Awalia yang menyatakan bahwa kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada KSPPS BMT Tazakka Bojong¹⁶⁷. Penemuan yang sama juga ditemukan oleh Hooda yang mengemukakan bahwa trust dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap minat¹⁶⁸. Begitu juga dengan riset yang dilakukan oleh menemukan hubungan yang signifikan antara konstruk kepercayaan dan konstruk minat menggunakan m-banking pada perbankan Kota Rio de Janeiro¹⁶⁹.

¹⁶⁷ Wina Awalia, Muhammad Shulthoni, dan Hendri Hermawan Adinugraha, "The Influence of Knowledge, Religiosity, Company Image, And Trust on Customer Interest In Saving At KSPPS BMT Tazakka Bojong," *ZISWAF ASFA JOURNAL Zakat, Infaq, Sadaqah, Wakaf*, 1.1 (2023), 106–16 (hal. 135).

¹⁶⁸ Apeksha Hooda dkk., "The effects of trust on behavioral intention and use behavior within e-government contexts," *International Journal of Information Management*, 67 (2022), 102553 <<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102553>>.

¹⁶⁹ Fernanda Leão Ramos dkk., "The effect of trust in the intention to use m-banking," *Brazilian Business Review*, 15.2 (2018), 175–91 (hal. 175) <<https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>>.

Dengan demikian faktor kepercayaan yang meliputi jaminan kepuasan bagi nasabah, perhatian terhadap nasabah dan informasi yang terbuka kepada nasabah harus menjadi fokus utama bagi pihak bank syariah yang ada di Kota Padangsidempuan untuk tetap menjaga kesediaan nasabah untuk tetap loyal. Sehingga minat milenial untuk menabung pada bank syariah semakin meningkat. Hasil ini sesuai dengan hipotesis (H₂) yang berbunyi terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidempuan di bank syariah.

3. Pengaruh Halal Lifestyle terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah.

Lifestyle merupakan jalan kehidupan seseorang selama berada di dunia yang telah menggambarkan pada aktivitas harian seseorang, minat individu terhadap suatu hal yang mereka amati dalam kehidupan bermasyarakat dan juga ide yang disampaikan kepada siapapun yang mereka ditemui.

Halal lifestyle menjadi hal yang sangat penting terhadap milenial ketika menentukan cara hidup mereka dan karakter mereka. Milenial bisa mendapatkan banyak inspirasi agar bisa menabung baik itu dari pergaulan mereka sehingga memiliki signifikansi terhadap peningkatan pada bank syariah¹⁷⁰. Dalam kegiatan ekonomi *halal lifestyle* sebagai usaha untuk dapat menjalankan perintah Allah di dalam kegiatan ekonomi. Tren *halal lifestyle* juga telah menjadi perhatian penuh bagi perusahaan makanan

¹⁷⁰ Rodame Monitorir Napitupulu dkk., "The nexus between halal industry and Islamic green finance: a bibliometric analysis," *Journal of Islamic Marketing*, 15.10 (2024), 2508–27 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0192>>.

terkhususnya bagi dunia perbankan sehingga akan dapat meningkatkan nilai jual dari perusahaan maupun perbankan tersebut. Melalui faktor *halal lifestyle* yang baik bisa meningkatkan minat menabung milenial.

Hasil yang telah di uji dalam penelitian ini mengenai pengaruh faktor *halal lifestyle* terhadap minat memiliki hasil yang positif dan signifikan dengan keterangan sampel original memiliki nilai positif sebesar 0,313 sedangkan nilai t-statistik memiliki nilai $4,999 > 1,96$ dan nilai p-value sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis (Terdapat Pengaruh *Halal Lifestyle* terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah) dapat diterima.

Variabel *halal lifestyle* yang memiliki indikator produk yang di sertifikasi MUI/BPJPH, memakai produk halal, memakai produk halal, menjajaki ketentuan Islam, menguasai hukum halal dan haram, mengerti dengan produk yang dilarang dan yang diperbolehkan dalam Islam memiliki pengaruh terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidempuan.

Dari hasil penelitian tersebut dapat diartikan bahwa seluruh indikator *halal lifestyle* mampu menjelaskan pengaruh variabel *halal lifestyle* itu sendiri terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidempuan. Maka dari itu membangun gaya hidup halal atau *halal lifestyle* di tengah masyarakat khususnya generasi milenial yang berprofesi sebagai PNS, Mahasiswa, dan Pedagang lebih diutamakan untuk meningkatkan minat milenial ketika memilih bank syariah.

Temuan hasil riset ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Cho-Hsun yang menyatakan bahwa *e-lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan mobile banking¹⁷¹. Sama halnya dengan penemuan oleh Amaral yang menunjukkan hasil bahwa *lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk membeli produk¹⁷². Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh Goldberg yang menyatakan dimensi *lifestyle* memiliki pengaruh penting dalam menentukan minat seseorang di Afrika Selatan¹⁷³. Hasil tersebut juga diperkuat oleh Harahap yang mengemukakan bahwa gaya hidup halal memiliki efek yang positif terhadap minat menggunakan perbankan digital¹⁷⁴.

4. Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah dengan Halal Lifestyle sebagai Variabel Moderating.

Hasil pengujian hipotesis ke empat yaitu pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung masyarakat milenial dengan memakai *halal lifestyle* sebagai variabel moderating memiliki pengaruh yang negatif dengan sampel original -0,095 dan tidak signifikan dengan nilai 1,737 >

¹⁷¹ Cho-Hsun Lu, "The moderating role of e-lifestyle on disclosure intention in mobile banking: A privacy calculus perspective," *Electronic Commerce Research and Applications*, 64 (2024), 101374 <<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2024.101374>>.

¹⁷² Maria Augustin Lopes Amaral dan Gaudensius Djuang, "Relationship Between Social Influence, Shopping Lifestyle, and Impulsive Buying on Purchase Intention of Preloved Products," *Kinerja*, 27.1 (2023), 91–106 (hal. 91) <<https://doi.org/10.24002/kinerja.v27i1.6635>>.

¹⁷³ Goldberg Roland dan Spies Hester, "The influence of lifestyle dimensions on the perceived value and purchase intention of cellular devices in South Africa," *The Retail and Marketing Review*, 18.1 (2022), 111–27 (hal. 111) <https://doi.org/10.10520/ejc-irmr1_v18_n1_a8>.

¹⁷⁴ Darwis Harahap, Ahmad Afandi, dan Try Mahendra Siregar, "the Islamic Banking Customers' Intention To Use Digital Banking Services: an Indonesian Study," *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9.3 (2023), 533–58 (hal. 533) <<https://doi.org/10.21098/jimf.v9i3.1673>>.

1,96 atau nilai $p\text{-value } 0,083 < 0,5$. Sehingga hipotesis yang di asumsikan (H_4 : Terdapat Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan di Bank Syariah dengan *Halal Lifestyle* sebagai variabel moderating) ditolak.

Tidak adanya signifikansi variabel moderating *halal lifestyle* antara pengetahuan keuangan terhadap minat menabung juga dapat dilihat dari efek $f\text{-square}$ moderasi yang memiliki tingkat moderat dengan nilai 0,16. Hal ini menggambarkan bahwa variabel *halal lifestyle* sebagai variabel moderating tidak mampu menjadi faktor moderasi dalam anytara pengetahuan keuangan dan minat menabung.

Dalam memakai variabel moderating apabila antara faktor eksogen dengan faktor endogen tidak mempunyai hubungan yang signifikan maka peran faktor moderating disebut sebagai memperlemah hubungan antara faktor eksogen terhadap faktor endogen. Sama halnya dengan poin ini yang menyatakan bahwa variabel *halal lifestyle* memperlemah pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidimpuan.

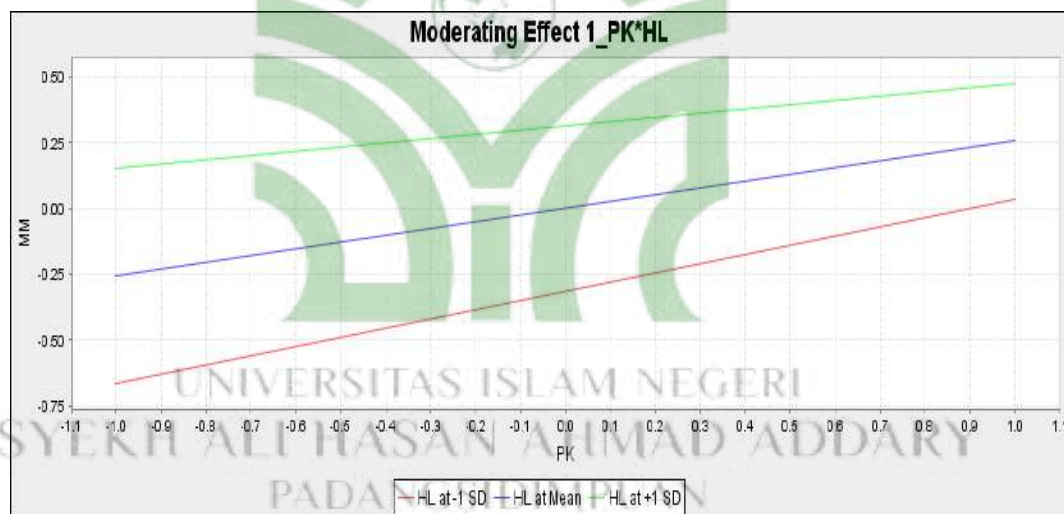
Ditinjau dari pengaruh langsung antara pengetahuan keuangan dengan minat menabung yang memiliki pengaruh yang signifikan, namun setelah dihadirkan variabel moderating *halal lifestyle* maka hubungan pengetahuan dengan minat menjadi lemah. Kuatnya signifikansi pengaruh langsung antara pengetahuan keuangan dengan minat menabung berarti bukan karena

kehadiran faktor *halal lifestyle*, mungkin ada faktor yang lain yang memperkuat pengaruh tersebut.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen yang mengemukakan bahwa *lifestyle* melemahkan hubungan variabel eksogen terhadap endogen¹⁷⁵. Begitu juga dengan hasil yang didapatkan oleh Raharja yang menemukan hasil bahwa *lifestyle* tidak mampu memperkuat pengetahuan keuangan¹⁷⁶.

Tidak mampunya variabel *halal lifestyle* juga dapat terlihat jelas dari gambar yang dihasilkan output Smart PLS sebagai berikut:

Gambar IV. 7 Simpel Slope



Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

¹⁷⁵ Jie Chen dkk., "The Relationship Between the Number of Chronic Diseases and Health-Related Quality of Life Among Middle-Aged and Older Adults in Rural Areas of Yunnan Province, China: moderating Effect of Health Lifestyle," *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 17 (2024), 2425–39 (hal. 2425) <<https://doi.org/10.2147/JMDH.S463640>>.

¹⁷⁶ Gilang Raharja dan Sunita Dasman, "The Effect of Financial Literacy and Income Which Is Moderate by Lifestyle on Financial Behavior (Study of Karawang Regency Civil Servants)," *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5.2 (2024), 487–94 (hal. 487) <<https://doi.org/10.38035/dijefa.v5i2>>.

Gambar simple slop di atas menunjukkan bahwa garis hijau adalah pengaruh pengetahuan keuangan untuk kelompok masyarakat milenial yang berprofesi sebagai PNS, Mahasiswa dan Pedagang dengan pemahaman *halal lifestyle* yang tinggi. Sedangkan garis merah adalah pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung untuk kelompok masyarakat milenial yang berprofesi sebagai PNS, Mahasiswa dan Pedagang dengan pemahaman *halal lifestyle* yang rendah.

Kemiringan kedua garis relative sama, maka pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat menabung antara kelompok masyarakat milenial dengan *halal lifestyle* yang tinggi dan rendah tetap sama dan tidak ada perubahan yang signifikan dengan kehadiran variabel *halal lifestyle*.

Kemiringan gradian *halal lifestyle* kelompok yang tinggi lebih hampir sejajar dibandingkan dengan yang rendah, hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan (PK) tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung. *Halal lifestyle* tidak signifikan memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidempuan pada Bank Syariah dimungkinkan ada variabel lain yang telah memperkuat pengaruh tersebut tetapi bukan *halal lifestyle*.

5. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan di Bank Syariah dengan *Halal Lifestyle* sebagai Variabel Moderating.

Kepercayaan juga dipersepsikan sebagai psikologis yang terjadi apabila seseorang menerima bahwa mereka tidak berdaya terhadap orang lain

karena mereka memiliki asumsi yang baik mengenai segala sesuatunya akan berubah terlepas dari kesadaran penuh orang tersebut. Situasi saat ini atau tidak, dia harus menerima keyakinan itu. kemungkinan bahwa orang lain akan melewatinya. Kepercayaan penting dalam mempengaruhi kepentingan personal¹⁷⁷.

Peter mengatakan bahwa faktor kepercayaan adalah hubungan antara dua konsep Secara kognitif dapat direpresentasikan dengan proposisi keyakinan individu terhadap salahsatu produk sering dikaitkan pada sifat atau akibat fungsionalnya misalnya, setelah mencoba produk tabungan di bank, konsumen mengembangkan kepercayaan yang terasa menarik¹⁷⁸.

Banyak penelitian yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan dengan minat menabung seperti yang di kemukakan oleh Mahbubul yang menyatakan bahwa hubungan signifikan antara keperyaan dengan minat menabung¹⁷⁹. Begitu juga dengan Zhang menyatakan hal yang sama¹⁸⁰. Hasil penelitian ini juga secara langsung hubungan antara kepercayaan terhadap minat menabung memiliki berpengaruh signifikan.

¹⁷⁷ Habibi Roihan, Aidil Novia, dan Hulwati, "Minat Menabung Kalangan Milenial Pada Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan, Kepercayaan Serta Dimoderasi Oleh Halal Lifestyle," *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 9.1 (2024), 1–24 (hal. 5) <<https://ejournal.uinib.ac.id/febi/index.php/maqdis/article/view/1113>>.

¹⁷⁸ Paul J Peter dan Jerry C Olson, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, ed. oleh Jane Beck, Mc Graw, 9 ed. (New York: Paul Ducham, 2010), hal. 169 <<https://opac.feb.uinjkt.ac.id/repository/85b75a99d13a1cd0779d1f466086f9ee.pdf>>.

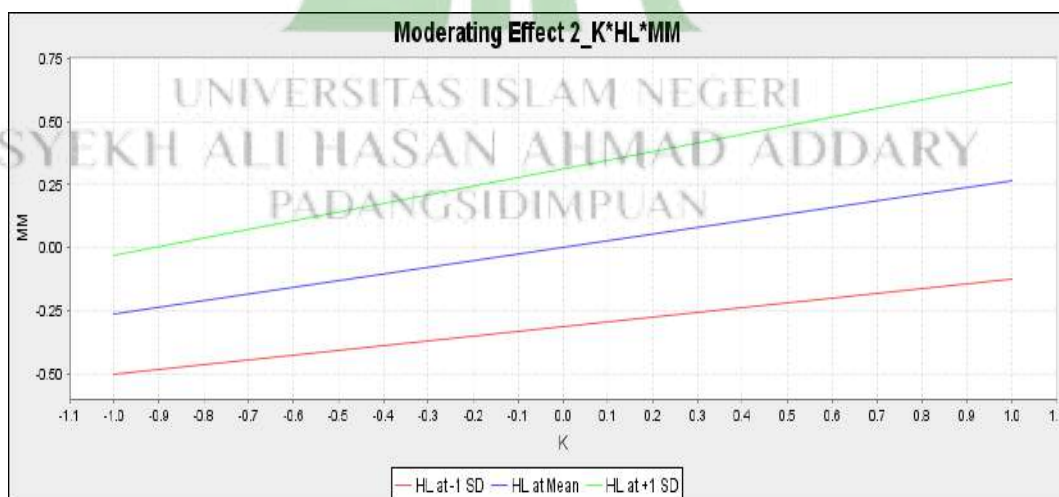
¹⁷⁹ Md Mahbubul Haq dkk., "The impact of deontological and teleological variables on the intention to visit green hotel: The moderating role of trust," *Heliyon*, 9.4 (2023), e14720 (hal. 1) <<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14720>>.

¹⁸⁰ Wenxiang Zhang dkk., "Data Security, Customer Trust and Intention for Adoption of Fintech Services: An Empirical Analysis From Commercial Bank Users in Pakistan," *SAGE Open*, 13.3 (2023), 1–17 (hal. 1) <<https://doi.org/10.1177/21582440231181388>>.

Namun apabila ditinjau ketika hubungan kepercayaan dengan minat menabung dengan menggunakan variabel *halal lifestyle* sebagai variabel moderating memiliki hasil yang positif senilai 0,077 tapi tidak signifikan dengan nilai t-statistik $1,692 < 1,96$ dan p-value $0,091 > 0,05$. Hasil ini mengandung arti bahwa peran *halal lifestyle* sebagai variabel pemoderasi memperlemah pengaruh antara variabel kepercayaan terhadap minat menabung, walaupun hubungannya bersifat positif tetapi milenial yang tidak signifikan memberikan pengaruh. Sehingga hipotesis yang di asumsikan (H_5 : Terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidimpuan di Bank Syariah dengan *Halal Lifestyle* sebagai variabel moderating) di tolak.

Tidak mampunya variabel *halal lifestyle* menjadi pemoderasi juga dapat terlihat jelas dari gambar yang dihasilkan output Smart PLS sebagai berikut:

Gambar IV. 8 Simpel Slope



Sumber: Data diolah dengan SmartPLS3. 2024

Gambar simple slop di atas menunjukkan bahwa garis hijau adalah pengaruh kepercayaan untuk kelompok masyarakat milenial yang

berprofesi sebagai PNS, Mahasiswa dan Pedagang dengan pemahaman *halal lifestyle* yang tinggi. Sedangkan garis merah adalah pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung untuk kelompok masyarakat milenial yang berprofesi sebagai PNS, Mahasiswa dan Pedagang dengan pemahaman *halal lifestyle* yang rendah.

Kemiringan kedua garis relative sama, maka pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung antara kelompok masyarakat milenial dengan *halal lifestyle* yang tinggi dan rendah tetap sama dan tidak ada perubahan yang signifikan dengan kehadiran variabel *halal lifestyle*.

Kemiringan gradien *halal lifestyle* kelompok yang tinggi lebih hampir sejajar dibandingkan dengan yang rendah, hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan (K) tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung. *Halal lifestyle* tidak signifikan memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidempuan pada Bank Syariah dan dimungkinkan ada variabel lain yang telah memperkuat pengaruh tersebut tetapi bukan *halal lifestyle*.

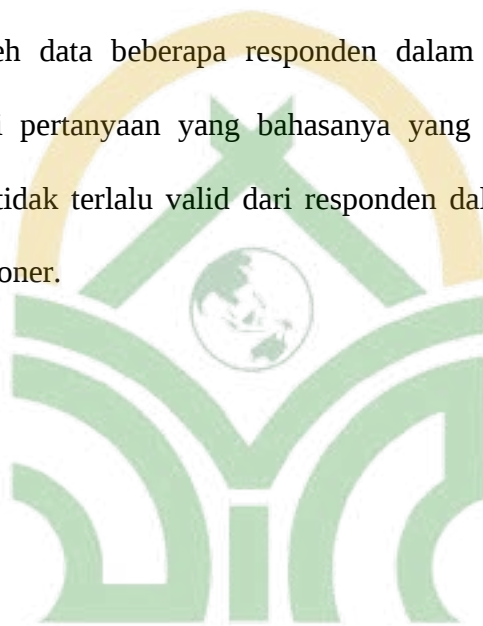
D. Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki keterbatasan sesuai dengan pembahasan yang telah dilakukan. Keterbatasan yang di hadapi peneliti selama melaksanakan penelitian maupun menyusun tesis ini, diantaranya adalah:

- a. Keterbatasan pengembangan maupun dalam menguraikan variabel penelitian. Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel ekosogen, 1 variabel moderating dan 1 variabel endogen. Seharusnya bisa ditambah

beberapa variabel moderating agar supaya terlihat jelas variabel yang bisa memperkuat pengaruh pengetahuan keuangan dan kepercayaan terhadap minat menabung. Oleh karena itu, peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya untuk menambah atau menggunakan variabel moderating yang lain.

- b. Data yang terkumpul dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, untuk memperoleh data beberapa responden dalam penelitian kurang begitu memahami pertanyaan yang bahasanya yang ilmiah sehingga jawaban diberikan tidak terlalu valid dari responden dalam menjawab pernyataan pada kuesioner.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian adalah:

1. Pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidimpuan.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidimpuan.
3. *Halal Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidimpuan.
4. Pengetahuan keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidimpuan dengan *halal lifestyle* sebagai variabel moderating.
5. Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung masyarakat milenial Kota Padangsidimpuan dengan *halal lifestyle* sebagai variabel moderating.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh memiliki implikasi sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Secara teoritis dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa variabel pengetahuan keuangan yang terdiri dari *basic personal finance, money management, credit and debt management, saving and investment, risk management* secara langsung mampu mempengaruhi teori minat menabung,

namun ketika dihadirkan variabel *halal lifestyle* sebagai variabel moderating justru memperlemah pengaruh pengetahuan keuangan terhadap teori minat menabung.

Teori kepercayaan yang terdiri dari jaminan kepuasan, perhatian terhadap nasabah, keterbukaan informasi secara langsung memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap teori minat menabung. Tetapi ketika dihadirkan variabel *halal lifestyle* sebagai variabel moderating justru memperlemah kepercayaan terhadap teori minat menabung.

Berdasarkan implikasi teori di atas diketahui bahwa teori dari variabel moderating (*halal lifestyle*) yang terdiri dari produk yang di sertifikasi MUI/BPJP, memakai produk halal, memakai produk halal, menjajaki ketentuan islam, menguasai hukum halal dan haram, mengerti dengan produk yang dilarang dan yang diperbolehkan dalam islam tidak bisa memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap teori minat menabung.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi terhadap semua pihak bank syariah seperti Bank BSI, Bank Muamalat Indonesia dan bank yang berstatus usaha unit syariah di Kota Padangsidempuan agar para manajer maupun pihak direksi dapat meningkatkan pengetahuan keuangan dan kepercayaan masyarakat milenial Kota Padangsidempuan terhadap minat milenial dalam menabung di bank syariah.

Selain dari faktor tersebut pihak bank syariah juga harus terus melihat berbagai macam faktor yang telah mampu meningkatkan minat milenial baik

secara langsung maupun melalui faktor moderating dengan melihat hasil riset dari para peneliti relevan.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan keterbatasan penelitian, maka ada beberapa saran untuk penelitian kedepannya:

1. Agar penelitian pada bidang minat menabung lebih kompleks, maka disarankan penambahan moderating variabel selain halal lifestyle sehingga terlihat variabel yang dapat memperkuat pengaruh terhadap variabel minat menabung.
2. Bagi pihak bank syariah, disarankan agar dapat menjadi sarana peningkatan pengetahuan tentang perbankan melalui sosialisasi terhadap milenial pada khususnya.
3. Pengembangan variabel eksogen dan variabel moderating dalam penelitian ini akan menjadi hal yang sangat penting untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsani, Ferdian, "From the Millennial Generation to the Alpha Generation: Analysis of the Names of the Banaran-Bugel Community," *Mabasan*, 14.1 (2020), 89–106 <<https://doi.org/10.26499/mab.v14i1.329>>
- Adinugraha, Hendri Hermawan, Rahmawati Ferida, Sartika Mila, Wikan Isthika, dan Wikan Kinasih Hayu, "Halal Lifestyle Training for MA Rohmaniyyah's Students: The Islamic Lifestyle Practice of Today's Adolescent," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.1 (2022), 56–64 <<https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/amala>>
- Aditiandani, Well, dan Nadia Asandimitra Haryono, "Pengaruh Demografi, Financial Attitude, Financial Knowledge, Dan Suku Bunga Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Kota Surabaya," *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7.2 (2018), 316–26
- Ahmad, Ripai Saragih, "The Influence Of Knowledge Of Partai Keadilan Sejahtera (Pks) Cadres On The Preference Of Saving In Sharia Bank With Religiosity As A Moderating Variable," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 6.2 (2023), 776–94
- Ajzen, Icek, "Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations," 49.4 (2006), 1–14 <<https://doi.org/10.1002/hep.22759>>
- , "The theory of planned behavior," *Journal organizational behavior and human decision processes*, 50.2 (1991), 179–211 <[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)>
- Amaral, Maria Augustin Lopes, dan Gaudensius Djuang, "Relationship Between Social Influence, Shopping Lifestyle, and Impulsive Buying on Purchase Intention of Preloved Products," *Kinerja*, 27.1 (2023), 91–106 <<https://doi.org/10.24002/kinerja.v27i1.6635>>
- Amstrong, Kotler P., *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Erlangga: Jakarta.*, 8 ed. (Jakarta: Jakarta, 2009)
- Andespa, Roni, "Factors Affecting Customers' Interest in Saving at Islamic Banks," *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, 2.1 (2017), 42–57

- Aprilia Dwi Marta Anindya F, Luqman Hakim, "Influence of Islamic Financial Literacy, Religiosity on Interest Customer with Moderation Promotion," *Economic Education Analysis Journal*, 10.2 (2021), 202–14 <<https://doi.org/10.15294/eeaj.v10i2.44566>>
- Assauri, Sofyan, *Bank Syariah: Dari Teori Kepraktik*, (Jakarta: Gema Insani, (2012) hal.85 (Jakarta.: Sofyan Assauri, 2012)
- Asyari, Asyari, Mohammad Enamul Hoque, Perengki Susanto, Halima Begum, Awaluddin Awaluddin, Marwan Marwan, dkk., "Online cash waqf behavioral intention: the role of knowledge of cash waqf and trust," *Journal of Islamic Marketing*, 15.11 (2024), 2864–90 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2023-0224>>
- Awalia, Wina, Muhammad Shulthoni, dan Hendri Hermawan Adinugraha, "The Influence of Knowledge, Religiosity, Company Image, And Trust on Customer Interest In Saving At KSPPS BMT Tazakka Bojong," *ZISWAF ASFA JOURNAL Zakat, Infaq, Sadaqah, Wakaf*, 1.1 (2023), 106–16
- Aziz, Nazaruddin, dan Vito Shiga Hendrastyo, "Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang," *Jurnal Pundi*, 03.Perbankan Syariah (2019), 227–34 <<https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>>
- Azizatul, Aulia, dan Perdana M. Alkadri, "The Influence of Religiosity , Trust , Knowledge and Indonesia Sub-Branch Office Bengkalis," *Jurnal Inovasi Bisnis* 2, 2 (2022), 105–14 <www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBIMK>
- Baskoro, Windu, Wuri Suhasti, dan Moh Wahyu Winarno, "Analysis of symbolic consumption as a moderator variable between the influence of halal lifestyle on the intention to purchase Islamic banking products," *IBSE Economic Journal*, 2.1 (2023), 42–56
- Batubara, Ernita, Rukiah Lubis, dan Budi Gautama, "Analisis determinan keputusan Masyarakat Kecamatan Panyabungan Selatan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Moderating," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 11.2 (2023), 179 <<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i2.16462>>

- Bilson, Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, 3 ed. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama., 2008)
- Chen, Jie, Yan Xiao, Chaofang Yan, Xiaojun Li, Yafang Zhang, Ying Chen, dkk., "The Relationship Between the Number of Chronic Diseases and Health-Related Quality of Life Among Middle-Aged and Older Adults in Rural Areas of Yunnan Province, China: moderating Effect of Health Lifestyle," *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 17 (2024), 2425–39 <<https://doi.org/10.2147/JMDH.S463640>>
- Chin, W. W, *The partial least squares approach for structural equation modeling*. In George A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, Lawrence Erlbaum Associates, 1998
- Citrawati, Vista Donna, Adhi Prakosa, dan Anindita Imam Basri, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, dan Reputasi Terhadap Minat Menabung di Tabungan Tamansari BPR Bantul," *Equilibrium : Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.1 (2021), 1–8 <<https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/50>>
- Cleanita Imra'atul Khasanah, dan Nur Huri Mustofa, "Analysis of Customer Perceptions, Trust and Brand Image on Customer Interest and Saving Decisions," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4.2 (2022), 93–111 <<https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i2.104.93-111>>
- Faha, Yunita Maulidiyah, Masruchin Masruchin, dan Fitri Nur Latifah, "The Influence of Religiosity and Customer Perception on Interest in Savings," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5.1 (2022), 153–66 <<https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1803>>
- Faqih, Fitri Al, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah," *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11.1 (2020), 22 <<https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506>>
- Febriyanti, Riska, Aisyah Nur Rahmadina, Wulidatul Imro'ah, Slamet, dan Amelindha Vania, "Predicting the Effect of Digitalization and Brand Trust on Customers' Saving Intention of Islamic Banking," *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23.20 (2023), 78–91

<<https://doi.org/10.9734/ajeba/2023/v23i201093>>

Galiani, Sebastian, Paul Gertler, dan Camila Navajas-Ahumada, “Trust and saving in financial institutions by the poor,” *Journal of Development Economics*, 159 (2022) <<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2022.102981>>

Hair, Joseph F., Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, dan Christian M. Ringle, “When to use and how to report the results of PLS-SEM,” *European Business Review*, 31.1 (2019), 2–24 <<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>>

Hair, Joseph.F, G.Tomas Hult, Christian M.Ringle, dan Marko Sarstedt, *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, ed. oleh Leah Fargotstein, *Women Entrepreneurs*, 3 ed. (California: Sage Publications, Inc, 2022) <<https://doi.org/10.1201/9781032725581-7>>

Hair, Joseph F, Sarstedt, Marko, Ringle, dan Christian M, “Partial Least Squares Structural Equation Modeling,” 2017 <<https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>>

Hair, Joseph F. Jr., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, dkk., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R* (Switzerland : Springer Nature, 2021) <<https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>>

Haq, Md Mahbubul, Masum Miah, Subarna Biswas, dan S. M.Mahbubur Rahman, “The impact of deontological and teleological variables on the intention to visit green hotel: The moderating role of trust,” *Heliyon*, 9.4 (2023), e14720 <<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14720>>

Harahap, Darwis, Ahmad Afandi, dan Try Mahendra Siregar, “the Islamic Banking Customers’ Intention To Use Digital Banking Services: an Indonesian Study,” *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9.3 (2023), 533–58 <<https://doi.org/10.21098/jimf.v9i3.1673>>

Harahap, Darwis, Rukiah Lubis, dan Rahmat Husein, “Problematika Perilaku Konsumen Lembaga Keuangan Dan Perbankan Islam,” *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8.1 (2021), 137–53 <<https://doi.org/10.30829/hf.v8i1.9368>>

Hariyanto, Hariyanto, dan Bariyyatin Nafi’ah, “Analysis of Factors Affecting on

- Saving Intention in Islamic Bank: The Case in Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.1 (2022), 28–38 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4308>>
- Harmelia, Mutia Seplinda, dan Yonna Anggayu Putri, “The Influence of Accessibility , Service , and Knowledge of Sharia Accounting on Interest To Save in Sharia Bank,” 11.02 (2022), 1440–46
- Henseler, Jörg, Christian M Ringle, dan Marko Sarstedt, “A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling,” 2015, 115–35 <<https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>>
- Hoffman, Donna L., Thomas P. Novak, dan Marcos Peralta, “Building Consumer Trust Online,” *Communications of the ACM*, 42.4 (1999), 80–85 <<https://doi.org/10.1145/299157.299175>>
- Hooda, Apeksha, Parul Gupta, Anand Jeyaraj, Mihalīs Giannakis, dan Yogesh K Dwivedi, “The effects of trust on behavioral intention and use behavior within e-government contexts,” *International Journal of Information Management*, 67(2022),102553<<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102553>>
- Huda, Afton Hilm, Junaidi, dan Siti Aminah Anwar, “Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.2 (2022), 552–64 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v1i1.281>>
- Iskandarwasid, dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa* (Bandung: Rosda, 2011)
- Jesus, Domingas De, Lucas Da Cost, dan Marcus Ulan Bere, “Effect of Interest Rate Savings and Quality of Interest Saving,” in *The Second International Conference on Entrepreneurship* (Surabaya, 2021), hal. 142–51 <[https://icoen.org/wp-content/uploads/2021/01/conference_doc/icoen2/book4/ICOEN2-2015-p142-Domingas de Jesus, Lucas Da Cost, Marcus Ulan Bere-Effect of Interest Rate Savings and Quality of Interest Saving \(Case Study In Pt.Bank Mandiri \(Persero\) Tbk Dili,>](https://icoen.org/wp-content/uploads/2021/01/conference_doc/icoen2/book4/ICOEN2-2015-p142-Domingas%20de%20Jesus,%20Lucas%20Da%20Cost,%20Marcus%20Ulan%20Bere-Effect%20of%20Interest%20Rate%20Savings%20and%20Quality%20of%20Interest%20Saving%20(Case%20Study%20In%20Pt.Bank%20Mandiri%20(Persero)%20Tbk%20Dili,>)
- Keuangan, Otoritas Jasa, *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2022, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Jakarta., 2022)

<<https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-Indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-2022.aspx>>

Kholilah, Naila Al, dan Rr. Iramani, “Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya,” *Journal of Business and Banking*, 3.1 (2013), 69
<<https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.255>>

Kotler, Philip, dan Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, 13 ed. (Jakarta.: Erlangga, 2008)

Krisdayanti, Mega, “The Influence of Financial Literacy, Financial Inclusion, Pocket Money, Peers, Lifestyle, and Self-Control on Interest in Saving Self-Control on Interest in Saving Students,” *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1.2 (2020), 79–91 <<https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma>>

Kusmiadi, Budi Afriyansyah dan Ridwan, “Campaigning Halal Lifesty for Students,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4.2 (2020), 1–7
<<https://journal.ubb.ac.id>>

Kusuma, Ardianto, “Analysis of Factors Affecting Purchasing Decisions Online on the Tokopedia Website,” *Journal Competency of Business*, 3.1 (2019), 65–79
<<https://doi.org/10.47200/jcob.v3i1.670>>

Laksono, Dhimas Dwi, dan Donant Alananto Iskandar, “The Influence of Lifestyle and Income on Kbc Helmet Purchasing Decisions,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3.2 (2018), 145–54
<<https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i2.113>>

Lathifah, Ressay Siti, dan Indri Yuliafitri, “Understanding Riba, Product Knowledge, and Attitudes: Influences on Intentions to Become Sharia Bank Customers,” *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7.1 (2022), 102
<<https://doi.org/10.31332/lifalah.v7i1.5500>>

Lu, Cho-Hsun, “The moderating role of e-lifestyle on disclosure intention in mobile banking: A privacy calculus perspective,” *Electronic Commerce Research and Applications*, 64 (2024), 101374
<<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.elerap.2024.101374>>

Lubis, Rofiki Hasan, *Survey awal minat menabung milenial Kota Padangsidimpuan*

(Kota Padangsidimpuan)

- Maarten, Van Rooij, Annamaria Lusardi, dan Alessie Rob, "Financial Literacy and Stock Market Participation," *Journal Financial Literacy*, 8.14 (2007), 14–22
- Malik, Abdul, Ahmad Syahrizal, dan Anisah, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya," *Jurnal Margin*, 1.1 (2021), 28–43
- Mardani, Dede Aji, Muhammad Abduh, Muhammad Fachrurrazy, dan Restu Maulana Wibisono, "Analisis Perbandingan Minat Warga Perum Brp Dalam Memilih Rekening Bank Syariah Dan Bank Konvensional," *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law*, 8.1 (2023), 49–61
<<https://doi.org/10.24256/alw.v8i1.3683>>
- Marlius, D., "The Effect of Service Marketing Mix on Bank Nagari Muaralabuh.," *Jurmak*, 03 (2016), 12–22.
- McDaniel.C, C.W. Lamb, dan J.F Hair, *Introduction to Marketing.*, 11 ed. (South Western: Cengage Learning, 2011)
- Mirawati, Siti, Rully Trihantana, dan Anwar Miftakhul, "Analysis of Islamic Banking Literacy, Product Knowledge, and Public Trust on Interest in Saving at Bank Syariah Indonesia," *Sahid Banking Journal*, II.2 (2023), 71–88
<<https://jurnal.febi-inais.ac.id/index.php/SahidBankingJ>>
- Misbun, Sri Deti, dan Beti Yanuri Posha, "The Influence Of Knowledge And Service On Public Interest In Using Mudharobah Saving Products At Bank Kalbar Sharia Sambas Branch," *Southeast Asia Journal Of Graduate Of Islamic Business And Economics*, 2.1 (2023), 49–53
<<https://doi.org/10.37567/sajgibe.v2i1.2293>>
- Mundhori, dan Faizatur Rohmah, "Pengaruh Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Menabung Di KSPPS BMT Mandiri Artha Syariah Sumberrejo," *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, 2.1 (2022), 21–44 <<https://doi.org/10.30762/almuhasib.v2i1.194>>
- Munuera-Aleman, Jose Luis, Elena Delgado-Ballester, dan Maria Jesus Yague-Guillen, "Development and Validation of a Brand Trust Scale," *International*

Journal of Market Research, 45.1 (2003), 1–18
<<https://doi.org/10.1177/147078530304500103>>

Mutia annur, Cindy, *10 Negara dengan Populasi Muslim terbanyak Dunia 2023, IndonesiaMemimpin,Databoks,2023*<<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>>

Mutia, Zalila, “Analysis of the Influence of Knowledge, Social Environment and Student Education About Sharia Banks on Interest in Saving at Sharia Banks,” *Kajian Jurnal Dan Islam Keagamaan Sosial*, 1.1 (2023), 13–34

Napitupulu, Rodame Monitorir, Raditya Sukmana, Aam Slamet Rusydiana, Utari Evy Cahyani, dan Berto Mulia Wibawa, “The nexus between halal industry and Islamic green finance: a bibliometric analysis,” *Journal of Islamic Marketing*, 15.10 (2024), 2508–27 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0192>>

Nataly, Listra, dan Allan Yuda Patria Lai Wie, “The Effect of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Saving Interest at Pt Bank Mayapada Internasional Tbk Danau Sunter Branch,” *Jurnal Bina Manajemen*, 11.1 (2022), 313–27 <<https://doi.org/10.52859/jbm.v11i1.346>>

Nazami, Muhammad, Awalia Rizqiani, dan Nur Habibah, “Factors Affecting Student Saving Interest at MTs Hidayatullah During the Covid Pandemic - 19,” 1 (2022), 35–43

Noor, Heru Rokhmawati, Heru Kuncorowati, dan Lalu Supardin, “The Role of Brand Image, Price and Trust on Purchase Intention Herbal Medicine,” *International Journal of Economics and management review*, 1.2 (2023), 69–82<<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/><https://jurnal.smartindo.org/index.php/ijemr>>

Nur Faizah, Mahmudatus Sa’diyah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah,” in *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology Magelang*, 2022, hal. 253–66 <<https://journal.unimma.ac.id>>

Nurrohmah Fadhilah, Resti Purbayati, dan Radia, “Pengaruh Tingkat Literasi

- Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,” *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3.2 (2020), 140–53 <<https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>>
- Padangsidempuan, Badan Pusat Statistik Kota, “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin,” *Https://Www.Bps.Go.Id* (Kota Padangsidempuan, 2022), hal. 1 <<https://pasurankota.bps.go.id/statictable/2018/05/03/2119/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kecamatan-purworejo-2016>>
- Padangsidempuan, BPS Kota, “Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut” (Kota Padangsidempuan, 2020), hal. 1 <<https://sumut.bps.go.id/statictable/2021/04/21/2289/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-2020.html>>
- Pangestu, Sari, “Millenial Generation Interest In Investment,” *Research In Accounting Journal*, 2.3 (2022), 315–22
- Peter, Paul J, dan Jerry C Olson, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, ed. oleh Jane Beck, Mc Graw, 9 ed. (New York: Paul Ducham, 2010) <<https://opac.feb.uinjkt.ac.id/repository/85b75a99d13a1cd0779d1f466086f9ee.pdf>>
- Prasetyo, Eko Dwi, Menik Kurnia Siwi, dan Corresponding Author, “Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah,” *Journal Ecogen*, 5.1 (2022), 91–101 <<http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>>
- Putri, N. A., & Lestari, D., “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda Di Jakarta.,” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1.1 (2019), 31–42
- Putri, Rafika, dan Qahfi Romula Siregar, “The Effect of Financial Knowledge, Financial Attitudes and Financial Literacy on Financial Management Behavior,” *Journal Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 3.3 (2022), 580–92
- Raharja, Gilang, dan Sunita Dasman, “The Effect of Financial Literacy and Income Which Is Moderate by Lifestyle on Financial Behavior (Study of Karawang Regency Civil Servants),” *Dinasti International Journal of Economics*,

- Finance & Accounting*, 5.2 (2024), 487–94 <<https://doi.org/10.38035/dijefa.v5i2>>
- Rahmah, Ghoida, “Tumbuh Berlipat Perbankan Syariah Nasional,” *Tempo* (Jakarta, 2023), hal. 1 <<https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/486287/kinerja-perbankan-syariah-2023>>
- Ramos, Fernanda Leão, Jorge Brantes Ferreira, Angilberto Sabino De Freitas, dan Juliana Werneck Rodrigues, “The effect of trust in the intention to use m-banking,” *Brazilian Business Review*, 15.2 (2018), 175–91 <<https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>>
- Rohmah, Nurul, Arik Susbiyani, Rendy Mirwan Aspirandy, dan Dwi Cahyono, “The Effect of Financial Knowledge, Financial Attitudes and Internal Locus of Control on Financial Management Behavior,” *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11.1 (2021), 150–61 <<https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.249>>
- Roihan, Habibi, Aidil Novia, dan Hulwati, “Minat Menabung Kalangan Milenial Pada Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan, Kepercayaan Serta Dimoderasi Oleh Halal Lifestyle,” *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 9.1 (2024), 1–24 <<https://ejournal.uinib.ac.id/febi/index.php/maqdis/article/view/1113>>
- , “The Influence of Financial Literacy and Trust on the Interest To Saving Moderated Halal Lifestyle,” in *Paper, disajikan pada Annual International Conference on Education and Islamic Studies* (Padang, 2023), hal. 1–19
- Roland, Goldberg, dan Spies Hester, “The influence of lifestyle dimensions on the perceived value and purchase intention of cellular devices in South Africa,” *The Retail and Marketing Review*, 18.1 (2022), 111–27 <https://doi.org/10.10520/ejc-irmr1_v18_n1_a8>
- Romadhoni, Azizah Budhi Nur, dan Ahmad Guspul, “Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Beli Jasa Transportasi Online,” *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2.1 (2020), 76–81 <<https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1459>>
- Rosyadi, Imam, Fenilinas Adi Adi Artanto, dan M Yusuf Febrianto, “Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di RTO dengan Structural Equation Modeling (SEM) dan Partial Least Square (PLS),” *Indonesian*

Journal of Strategic Management, 4.1 (2021) <<https://doi.org/10.25134/ijsm.v4i1.5287>>

Rosyidah, Feryna Nur, dan Nunung Nurwati, "Gender and Stereotypes: Construction of Reality in Instagram Social Media," *Social Work Journal*, 9.1 (2019), 10 <<https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>>

Rotter, Julian B, "A new scale for the measurement of interpersonal trust," *Journal of Personality*, 35.4 (1967), 651–65 <<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1967.tb01454.x>>

Rozikin AZ, dan Solekhah I., "Islamic financial literacy, promotion and brand image towards saving intention in sharia bank.," *Iqtishadia*, 13.1 (2020), 95–106 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043v13i1.6489>>

Safitri, E N, dan Z Mubarak, "Pengaruh Brand Image dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin pada Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.3 (2022), 2875–81 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6076>>

Sanjaya, Dino, "Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah," *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5.2 (2021), 121–26 <<https://doi.org/10.31000/competitive.v5i2.4312>>

Sari, Ade Julia, dan Riyan Pradesyah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor, Malaysia, Melakukan Transaksi di Bank Islam," *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 7.1 (2023), 163–73 <<https://doi.org/10.30601/humaniora.v7i1.3568>>

Sobaih, Abu Elnasr E., dan Ibrahim A. Elshaer, "Risk-Taking, Financial Knowledge, and Risky Investment Intention: Expanding Theory of Planned Behavior Using a Moderating-Mediating Model," *Mathematics*, 11.2 (2023) <<https://doi.org/10.3390/math11020453>>

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012)

———, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2018)

Suhasti, Wuri, Rina Istiqomawati, Andriyani Widiyastuti, dan Destia Dewi, "The

- Influence of Promotions , Service Quality and Trust on Customers ' Interest in Saving at BSI KCP Jambi Rimbo Bujang 1,” *International Journal of Scientific Multidisciplinary Research*, 2.1 (2024), 63–74
<<https://doi.org/https://doi.org/10.55927/ijsmr.v2i1.7955>>
- Sujalu, Akas Pinarigan, Imam Nazarudin Latif, Islmail Bakrie, dan Lisa Astria Milasari, *Statistik ekonomi 1* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021)
- Sujianto, Agus, Diah Ayu Triramdhani, Adam Giovanni, dan Luk Luk Ul Muyasaroh, “Pengaruh Pengetahuan, Perspektif, dan Religuitas Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,” *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1.3 (2023), 95–106
<<https://doi.org/https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i3.868> Pengaruh>
- Sulistiani, dan Ahmad Zubaidi, “The influence of lifestyle , brand image , price , and facilities on millennial generation preferences in islamic banks,” *journal El Arbah*, 7.1 (2023), 67–84
- Sunarta, Desy Arum, “Kaum Milenial di Perkembangan Ekonomi Digital,” 5.1 (2023), 9–16 <<https://doi.org/10.556442/eabmij.v5i01>>
- Supiani, Supiani, Fawza Rahmat, dan Fajar Budiman, “The Influence of Culture and Public Perceptions on Saving Decisions in Islamic Banks,” *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1.1 (2021), 49
<<https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2618>>
- Supriadi, M Silmi Kappa, dan Ismawati, “The Influence of Santri’s Perception and Religiosity on Interest in Savings in Islamic Banks, Case Study on Santri of Nahdlatul Ulum Islamic Boarding School, Maros Regency, Indonesia,” *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 1.1 (2022), 206–20
<<https://doi.org/https://doi.org/10.54099/aijms.v1i1.259>>
- Thangavel, Packiaraj, Pramod Pathak, dan Bibhas Chandra, “Millennials and Generation Z: a generational cohort analysis of Indian consumers,” *Benchmarking: An International Journal*, 28.7 (2021), 2157–77
<<https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2020-0050>>
- Tri Endi Ardiansyah, Abdul Rauf, dan Serli Maryana, “Lifestyle Dan Trust Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pemesanan Taxi Online,” *Jurnal Ekonomi*,

- 27.3 (2022), 460–77 <<https://doi.org/10.24912/je.v27i3.1190>>
- Tyas, Diah Aprilianing, dan Agus Supriyanto, “Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge,” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11.2 (2022), 141–52 <<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i2.766>>
- Wijayani, dan Dianing Ratna, “Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah,” 8.1 (2017), 1–17
- Yamin, Sofyan, *SMARTPLS 3 SMARTPLS 4*, ed. oleh Aly Rasyid, III (Depok: PT Dewangga Energi Internasional, 2023) <www.dewanggapublishing.com>
- Yong, Chen Chen, Siew Yong Yew, dan Chu Kok Wee, “Financial knowledge, attitude and behaviour of young working adults in Malaysia,” *Institutions and Economies*, 10.4 (2018), 21–48
- Yousafzai, Shumaila Y., John G. Pallister, dan Gordon R. Foxall, “A proposed model of e-trust for electronic banking,” *Technovation*, 23.11 (2003), 847–60 <[https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00130-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00130-5)>
- Yu, Teng, Ai Ping Teoh, Chengliang Wang, dan Qing Bian, “Convenient or risky? Investigating the behavioral intention to use facial recognition payment in smart hospitals,” *Humanities and Social Sciences Communications*, 11.1 (2024), 1–20 <<https://doi.org/10.1057/s41599-024-03910-9>>
- Yulistiyani, Andriati, Titi Rapini, dan Fery Setiawan, “Analisis Faktor Financial Knowledge, Financial Behavior, Overconfidence, dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13.1 (2023), 41–56 <<https://doi.org/10.32502/jimn.v13i1.6452>>
- Yuniningsih, Bowo Santoso, Irvinta Mestika Sari, dan Alfian Firdausy, “*Financial Literacy and Motivation to Stimulate Saving Behavior Intention in form of BankCustomerDeposits*,” 5.11(2022), 3334–40 <<https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i11-19>>
- Zhang, Wenxiang, Saeed Siyal, Samina Riaz, Riaz Ahmad, Mohd Faiz Hilmi, dan Zhi Li, “Data Security, Customer Trust and Intention for Adoption of Fintech Services: An Empirical Analysis From Commercial Bank Users in Pakistan,” *SAGEOpen*, 13.3 (2023), 1–17 <<https://doi.org/10.1177/21582440231181388>>

Zulva, Piolita, “Pengaruh pengetahuan tentang riba nasiah dan religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah,” *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2.1(2024), 115–31
<<https://doi.org/https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i1.284>>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTIRAS PRIBADI

1. Nama : **Rofiki Hasan Lubis**
2. Tempat/Tgl. Lahir : Simpang Talap, 17 September 1995
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Alamat : Simpang Talap, Kecamatan Ranto Baek,
Kabupaten Mandailing Natal
6. E-mail : rofikihasan.7@gmail.com
7. No. Telepon : 0823 6773 5628



II. RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|--|---------------|
| 1. SDN 146470 Negeri Simpang Talap | 2003-2008 |
| 2. Mts S Yayasan Pondok Pesantren Al-Barakah | 2008-2011 |
| 3. MAN Kase Rao-Rao | 2011-2014 |
| 4. S1 UIN Imam Bonjol Padang | 2014-2019 |
| 5. S2 UIN SYAHADA PadangSidimpuan | 2021-Sekarang |

III. DATA ORANG TUA

1. Nama Ayah : Sarjan Lubis
2. Pekerjaan : Petani
3. Nama Ibu : Saleha Siregar
4. Pekerjaan : Petani

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUNAN

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP : 197808182009011015

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan Di Bank Syariah Dengan Halal Lifestyle sebagai Variabel Moderating” yang disusun oleh:

Nama : Rofiki Hasan Lubis
NIM : 21 502 00027
Program : Pascasarjana UIN Syahada Padangsidempuan
Program Studi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDEMPUN
Padangsidempuan, 26 Mei 2024
Validator

Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 197808182009011015

MINAT MENABUNG (Y)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
<i>Attention</i>	1, 2 dan 3				
<i>Interest</i>	4, 5 dan 6				
<i>Desire</i>	7,8 dan 9				
<i>Action</i>	10,11 dan 12				

Padangsidimpuan, 26 Mei 2024

Validator

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN ARNAD ABDARY
PADANGSIDIMPUAN
Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP. 197808182009011015

Halal Lifestyle (Z)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Produk yang di setifikasi	1, 2 dan 3				
Memakai produk halal	4, 5 dan 6				
Menjajaki ketentuan Islam	7 dan 8				
Menguasai hukum halal dan haram	9 dan 10				
Mengerti dengan produk yang dilarang dan yang diperbolehkan dalam Islam	11,12 dan 13				

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AL-MADADDARI
PADANGSIDIMPUAN
Padangsidimpuan, 26 Mei 2024
Validator

Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 197808182009011015

PENGETAHUAN KEUANGAN (X1)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
<i>Basic personal finance</i>	1, 2, 3 dan 4				
<i>Money management</i>	5 dan 6				
<i>Credit and debt management</i>	7, 8 dan 9				
<i>Saving and investment</i>	10, 11 dan 12				
<i>Risk management</i>	13, 14 dan 15				

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
Padangsidimpuan, 26 Mei 2024
Validator

Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 197808182009011015

KEPERCAYAAN (X2)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Jaminan Kepuasan	1, 2 dan 3				
Perhatian terhadap Nasabah	4, 5, 6 dan 7				
Keterbukaan Informasi	8, 9 dan 10				

Padangsidempuan, 26 Mei 2024
Validator

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 197808182009011015

KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Kepada Yth.
Saudara/saudari
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullohi Wabarokatuh

Bapak/Ibu dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (Tesis) pada program studi Ekonomi Syari'ah Pascasarjana Program Magister di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan maka saya,

Nama : Rofiki Hasan Lubis
Nim : 21 502 00027

Memohon untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang Bapak/Ibu berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian Tesis penelitian ini dengan judul: **“Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Milenial Kota Padangsidempuan Di Bank Syariah Dengan Halal Lifestyle sebagai Variabel Moderating”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan bapak/Ibu meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullohi Wabarokatuh

**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT MILENIAL KOTA
PADANGSIDIMPUAN DI BANK SYARIAH DENGAN HALAL
LIFESTYLE SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

A. DATA PRIBADI RESPONDEN

Kami mohon kesediaan bapak/Ibu untuk menjawab beberapa pertanyaan berikut ini, dengan mengisi dan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki ☐ Perempuan ☐

Usia : 23-27 ☐ 28-32 ☐ 33-37 ☐ 38-43 ☐

Status Pegawai : PNS ☐ Mahasiswa ☐ Pedagang ☐ Lain-lain ☐

Penghasilan : 1,5-2,5 jt ☐ 2,5jt-3,5jt ☐ 3,5-4,5 jt ☐ > 4,5jt ☐

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Pernyataan yang ada mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik baiknya serta diisi sesuai keadaan Saudara/i yang sebenarnya.
2. Mohon beri tanda ✓ nomor yang Saudara/i anggap paling tepat mencerminkan persepsi Saudara/i. Tidak ada jawaban benar atau salah untuk jawaban Saudara/i.
3. Adapun skor jawaban atas pertanyaan yang ada adalah sebagai berikut:

Pernyataan Positif

- | | |
|------------------------------|-----------|
| 1) Sangat Tidak Setuju (STS) | : Nilai 1 |
| 2) Tidak Setuju (TS) | : Nilai 2 |
| 3) Kurang Setuju (KS) | : Nilai 3 |
| 4) Setuju (S) | : Nilai 4 |
| 5) Sangat Setuju (SS) | : Nilai 5 |

Pernyataan Negatif

- | | |
|------------------------------|-----------|
| 1) Sangat Tidak Setuju (STS) | : Nilai 5 |
| 2) Tidak Setuju (TS) | : Nilai 4 |
| 3) Kurang Setuju (KS) | : Nilai 3 |
| 4) Setuju (S) | : Nilai 2 |
| 5) Sangat Setuju (SS) | : Nilai 1 |

A. Variabel (Y) Minat Menabung

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Attention	Saya menabung di bank syariah karena percaya pada kinerja bank.					
2		Saya menabung di bank syariah karena pihak bank memberikan perhatian yang baik untuk nasabahnya.					
3		Saya menabung pada bank syariah karena pihak bank syariah mampu memberikan rasa nyaman terhadap nasabah					
4	Interest	Saya memiliki ketertarikan pada bank syariah karena transaksi terbebas dari unsur bunga.					
5		Saya berminat menabung di bank syariah karena karena menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah.					
6		Menggunakan bank syariah dapat memberikan ketenangan terhadap nasabah.					
7	Desire	Saya berkeinginan menabung di bank syariah karena memiliki pelayanan yang baik.					
8		Saya berkeinginan menabung di bank syariah karena sesuai dengan moral islam					

9		Setelah melihat produk terbaru dari bank syariah, saya memiliki keinginan yang kuat mencoba produk baru bank syariah.					
10	<i>Action</i>	Saya menabung di bank syariah karena mendapat rekomendasi dari rekan kerja.					
11		Saya menabung di bank syariah setelah melihat kebanyakan teman sepergaulan menabung di bank syariah.					
12		Setelah menonton iklan produk bank syariah, saya benar-benar mendaftar menjadi nasabah bank syariah.					

B. Variabel (Z) Halal Lifestyle

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Produk yang di setifikasi	Seluruh pruduk pada bank syariah sudah sesuai dengan ketentuan syariah sehingga dapat dijadikan sebagai gaya hidup halal.					
2		Akad yang ada di bank syariah sudah sesuai dengan fatwa DSN MUI.					
3		Produk tabungan yang disertifikasi pada bank syariah membuat saya merasa sesuai dengan gaya hidup saya.					
4		Menggunakan produk pada bank syariah menunjukkan gaya hidup halal.					

5	Memakai Produk Halal.	Produk yang di tawarkan di bank syariah merupakan produk yang sudah halal.					
6		Gaya hidup halal saya selaras dengan produk halal pada bank syariah.					
7	Menjajaki Ketentuan Islam	Menabung pada bank syariah mencerminkan ketaatan dan juga melaksanakan perintah dan menjauhi larangan syariah.					
8		Saya memahami ketentuan islam terlebih dahulu sebelum bertransaksi dengan bank syariah					
9	Menguasai Hukum Halal dan Haram	Saya menguasai hukum halal dan haram terkait dengan transaksi sebelum menabung di bank syariah .					
10		Pengetahuan saya mengenai hukum sejalan dengan ketentuan yang ada pada bank syariah.					
11	Mengerti dengan Produk yang dilarang dan yang diperbolehkan dalam Islam	Saya mengerti tentang produk yang dilarang dan yang diperbolehkan terlebih dahulu sebelum menabung di bank syariah					
12		Pemahaman saya terkait produk bank yang diperbolehkan syariat sejalan dengan produk yang telah diterapkan pada bank syariah.					
13		Pemahaman saya terkait dengan produk yang tidak diperbolehkan syariah selaras dengan ketentuan pada bank syariah					

C. Variabel (X₁) Pengetahuan Keuangan

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Basic personal finance</i>	Saya memahami dengan baik tentang pengetahuan umum keuangan pribadi seperti tabungan pinjaman serta asuransi syariah.					
2.		Dengan pengetahuan keuangan yang memadai saya dapat terhindar dari segala bentuk penipuan uang.					
3		Saya mengerti tentang tingkat inflasi sebelum menjadi nasabah di bank syariah					
4		Saya mengerti mengenai likuiditas aset sebelum memilih menjadi nasabah pada bank syariah.					
5	<i>Money management</i>	Saya selalu membuat penganggaran untuk pengeluaran minggu/bulan depan.					
6		Saya selalu mencatat pengeluaran yang telah dilakukan setiap bulan/minggu.					
7	<i>Credit and debt management</i>	Kelayakan kredit saya akan meningkat apabila dapat menunjukkan bukti bahwa saya tidak pernah gagal bayar.					
8		Pemahaman tentang faktor-faktor kelayakan kredit maupun pembiayaan sudah saya mengerti sebelum memilih bank syariah.					
9		Pemahaman mengenai jangka waktu peminjaman sudah saya mengerti ketika ingin menjadi nasabah					
10	<i>Saving and investment</i>	Dengan menabung saya akan menciptakan kondisi keuangan yang lebih sehat					

11		Menyimpan uang di bank merupakan cara menyimpan yang aman					
12		Investasi bermanfaat untuk menyiapkan mas depan yang lebih matang.					
13	<i>Risk management</i>	Saya memahami resiko yang ada pada transaksi di bank sebelum memulai transaksi.					
14		Saya terlebih dahulu mencari tau mengenai resiko yang dihadapi ketika bertransaksi di bank.					
15		Saya telah mengerti tentang ketika menggunakan bank syariah akan mengurangi resiko riba.					

D. Variabel (X₂) Kepercayaan

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Jaminan Kepuasan	Bank syariah memberikan jaminan kepuasan kepada nasabah					
2		Bank syariah memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada nasabahnya					
3		Bank syariah selalu menjamin nasabahnya agar tetap puas terhadap pelayanan					
4	Perhatian terhadap Nasabah	Bank syariah memiliki perhatian dan memiliki kemauan untuk memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya.					
5		Bank syraiah memberikan rasa hormat kepada setiap nasabah.					
6		Bank syariah selalu memberikan melayani secara baik kepada setiap nasabah yang mengunjungi kantor bank syariah					
7		Setiap nasabah mengunjungi aplikasi mobile bank syariah,					

		admin selalu memberikan ucapan selamat terhadap nasabah					
8	Keterbukaan Informasi	Informasi yang diberikan bank syariah kepada nasabah membantu nasabah dalam bertransaksi.					
9		Bank syariah menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya.					
10		Nasabah tidak pernah ketinggalan informasi, karena pihak bank syariah selalu memberitahu ketika ada informasi terbaru.					

Padangsidimpun, 26 Mei 2024

Responden,

(.....)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Data Tabulasi Variabel (Y) Minat Menabung

No.	MM1	MM2	MM3	MM4
1.	4	4	4	4
2.	4	4	5	4
3.	4	4	4	2
4.	4	4	5	4
5.	4	4	4	4
6.	4	4	4	4
7.	4	4	4	4
8.	4	4	4	4
9.	4	4	4	4
10.	4	4	4	4
11.	4	4	4	4
12.	4	4	4	4
13.	4	4	4	4
14.	4	4	4	4
15.	4	5	5	4
16.	4	4	4	4
17.	4	4	4	4
18.	4	4	4	4
19.	4	4	4	4
20.	4	4	4	4
21.	4	4	4	4
22.	4	4	4	4
23.	4	4	4	4
24.	4	4	4	4
25.	4	4	4	4
26.	4	5	5	4
27.	4	4	4	4
28.	4	4	4	4
29.	4	4	4	4
30.	4	4	4	4
31.	4	4	4	4
32.	4	4	4	4
33.	3	4	4	3
34.	4	4	4	3
35.	4	4	4	3
36.	4	4	4	3
37.	3	4	4	4
38.	5	5	5	5
39.	3	4	4	4

40.	4	4	4	2
41.	5	5	5	5
42.	5	4	4	4
43.	4	3	4	3
44.	4	3	4	3
45.	4	4	4	3
46.	3	3	3	3
47.	3	3	3	3
48.	4	4	4	4
49.	4	4	4	4
50.	4	4	4	4
51.	4	4	4	4
52.	4	4	4	4
53.	5	5	5	4
54.	4	4	4	4
55.	4	3	4	2
56.	4	4	4	4
57.	4	3	4	3
58.	4	3	4	2
59.	4	4	4	4
60.	5	4	5	5
61.	5	4	5	5
62.	4	4	4	4
63.	4	4	5	4
64.	5	4	5	3
65.	5	4	4	4
66.	4	4	5	5
67.	4	4	5	4
68.	3	5	5	3
69.	5	5	5	2
70.	3	3	3	2
71.	3	3	4	3
72.	3	5	4	4
73.	4	4	5	4
74.	3	4	4	2
75.	4	4	4	3
76.	4	4	5	2
77.	4	4	4	4
78.	3	3	3	3
79.	3	4	4	3
80.	3	3	4	3

81.	5	5	5	4
82.	4	3	5	3
83.	4	4	4	3
84.	4	4	4	4
85.	3	3	3	3
86.	3	4	4	3
87.	5	5	5	5
88.	1	1	1	1
89.	5	5	5	5
90.	5	5	4	4
91.	4	4	4	4
92.	5	3	3	3
93.	5	5	5	5
94.	3	3	4	3
95.	5	5	5	5
96.	5	5	5	5
97.	3	3	3	3
98.	3	3	3	3
99.	3	3	3	3
100.	3	4	4	3
101.	5	5	5	5
102.	4	5	5	4
103.	4	4	4	3
104.	4	3	4	3
105.	4	4	5	3
106.	3	4	4	4
107.	4	4	4	4
108.	4	4	4	4
109.	4	3	4	2
110.	4	3	4	4
111.	5	5	5	2
112.	4	4	4	4
113.	4	4	5	5
114.	3	3	4	4
115.	4	4	4	3
116.	4	5	4	4
117.	4	4	4	3
118.	5	4	5	4
119.	4	4	2	4
120.	3	3	5	5
121.	3	5	1	3

122.	4	4	3	3
123.	4	4	3	4
124.	4	4	4	4
125.	3	5	5	5
126.	5	5	5	5
127.	4	5	4	5
128.	5	5	5	4
129.	5	4	4	4
130.	3	4	4	5
131.	4	4	4	5
132.	4	2	5	4
133.	4	4	5	5
134.	3	4	5	5
135.	5	5	4	4
136.	4	5	2	4
137.	4	3	4	4
138.	4	5	3	1
139.	4	2	4	4
140.	4	5	3	4
141.	4	4	4	4
142.	4	4	2	5
143.	4	2	5	3
144.	4	5	4	4
145.	4	4	5	5
146.	4	4	5	5
147.	2	3	3	5
148.	4	4	4	4
149.	5	5	4	3
150.	4	4	3	3
151.	4	4	5	4
152.	4	5	4	5
153.	5	4	4	3
154.	1	5	4	4
155.	5	5	5	5
156.	3	3	3	4
157.	4	4	5	5
158.	4	5	4	4
159.	4	5	3	3
160.	4	4	5	4
161.	4	4	4	4
162.	5	4	4	5

163.	5	5	5	5
164.	5	4	4	4
165.	4	4	4	4
166.	4	4	3	3
167.	4	5	4	4
168.	5	5	4	5
169.	4	4	4	5
170.	4	4	5	5
171.	5	5	3	4
172.	4	4	5	5
173.	5	5	5	5
174.	5	5	5	5
175.	4	4	4	4
176.	4	4	4	4
177.	5	4	4	5
178.	4	4	4	4
179.	5	5	5	5
180.	5	4	5	5
181.	5	5	5	5
182.	5	5	4	4
183.	5	4	4	5
184.	5	5	3	2
185.	3	4	5	3
186.	4	5	1	3
187.	2	5	2	5
188.	3	5	3	5
189.	4	5	4	5
190.	4	5	3	4
191.	5	4	5	3
192.	4	4	5	5
193.	5	5	5	4
194.	4	5	3	4
195.	5	4	5	5
196.	4	4	2	3
197.	4	4	4	4
198.	5	5	3	5
199.	4	4	5	3
200.	4	4	4	4
201.	5	4	5	4
202.	5	4	5	2
203.	4	5	4	4

204.	4	5	5	5
205.	4	4	4	3
206.	5	5	5	5
207.	4	5	4	4
208.	5	3	3	5
209.	4	4	3	4
210.	4	4	3	3
211.	4	5	5	5
212.	4	4	5	3
213.	4	4	4	4
214.	5	4	3	3
215.	4	4	5	4
216.	5	4	4	4
217.	5	4	4	5
218.	4	4	4	4
219.	4	2	5	3
220.	4	5	3	5
221.	4	3	5	5
222.	4	5	4	3
223.	3	2	4	4
224.	3	3	5	3
225.	4	4	3	4
226.	4	3	3	4
227.	4	4	3	4
228.	4	5	5	5
229.	4	4	5	2
230.	5	3	4	4
231.	4	4	3	4
232.	4	5	2	4
233.	5	5	4	4
234.	5	4	5	5
235.	5	5	5	5
236.	4	3	4	4
237.	4	4	4	4
238.	4	3	4	4
239.	4	4	4	4
240.	4	3	3	4
241.	4	5	5	5
242.	4	4	5	5
243.	4	4	4	4
244.	4	3	3	4

245.	4	4	5	5
246.	4	4	4	4
247.	5	2	4	2
248.	4	5	5	5
249.	4	5	4	3
250.	4	4	4	4
251.	4	3	5	2
252.	4	4	4	5
253.	4	5	3	3
254.	4	5	5	5
255.	4	4	3	4
256.	4	4	2	5
257.	4	4	5	2
258.	3	5	5	3
259.	4	4	2	4
260.	2	3	4	4
261.	5	4	4	4
262.	4	2	3	4
263.	3	3	4	4
264.	4	2	3	4
265.	3	3	4	4
266.	4	5	3	5
267.	4	4	5	5
268.	4	2	4	4
269.	4	4	2	4

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Data Tabulasi Variabel (X1) Pengetahuan Keuangan

No.	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5
1.	5	5	4	5	5
2.	5	5	4	4	4
3.	3	3	2	4	2
4.	5	4	4	4	4
5.	4	4	4	4	4
6.	4	4	4	4	4
7.	4	4	4	4	4
8.	4	4	4	4	4
9.	4	4	4	4	4
10.	4	4	4	4	4
11.	4	4	4	3	4
12.	4	4	4	4	4
13.	4	4	4	4	4
14.	4	4	4	4	4
15.	5	4	5	5	5
16.	4	4	4	4	4
17.	4	4	4	4	4
18.	4	4	4	4	4
19.	4	4	4	4	4
20.	4	4	4	4	4
21.	4	4	4	4	4
22.	4	4	4	4	4
23.	4	5	4	4	4
24.	4	4	4	4	4
25.	4	3	4	4	4
26.	5	4	5	5	5
27.	4	5	5	5	4
28.	4	4	4	4	4
29.	4	4	4	4	4
30.	4	4	4	4	4
31.	4	4	4	4	4
32.	4	4	4	5	5
33.	4	3	4	4	3
34.	4	3	4	4	3
35.	3	4	4	4	3
36.	3	4	4	4	3
37.	4	4	3	3	3
38.	5	4	5	5	5
39.	4	4	4	4	4

40.	4	4	4	4	4
41.	5	5	5	5	5
42.	4	5	5	5	5
43.	4	4	4	4	4
44.	4	4	4	4	3
45.	4	3	4	4	4
46.	3	3	3	3	3
47.	4	4	4	4	2
48.	4	4	4	4	4
49.	4	4	4	4	4
50.	4	4	4	4	4
51.	4	4	4	4	4
52.	4	4	4	4	4
53.	4	4	4	4	4
54.	4	4	4	4	4
55.	4	3	4	4	4
56.	4	4	4	4	4
57.	4	3	4	3	4
58.	4	2	4	4	4
59.	4	4	4	4	4
60.	5	5	4	5	5
61.	5	5	4	5	5
62.	4	4	4	4	4
63.	2	3	5	4	5
64.	2	5	5	5	5
65.	2	5	4	5	5
66.	4	4	4	5	3
67.	4	4	4	5	4
68.	3	5	3	4	3
69.	5	3	3	4	4
70.	3	3	3	3	3
71.	3	3	4	5	4
72.	5	4	5	5	3
73.	4	5	3	4	5
74.	4	4	3	3	4
75.	4	4	4	4	4
76.	3	4	3	4	2
77.	4	4	4	4	4
78.	4	4	4	4	4
79.	4	4	4	4	4
80.	3	3	3	4	3

81.	5	4	4	4	5
82.	3	2	4	5	5
83.	4	4	4	4	4
84.	4	4	4	4	4
85.	3	3	3	3	3
86.	3	3	3	3	4
87.	5	5	5	5	5
88.	1	1	1	1	1
89.	5	5	4	5	4
90.	4	4	4	4	4
91.	4	4	4	4	4
92.	3	3	3	3	3
93.	5	5	5	5	5
94.	4	3	4	4	4
95.	5	5	5	5	5
96.	5	5	5	5	5
97.	3	3	3	3	3
98.	3	3	3	3	3
99.	3	3	3	3	3
100.	3	3	3	3	3
101.	5	5	5	5	5
102.	4	3	4	5	4
103.	4	4	4	4	4
104.	3	4	4	4	4
105.	4	4	4	3	4
106.	4	4	4	4	4
107.	4	3	4	4	5
108.	4	4	4	4	4
109.	3	3	3	3	3
110.	4	3	4	4	3
111.	4	5	5	4	4
112.	4	4	4	4	4
113.	5	4	5	3	4
114.	5	4	4	5	4
115.	3	5	5	4	4
116.	4	5	4	3	5
117.	4	3	2	2	4
118.	5	5	5	2	4
119.	4	5	4	4	4
120.	3	1	5	5	4
121.	3	5	5	3	4

122.	4	3	2	3	3
123.	4	3	3	4	4
124.	4	4	5	5	5
125.	3	3	4	3	5
126.	4	4	3	5	4
127.	5	5	4	5	4
128.	3	3	3	4	3
129.	4	4	4	3	5
130.	4	5	4	2	4
131.	4	4	4	4	4
132.	4	5	3	4	4
133.	4	5	5	5	4
134.	3	4	3	4	4
135.	5	4	4	4	4
136.	3	4	5	5	2
137.	4	2	3	4	2
138.	4	3	4	4	5
139.	2	5	4	4	4
140.	3	5	4	2	4
141.	5	5	5	5	5
142.	3	3	3	4	3
143.	3	5	4	3	4
144.	3	3	5	3	4
145.	3	3	3	4	2
146.	4	4	5	5	4
147.	5	1	2	4	4
148.	4	4	5	4	2
149.	5	4	4	2	4
150.	4	4	5	5	5
151.	3	4	4	4	2
152.	5	4	4	5	3
153.	5	5	5	5	4
154.	4	4	5	3	4
155.	5	4	4	4	4
156.	1	5	5	1	2
157.	5	3	5	4	4
158.	4	4	4	5	5
159.	4	4	4	4	3
160.	4	3	3	4	4
161.	5	5	4	4	4
162.	5	5	3	2	5

163.	4	4	4	4	4
164.	5	5	5	3	3
165.	5	4	4	4	5
166.	5	5	5	5	5
167.	5	4	5	4	5
168.	4	4	5	5	4
169.	4	4	4	5	5
170.	4	4	4	5	4
171.	3	4	4	4	3
172.	5	5	4	5	4
173.	3	5	5	4	5
174.	5	4	5	4	4
175.	5	4	4	4	4
176.	5	5	5	4	5
177.	4	4	4	4	4
178.	5	4	5	4	4
179.	4	3	4	4	4
180.	4	4	3	4	5
181.	4	5	4	4	4
182.	5	5	5	5	5
183.	4	3	5	3	4
184.	4	4	4	5	5
185.	4	2	1	4	4
186.	3	3	5	3	5
187.	3	3	4	2	3
188.	3	4	5	4	5
189.	5	4	1	4	3
190.	4	3	4	3	4
191.	4	2	4	2	5
192.	4	4	4	3	4
193.	4	4	4	4	5
194.	4	3	4	3	3
195.	4	5	5	5	4
196.	4	3	3	5	4
197.	4	4	5	5	4
198.	5	5	4	4	4
199.	3	3	2	4	4
200.	4	3	4	3	4
201.	3	3	4	3	4
202.	5	4	4	4	4
203.	4	5	4	4	4

204.	4	3	4	5	4
205.	5	2	1	5	4
206.	5	5	4	4	4
207.	5	4	3	3	4
208.	4	3	2	2	4
209.	4	4	4	4	3
210.	3	3	5	2	4
211.	4	5	5	5	4
212.	4	3	4	5	3
213.	4	4	4	3	4
214.	4	5	3	4	5
215.	4	4	4	4	4
216.	3	5	3	4	5
217.	3	4	3	4	5
218.	4	4	3	4	4
219.	5	4	3	4	5
220.	3	5	4	4	5
221.	4	5	3	2	4
222.	4	5	5	3	5
223.	4	3	4	3	3
224.	4	4	5	2	4
225.	4	3	5	4	3
226.	5	3	5	2	4
227.	5	5	3	4	4
228.	4	5	4	4	5
229.	4	5	3	4	3
230.	4	5	5	4	3
231.	4	4	5	3	4
232.	4	5	3	4	4
233.	4	4	4	5	4
234.	5	5	2	5	5
235.	5	4	5	5	5
236.	3	3	3	4	3
237.	5	4	5	4	4
238.	4	5	5	4	4
239.	4	3	3	4	3
240.	3	5	3	4	4
241.	5	5	5	5	5
242.	4	5	4	4	4
243.	5	5	4	3	4
244.	5	3	2	3	4

245.	4	4	4	4	4
246.	4	4	3	4	4
247.	5	5	3	2	3
248.	5	5	5	4	5
249.	3	4	4	5	5
250.	5	5	5	5	4
251.	3	3	5	4	3
252.	4	5	4	4	4
253.	4	5	3	2	4
254.	4	5	5	4	4
255.	5	4	4	4	4
256.	4	5	4	5	3
257.	4	5	2	4	4
258.	4	4	1	3	4
259.	2	4	2	3	3
260.	4	4	4	4	4
261.	3	2	3	2	3
262.	2	3	3	3	4
263.	4	4	4	3	4
264.	2	3	4	4	5
265.	4	4	4	4	4
266.	3	5	4	4	3
267.	5	4	5	4	5
268.	3	4	4	5	2
269.	3	4	4	4	3

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Data Tabulasi Variabel (X2) Kepercayaan

No.	K1	K2	K3
1.	4	4	4
2.	5	4	5
3.	4	4	4
4.	5	3	4
5.	4	4	4
6.	4	4	4
7.	4	4	4
8.	4	4	4
9.	4	4	4
10.	4	4	4
11.	4	4	4
12.	4	4	4
13.	4	4	4
14.	4	4	4
15.	5	5	4
16.	5	4	5
17.	4	4	4
18.	4	4	4
19.	4	4	4
20.	4	4	4
21.	4	4	4
22.	4	4	4
23.	4	4	4
24.	4	4	4
25.	4	4	3
26.	5	5	4
27.	5	4	4
28.	4	4	4
29.	4	4	4
30.	4	4	4
31.	4	4	4
32.	4	4	4
33.	4	4	4
34.	4	4	4
35.	4	4	4
36.	4	4	4
37.	4	3	4
38.	5	5	4
39.	4	4	4

40.	4	4	4
41.	5	5	5
42.	5	4	4
43.	4	4	3
44.	4	4	4
45.	4	4	4
46.	3	3	3
47.	4	4	4
48.	4	4	4
49.	4	4	4
50.	4	4	4
51.	4	4	4
52.	4	4	4
53.	4	4	4
54.	4	4	4
55.	4	4	4
56.	4	4	4
57.	4	3	4
58.	4	4	4
59.	4	4	4
60.	4	5	4
61.	4	5	4
62.	4	4	4
63.	5	5	4
64.	5	5	4
65.	5	5	4
66.	4	3	4
67.	5	4	5
68.	3	4	3
69.	3	3	4
70.	2	2	2
71.	5	4	4
72.	3	4	5
73.	4	3	4
74.	4	4	4
75.	4	4	4
76.	3	4	4
77.	4	4	4
78.	3	3	3
79.	4	4	4
80.	3	3	3

81.	5	5	5
82.	4	4	4
83.	4	4	4
84.	4	4	4
85.	3	3	3
86.	4	4	4
87.	5	5	5
88.	1	1	1
89.	5	5	5
90.	4	4	4
91.	4	4	4
92.	3	3	3
93.	5	5	5
94.	3	4	4
95.	5	5	5
96.	5	5	5
97.	3	3	3
98.	3	3	3
99.	3	3	3
100.	3	3	3
101.	5	5	5
102.	5	4	4
103.	4	4	4
104.	4	4	4
105.	4	4	4
106.	4	4	4
107.	3	4	4
108.	4	4	4
109.	3	4	3
110.	3	4	3
111.	5	5	4
112.	4	4	4
113.	5	3	5
114.	4	4	4
115.	4	3	3
116.	4	4	2
117.	4	4	4
118.	5	4	4
119.	4	4	4
120.	4	3	3
121.	3	5	5

122.	3	4	3
123.	4	3	4
124.	5	3	3
125.	4	4	4
126.	4	4	5
127.	4	1	5
128.	4	2	2
129.	5	4	3
130.	4	3	4
131.	3	4	4
132.	5	5	1
133.	4	4	5
134.	3	5	4
135.	3	5	3
136.	3	2	3
137.	2	4	4
138.	4	4	3
139.	5	4	3
140.	3	3	5
141.	4	3	3
142.	3	5	5
143.	3	1	4
144.	2	3	4
145.	5	4	3
146.	5	5	4
147.	3	4	5
148.	3	4	3
149.	3	4	5
150.	4	4	4
151.	4	4	3
152.	3	4	4
153.	4	4	3
154.	3	4	2
155.	4	5	5
156.	3	2	1
157.	5	4	3
158.	1	4	4
159.	3	3	4
160.	4	4	4
161.	3	3	4
162.	4	4	4

163.	5	4	4
164.	4	4	4
165.	4	4	4
166.	4	4	4
167.	5	3	5
168.	4	4	5
169.	3	3	3
170.	4	4	4
171.	4	3	3
172.	5	4	4
173.	5	4	4
174.	4	4	4
175.	5	3	2
176.	5	4	3
177.	4	5	5
178.	4	4	4
179.	4	5	4
180.	4	3	4
181.	3	4	5
182.	5	5	4
183.	2	2	4
184.	4	3	5
185.	4	3	5
186.	4	4	3
187.	3	5	3
188.	4	5	2
189.	5	2	2
190.	3	4	3
191.	4	3	5
192.	4	5	5
193.	5	5	5
194.	5	4	1
195.	4	4	3
196.	3	3	4
197.	5	4	4
198.	4	4	3
199.	3	5	3
200.	5	4	3
201.	5	4	5
202.	4	4	3
203.	4	5	4

204.	4	5	4
205.	5	4	5
206.	4	5	4
207.	4	3	4
208.	4	4	3
209.	3	4	4
210.	4	5	3
211.	4	4	4
212.	5	4	3
213.	3	4	4
214.	3	5	5
215.	3	4	4
216.	4	3	3
217.	4	4	4
218.	4	4	5
219.	4	3	4
220.	4	4	4
221.	3	3	4
222.	3	3	2
223.	4	3	3
224.	3	3	5
225.	4	5	3
226.	4	4	4
227.	4	3	2
228.	5	3	4
229.	5	3	4
230.	4	4	4
231.	3	5	4
232.	3	4	2
233.	4	5	5
234.	5	5	5
235.	5	5	5
236.	4	4	4
237.	4	4	4
238.	4	5	4
239.	3	3	4
240.	4	3	3
241.	5	4	4
242.	4	5	4
243.	4	4	4
244.	4	2	3

245.	4	3	3
246.	4	4	4
247.	4	3	2
248.	4	4	4
249.	4	3	3
250.	4	4	4
251.	4	4	4
252.	4	4	4
253.	3	5	3
254.	4	4	4
255.	4	4	4
256.	5	2	4
257.	3	2	4
258.	4	4	3
259.	4	3	4
260.	4	3	4
261.	3	3	2
262.	4	5	3
263.	3	3	4
264.	4	5	4
265.	3	4	4
266.	5	3	4
267.	4	5	5
268.	3	4	3
269.	3	5	3

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Data Tabulasi Variabel (Z) Halal Lifestyle

No.	HL1	HL2	HL3	HL4	HL5
1.	4	5	5	4	4
2.	4	4	4	4	4
3.	3	3	3	2	3
4.	4	4	4	4	4
5.	4	4	4	4	4
6.	4	4	4	4	4
7.	4	4	4	4	4
8.	4	4	4	4	4
9.	5	4	4	4	4
10.	4	4	4	4	4
11.	4	4	4	4	4
12.	4	4	4	4	4
13.	4	4	4	4	4
14.	4	4	4	4	4
15.	5	5	4	5	4
16.	4	4	5	4	4
17.	4	4	4	4	4
18.	4	4	4	4	4
19.	4	4	4	4	4
20.	4	4	4	4	4
21.	4	4	4	4	4
22.	4	4	4	4	4
23.	4	4	4	4	5
24.	4	4	4	4	4
25.	3	3	4	3	4
26.	5	5	4	5	4
27.	4	4	4	4	4
28.	4	4	4	4	4
29.	4	4	4	4	4
30.	4	4	4	4	4
31.	4	4	4	4	4
32.	4	4	4	4	4
33.	3	3	3	3	3
34.	3	3	3	3	3
35.	3	3	3	4	3
36.	3	3	3	3	3
37.	4	4	3	4	4
38.	5	5	5	5	5
39.	4	4	4	4	4

40.	4	4	4	4	4
41.	5	5	5	5	4
42.	4	5	4	4	4
43.	4	4	3	3	4
44.	3	3	3	3	4
45.	3	4	4	4	4
46.	3	3	3	3	3
47.	3	3	3	3	2
48.	4	4	4	4	4
49.	4	4	4	4	4
50.	4	4	4	4	4
51.	4	4	4	4	4
52.	4	4	4	4	4
53.	4	4	4	4	4
54.	4	4	4	4	4
55.	3	3	2	4	3
56.	4	4	4	4	4
57.	3	3	3	3	3
58.	4	3	2	4	3
59.	4	4	4	4	4
60.	5	5	4	4	4
61.	5	5	4	4	4
62.	4	4	4	4	4
63.	5	5	4	4	5
64.	5	5	5	4	4
65.	5	5	5	4	4
66.	4	5	4	3	3
67.	4	4	5	4	4
68.	3	5	4	4	3
69.	5	4	5	5	5
70.	3	2	3	3	3
71.	4	4	3	3	3
72.	5	5	5	5	5
73.	5	5	3	3	4
74.	4	4	4	3	3
75.	4	4	4	4	4
76.	5	4	4	3	3
77.	4	4	4	4	4
78.	3	3	3	3	3
79.	4	3	3	3	3
80.	4	4	5	5	5

81.	5	5	4	4	5
82.	3	4	5	4	4
83.	4	4	3	4	4
84.	4	4	4	3	4
85.	3	3	3	3	3
86.	3	3	3	3	3
87.	5	5	5	5	5
88.	1	1	1	1	1
89.	4	4	5	5	5
90.	4	4	4	4	4
91.	4	4	4	4	4
92.	3	3	3	3	3
93.	5	5	5	5	5
94.	4	4	3	3	3
95.	5	5	5	5	5
96.	5	5	5	5	5
97.	3	3	3	3	3
98.	3	3	3	3	3
99.	3	3	3	3	3
100.	3	3	3	3	3
101.	5	5	5	5	5
102.	4	5	4	5	4
103.	4	4	4	4	4
104.	3	3	3	3	3
105.	3	4	4	4	4
106.	4	4	4	4	4
107.	3	3	3	4	4
108.	4	4	4	3	4
109.	4	3	4	2	4
110.	4	4	4	4	4
111.	4	5	4	4	4
112.	4	4	4	4	4
113.	3	3	2	4	4
114.	4	4	3	2	4
115.	4	4	5	4	5
116.	2	5	3	4	5
117.	4	4	4	3	3
118.	4	4	3	4	4
119.	4	4	3	3	3
120.	4	5	5	3	3
121.	4	4	5	2	4

122.	4	4	4	4	4
123.	1	3	5	5	5
124.	4	5	5	5	5
125.	5	3	4	4	5
126.	3	5	4	4	4
127.	5	4	4	3	3
128.	5	5	4	4	3
129.	4	3	4	3	4
130.	4	4	3	3	4
131.	5	4	4	2	2
132.	3	5	4	4	4
133.	4	4	5	5	5
134.	5	4	3	5	2
135.	5	5	5	5	4
136.	4	4	2	2	2
137.	4	4	4	4	4
138.	3	4	3	4	2
139.	4	4	4	4	1
140.	5	4	3	2	5
141.	5	4	4	4	3
142.	5	4	4	3	3
143.	3	4	5	5	3
144.	4	1	2	3	5
145.	5	4	4	4	4
146.	2	2	3	3	2
147.	2	1	5	5	4
148.	5	5	5	5	5
149.	4	4	3	2	3
150.	3	3	4	4	3
151.	2	5	3	3	5
152.	5	5	4	4	4
153.	2	4	4	4	4
154.	3	5	5	1	4
155.	4	4	4	4	4
156.	2	5	4	1	3
157.	5	5	5	3	5
158.	2	3	4	3	3
159.	5	5	4	4	4
160.	4	4	5	5	4
161.	5	5	4	4	4
162.	5	4	5	3	5

163.	5	5	5	4	5
164.	4	4	4	4	4
165.	3	5	5	3	4
166.	4	3	5	5	4
167.	4	4	4	5	4
168.	5	4	4	4	4
169.	5	3	5	5	5
170.	5	5	4	4	4
171.	3	3	3	3	4
172.	4	4	4	5	5
173.	4	4	5	4	5
174.	4	4	5	5	5
175.	5	5	5	5	5
176.	4	5	5	5	5
177.	5	5	5	5	5
178.	4	4	4	5	5
179.	4	3	4	4	4
180.	5	4	5	5	5
181.	3	4	4	4	5
182.	5	5	5	5	3
183.	4	3	5	4	5
184.	5	4	3	4	5
185.	5	3	5	4	5
186.	5	5	4	5	3
187.	4	3	1	4	5
188.	4	3	3	4	5
189.	3	2	3	5	2
190.	5	4	3	4	2
191.	4	2	4	3	4
192.	5	5	5	4	5
193.	4	3	5	4	5
194.	5	2	4	3	3
195.	4	4	4	4	4
196.	4	3	5	4	2
197.	4	4	4	4	4
198.	5	5	5	4	5
199.	4	2	4	4	4
200.	4	3	4	3	4
201.	4	4	4	4	4
202.	4	4	4	3	3
203.	5	4	4	4	5

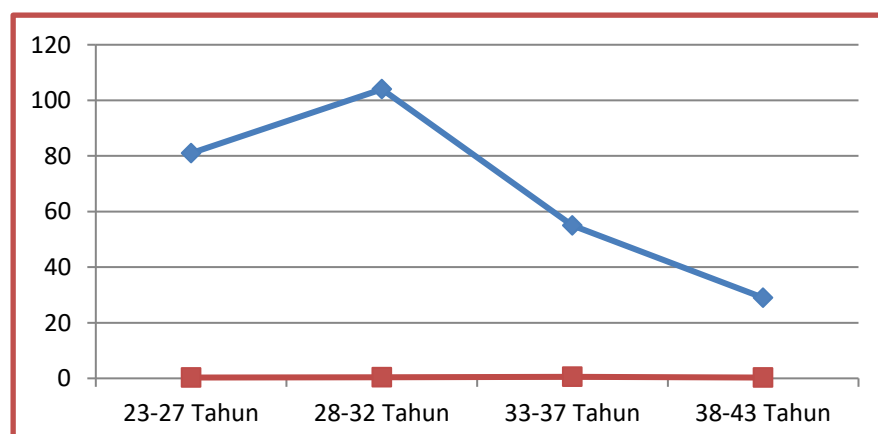
204.	4	5	5	5	4
205.	3	3	4	3	3
206.	5	5	3	3	4
207.	4	4	5	5	5
208.	3	2	4	4	5
209.	5	5	4	4	4
210.	4	4	3	2	3
211.	4	5	4	5	4
212.	4	4	5	4	4
213.	4	3	4	4	4
214.	4	4	4	5	3
215.	4	3	4	4	5
216.	5	4	3	4	4
217.	4	4	4	4	3
218.	4	3	3	3	4
219.	5	5	4	3	5
220.	4	4	4	5	3
221.	4	3	5	4	4
222.	3	4	5	4	3
223.	4	5	5	5	4
224.	3	4	5	4	4
225.	4	2	4	4	5
226.	4	5	4	3	4
227.	3	3	5	3	3
228.	4	4	5	5	5
229.	4	4	4	4	4
230.	5	4	5	4	4
231.	5	4	3	3	3
232.	1	3	3	3	5
233.	4	4	4	3	5
234.	5	5	5	5	5
235.	4	4	4	4	4
236.	5	4	4	4	4
237.	4	4	4	4	5
238.	4	4	5	5	4
239.	4	5	4	5	3
240.	3	3	2	2	3
241.	4	4	4	4	4
242.	5	5	4	4	4
243.	4	4	5	5	5
244.	4	4	5	4	3

245.	4	4	4	4	4
246.	4	4	4	3	3
247.	5	4	2	4	5
248.	4	4	4	4	4
249.	5	4	3	4	2
250.	5	4	5	4	5
251.	3	5	4	4	4
252.	4	4	4	4	4
253.	4	3	4	3	4
254.	4	4	4	4	4
255.	4	5	5	4	4
256.	4	5	3	5	3
257.	5	4	4	3	1
258.	4	5	4	4	3
259.	3	5	3	3	3
260.	4	4	4	4	4
261.	3	3	4	3	2
262.	3	4	2	3	3
263.	4	4	4	4	4
264.	3	4	2	3	3
265.	4	4	4	4	4
266.	4	3	4	5	3
267.	4	4	4	4	4
268.	4	4	5	3	4
269.	3	2	4	4	3

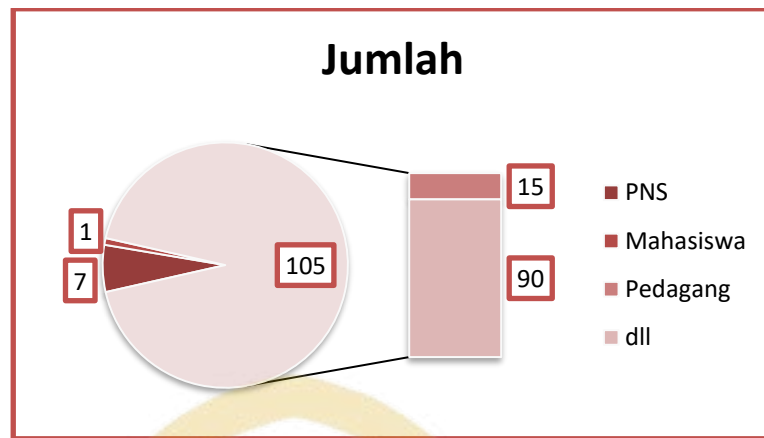
Tabel IV.1 Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki- laki	166	62
Perempuan	103	38
Jumlah	269	100

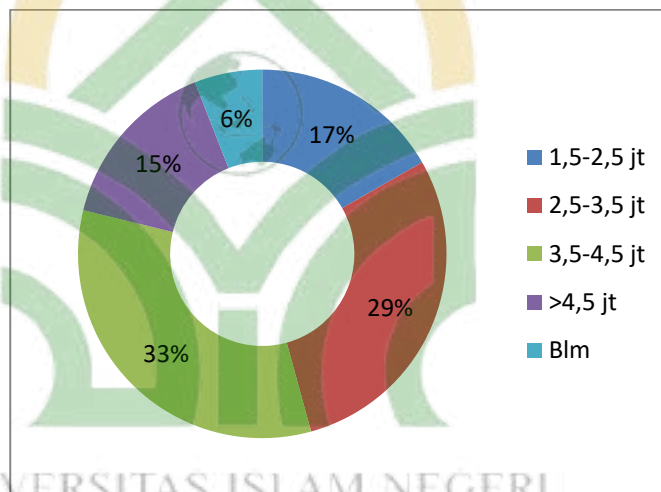
Gambar IV.1 Karakteristik Usia



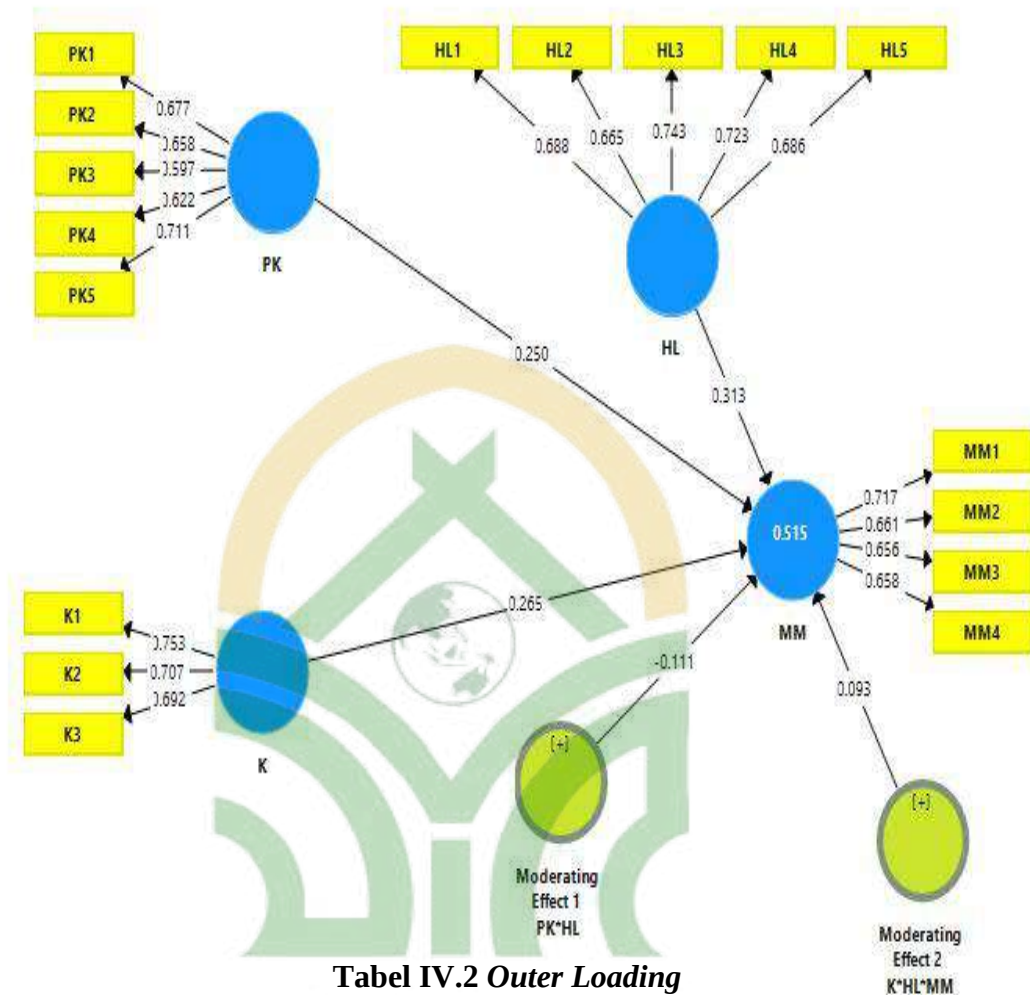
Gambar IV.2 Jenis Pekerjaan



Gambar IV.3 Karakteristik Jumlah Penghasilan



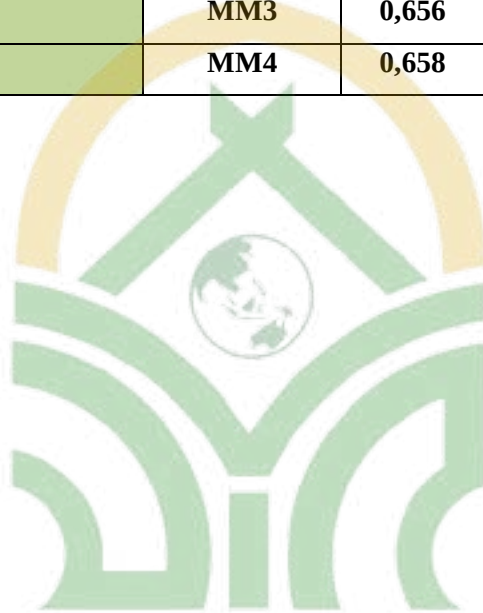
Gambar IV.4 PLS Algorithm



Tabel IV.2 Outer Loading

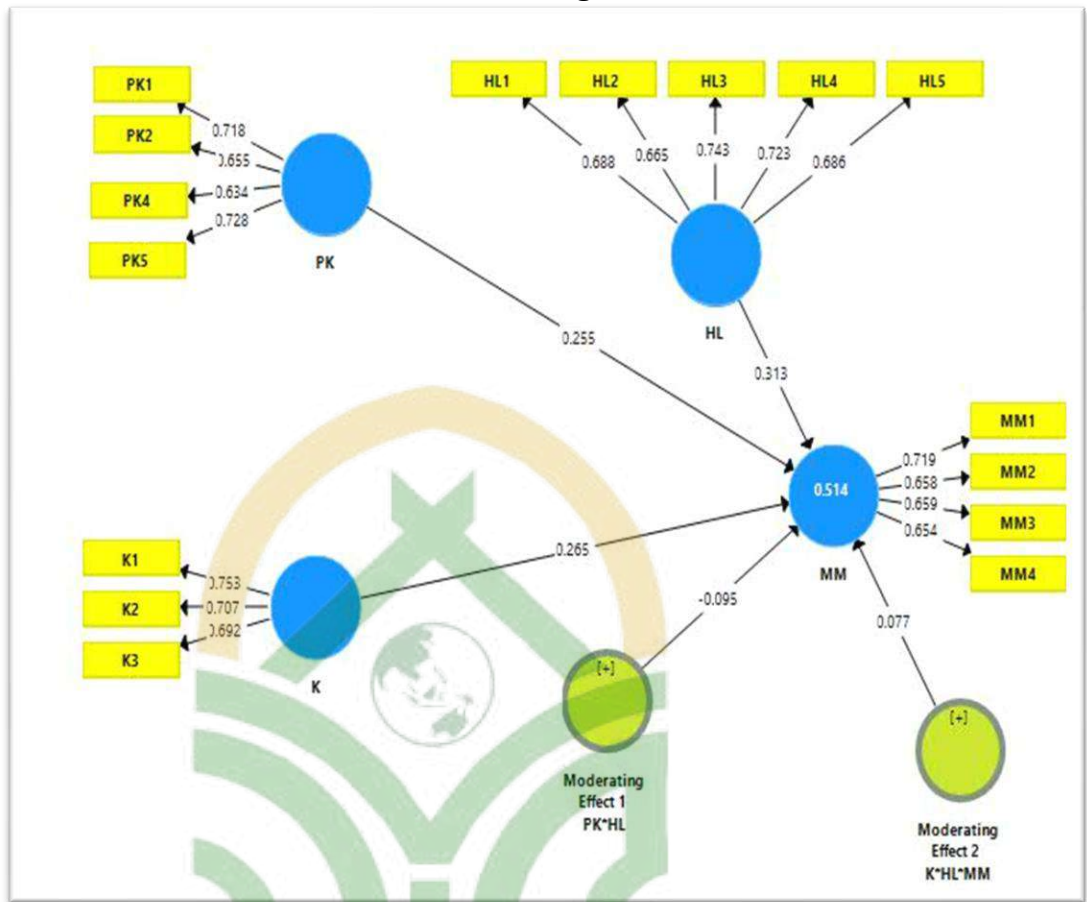
Variabel	Indikator	Outer Loading	Rule of Thumb	Keterangan
Halal Lifestyle	HL1	0,688	>0,6	Valid
	HL2	0,665	>0,6	Valid
	HL3	0,743	>0,6	Valid
	HL4	0,723	>0,6	Valid
	HL5	0,686	>0,6	Valid
Kepercayaan	K1	0,753	>0,6	Valid
	K2	0,707	>0,6	Valid
	K3	0,692	>0,6	Valid

Pengetahuan Keuangan	PK1	0,677	>0,6	Valid
	PK2	0,685	>0,6	Valid
	PK3	0,597	>0,6	Tidak Valid
	PK4	0,622	>0,6	Valid
	PK5	0,711	>0,6	Valid
Minat Menabung	MM1	0,717	>0,6	Valid
	MM2	0,661	>0,6	Valid
	MM3	0,656	>0,6	Valid
	MM4	0,658	>0,6	Valid



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Gambar IV.5 PLS Algorithm



Tabel IV.3 Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Rule of Thumb	Keterangan
Halal Lifestyle	HL1	0,688	>0,6	Valid
	HL2	0,665	>0,6	Valid
	HL3	0,743	>0,6	Valid
	HL4	0,723	>0,6	Valid
	HL5	0,686	>0,6	Valid
Kepercayaan	K1	0,753	>0,6	Valid
	K2	0,707	>0,6	Valid
	K3	0,692	>0,6	Valid
Pengetahuan Keuangan	PK1	0,718	>0,6	Valid
	PK2	0,655	>0,6	Valid
	PK4	0,634	>0,6	Valid
	PK5	0,728		
Minat Menabung	MM1	0,719	>0,6	Valid
	MM2	0,658	>0,6	Valid
	MM3	0,659	>0,6	Valid

	MM4	0,654	>0,6	Valid
--	-----	-------	------	-------

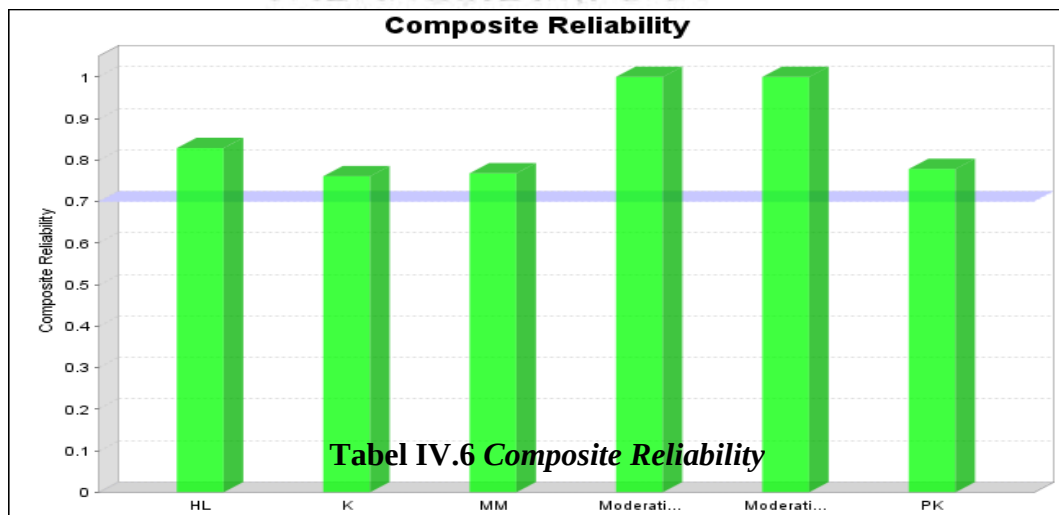
Tabel IV.4 Fornell Larcker

	HL	K	MM	PK
HL	0,702			
K	0,479	0,718		
MM	0,604	0,566	0,673	
PK	0,587	0,568	0,609	0,685

Tabel IV.5 Cross Loadings

	HL	K	PK	MM
HL1	0,688	0,349	0,379	0,439
HL2	0,665	0,334	0,415	0,380
HL3	0,743	0,274	0,417	0,409
HL4	0,723	0,368	0,481	0,441
HL5	0,686	0,352	0,369	0,443
K1	0,383	0,753	0,476	0,461
K2	0,298	0,707	0,328	0,357
K3	0,343	0,692	0,403	0,390
PK1	0,462	0,367	0,718	0,442
PK2	0,361	0,269	0,655	0,398
PK4	0,385	0,446	0,634	0,384
PK5	0,396	0,473	0,728	0,441
MM1	0,400	0,420	0,443	0,719
MM2	0,350	0,331	0,434	0,658
MM3	0,448	0,438	0,385	0,659
MM4	0,424	0,333	0,379	0,654

Gambar Composite Reliability



Tabel IV.6 Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Rule of Thumb	Keterangan
HL	0,828	$\geq 0,7$	Reliabel
K_	0,761	$\geq 0,7$	Reliabel
PK	0,768	$\geq 0,7$	Reliabel
MM	0,779	$\geq 0,7$	Reliabel

Tabel IV.7 Uji Multikolinearitas

	Minat Menabung
Halal Lifestyle	1,630
Kepercayaan	1,598
Pengetahuan Keuangan	1,882
Minat Menabung	

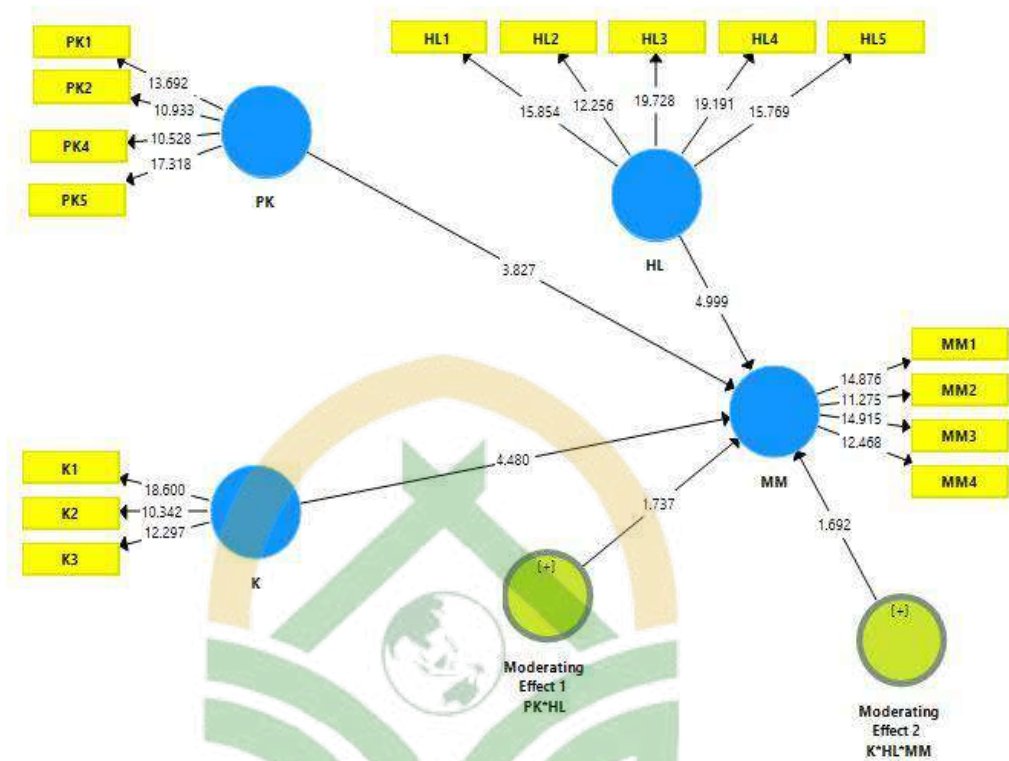
Tabel IV.8 Path Coefficient

	Original Sample	T Tabel	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket
PK->MM	0,255	>1,96	3,827	0,000	Sig
Kepercayaan -> MM	0,265	>1,96	4,480	0,000	Sig
HL-> MM	0,313	>1,96	4,999	0,000	Sig

Tabel IV. Uji Moderasi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket
Moderating Effect 1 -> MM	-0,095	-0,078	0,055	1,737	0,083	UnSig
Moderating Effect 2 -> MM	0,077	0,080	0,045	1,692	0,091	UnSig

Gambar IV.6 Moderasi



Tabel IV. Uji Moderasi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Ket
Moderating Effect 1 -> MM	-0,095	-0,078	0,055	1,737	0,083	UnSig
Moderating Effect 2 -> MM	0,077	0,080	0,045	1,692	0,091	UnSig

Tabel IV.10 Efek Moderasi

	MM
<i>Moderating Effect 1</i>	0,016
<i>Moderating Effect 2</i>	0,011

Tabel IV.11 F-square

	MM
Minat Menabung	
Pengetahuan Keuangan	0,071
Kepercayaan	0,091
Halal Lifestyle	0,123

Tabel IV.12 Q-square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
HL	1345,000	1345,000	
K	807,000	807,000	
MM	1076,000	850,438	0,210
PK	1076,000	1076,000	

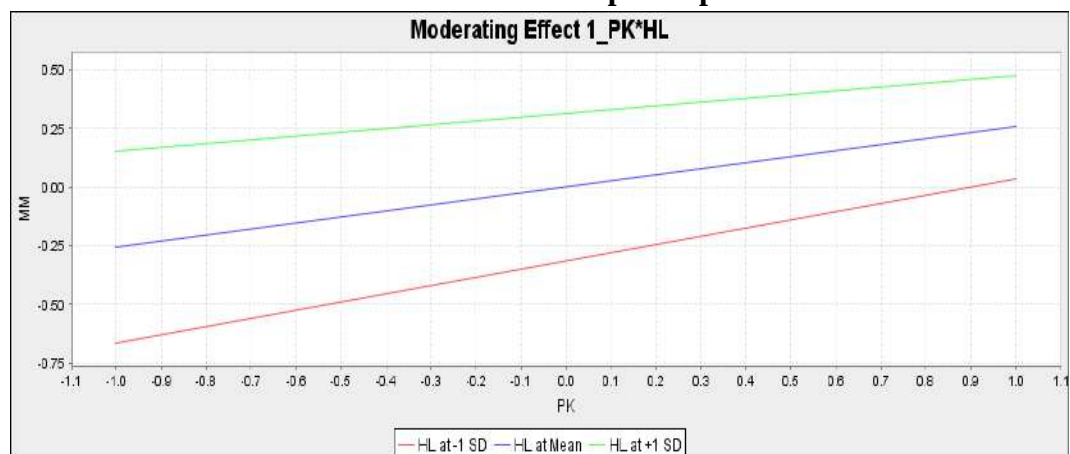
Tabel IV.13 SRMR dan NFI

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,088	0,088
d_ULS	1,065	1,049
d_G	0,278	0,276
NFI	0,625	0,628

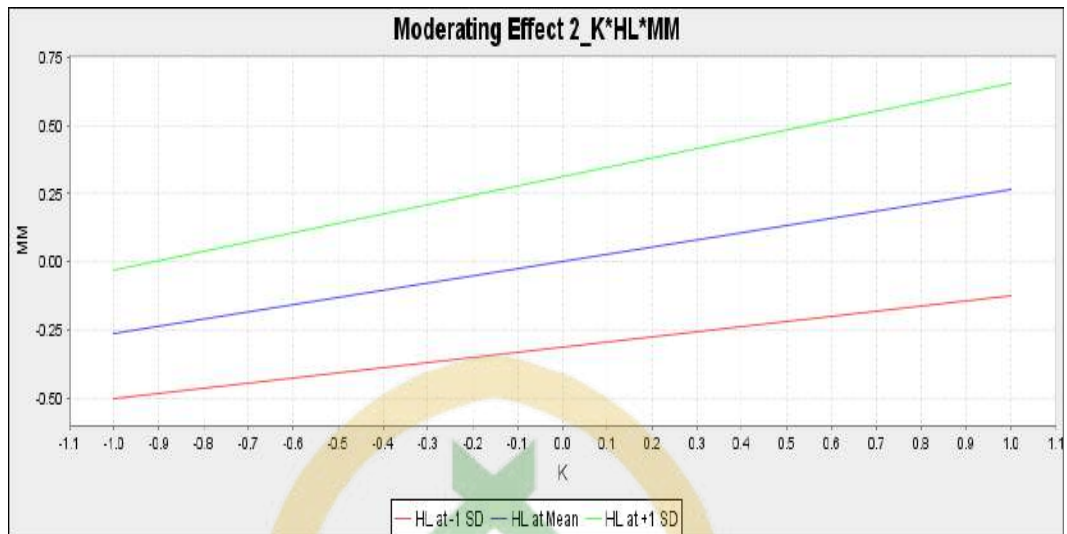
Tabel IV.14 PLS Predict

	PLS		LN	
	RMSE	MAE	MAE	RMSE
MM1	0,597	0,426	0,450	0,638
MM2	0,689	0,507	0,545	0,735
MM3	0,724	0,531	0,545	0,749
MM4	0,776	0,579	0,599	0,819

Gambar IV.7 Simpel Slope



Gambar IV.8 Simpel Slope



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN