

**PENGARUH *SHARIA FINANCIAL LITERACY*, *PRODUCT KNOWLEDGE*, DAN *DISPOSABLE INCOME* TERHADAP
MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar sarjana S1 (S.1)
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh : ZAKIA HASNA AZIZAH

NIM : 2105036141

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454
Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

Lamp :
Hal : Persetujuan Pembimbing
A.n Zakia Hasna Azizah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb


Setelah kami meneliti dan melakukan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Zakia Hasna Azizah
NIM : 2105036141
Fakultas/Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : *Pengaruh Financial Literacy, Product Knowledge, dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Jepara)*


Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 18 April 2025

Pembimbing I


Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 196904201996031002

Pembimbing II


Tri Widyastuti Ningsih, M.Ak.
NIP. 198710102019032017

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. Prof. Dr. Hamka Km.01, Ngaliyan,
Semarang 50189. Telepon (024) 7601294,
Website : ushuluddin.walisongo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Zakia Hasna Azizah
NIM : 2105036141
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan
Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi
Kasus Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara)

Telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat
cumlaude/baik, pada tanggal :

12 Juni 2025

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2024/2025

Semarang, 18 Juni 2025

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Heny Yuningrum, S.E., M.Si.
NIP. 198106092007102005

Sekretaris Sidang

Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 196904201996031002

Penguji I

Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.
NIP. 196908301994032003



Penguji II

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198907082019032018

Pembimbing I

Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 196904201996031002

Pembimbing II

Tri Widyastuti Ningsih, M.Ak.
NIP. 198710102019032017

MOTTO

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ

“Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) Kami, benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami. Dan sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik. (Al- ‘Ankabut : 69)”

“Petunjuk tidak bisa dicapai kecuali dengan pengetahuan, dan arah tujuan yang benar tidak bisa dituju kecuali dengan kesabaran” – Ibnu Taimiyah

PERSEMBAHAN

Setiap perjalanan pasti meninggalkan jejak, dan lembar ini adalah jejak terindah yang kutinggalkan dalam tapak langkah panjang bernama skripsi. *Bismillahirrahmaanirrahiim*, Dengan menyebut nama Allah SWT Sang Pemilik Ilmu dan Waktu, kupersembahkan karya ini sebagai bentuk cinta, perjuangan, dan syukur untuk:

1. Kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan kesehatan, kemudahan, serta pertolongan di setiap langkah, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh syukur.
2. Untuk kedua orang tua terhormat, Bapak Suparno dan Ibu Diana Hapsari, terima kasih yang tak terhingga atas segala cinta, nasihat, doa, dan usaha terbaik yang selalu diberikan untuk peneliti dan saudara-saudara peneliti. Kalian adalah penasehat terbaik dalam setiap fase kehidupan.
3. Kepada ibuku tersayang, Almh. Awalul Rismawati Hidayah, terima kasih karena telah melahirkan peneliti ke dunia ini. Meski kehadiranmu hanya sekejap dalam hidup peneliti, namamu tetap hidup di hati dan menjadi sumber kekuatan untuk terus melangkah hingga akhirnya peneliti mampu menyelesaikan pendidikan ini dan meraih gelar Sarjana.
4. Untuk nenek tercinta, Mbah Rusmi, terima kasih atas doa-doa tulus yang selalu dipanjatkan. Doa beliau adalah kekuatan dalam diam yang mengiringi langkah peneliti.
5. Kepada kakak terbaik, Anisah Nadiya Zahiroh, terima kasih atas semangat, dukungan, dan doa terbaik yang selalu dikirimkan untuk adikmu di setiap perjuangan.
6. Kepada Bapak Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag., dan Ibu Tri Widyastuti Ningsih, M.Ak., selaku dosen pembimbing, terima kasih atas bimbingan, arahan, kesabaran, serta semangat yang tak henti-henti diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Untuk sahabat-sahabat seperjuangan Zahwa, Rirda, dan Nabila, terima kasih telah menjadi teman kuliah yang selalu saling mendukung, berbagi tawa, dan melewati masa-masa penuh perjuangan ini bersama-sama.
8. Kepada sahabatku tercinta, Nurul Hikmah, yang telah menjadi teman selama satu dekade terima kasih karena selalu hadir dalam suka dan duka, menjadi pendengar yang setia sekaligus penguat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk seluruh teman yang belum bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas setiap bentuk dukungan baik lewat pesan singkat, doa, maupun nasihat yang kalian berikan. Semua itu sangat berarti bagi peneliti.

10. *To myself, Zakia Hasna Azizah. Thank you for not giving up. Thank you for surviving the storms no one else saw, for choosing to keep going even when it felt impossible, and for believing in the light at the end of a long, uncertain tunnel. This journey has not been easy, but you kept showing up, learning, growing, and rising through every doubt and breakdown. You have turned your fears into strength and your tears into persistence. I am proud of the woman you've become someone who dares to try, who fights in silence, and who walks forward no matter how heavy the days have been. You deserve to celebrate this moment. Let this be a reminder that you are capable of more than you ever imagined.*

Terimakasih atas penghargaan yang setulus-tulusnya dari segala waktu, bimbingan, serta dukungan yang telah diberikan sepanjang proses penyusunan karya ini. Semoga tulisan ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pembaca di masa mendatang. Aamiin.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zakia Hasna Azizah
NIM : 2105036141
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Jepara)

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis atau diterbitkan pihak manapun. Dengan demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran orang lain, kecuali informasi bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 18 April 2025

Dekraktor



Zakia Hasna Azizah

NIM. 2105036141

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	`ain	`	Koma terbalik (didas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em

ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

B. Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	a	A
اِ	Kasrah	i	I
اُ	Dammah	u	U

C. Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ايَ.....	Fathah dan ya	ai	a dan i
اِو.....	Fathah dan wau	au	a dan u

D. Vokal Panjang atau Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ... اَ... اَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis diatas
اِ... اِ... اِ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis diatas
اُ... اُ... اُ...	dhammah dan wau	ū	u dan garis diatas

E. Ta' Marbutah

Ta' marbutah jika diberi harakat fathah, kasrah, atau dammah dituliskan sebagai huruf "t" yang dikenal dengan sebutan ta' marbutah hidup. Sementara itu jika ta' marbutah diberi harakat sukun, maka dituliskan sebagai huruf "h" yang disebut sebagai ta' marbutah mati.

F. Syaddah atau Tasydid

Syaddah ataupun tasydid dalam penulisan huruf Arab dilambangkan melalui tanda khusus, ditransliterasikan menggunakan huruf yang sama seperti huruf yang diberi tanda syaddah tersebut.

G. Kata Sandang

Dalam aturan penulisan Arab, kata sandang ditandai melalui huruf "Al". Pada transliterasi, kata sandang ini dibedakan menjadi dua jenis:

1. Kata sandang yang dilanjutkan dengan huruf syamsiyah

Jika setelahnya huruf syamsiyah, kata sandang ditransliterasikan selaras dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diubah dengan huruf pertama dari kata yang mengikutinya.

2. Kata sandang yang diikuti dengan huruf qamariyah

Jika setelahnya huruf qamariyah, kata sandang ditransliterasikan sesuai kaidah yang telah dijelaskan sebelumnya, dan tetap mencerminkan bunyinya.

H. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan tanda apostrof, hanya saat hamzah tersebut terdapat di tengah atau di akhir kata. Sedangkan hamzah yang berada di awal kata tidak ditulis sebagai apostrof karena dalam tulisan Arab ditampilkan sebagai huruf alif.

I. Penulisan Kata

Secara umum setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis secara terpisah. Namun, terdapat beberapa kata tertentu yang dalam tulisan Arab memang lazim dirangkaikan dengan kata lain sebab adanya penghilangan huruf /harakat. Oleh karena itu, dalam penulisan, kata-kata tersebut juga dirangkaikan melalui kata yang diikutinya.

J. Huruf Kapital

Huruf kapital tidak dikenal dalam sistem penulisan Arab, namun dalam transliterasi tetap digunakan huruf kapital sesuai dengan kaidah EYD. Huruf kapital digunakan, misalnya, pada huruf pertama nama diri dan pada awal kalimat. Apabila nama diri diawali dengan kata sandang, huruf kapital tetap digunakan pada huruf pertama nama dirinya, bukan pada kata sandangnya.

Penerapan huruf kapital pada kata "Allah" hanya digunakan jika dalam penulisan Arabnya kata tersebut ditulis lengkap. Namun, jika kata "Allah" digabungkan dengan kata lainnya sehingga ada huruf ataupun harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak berfungsi.

K. Tajwid

Keinginan memperoleh kefasihan dalam suatu bacaan menjadikan pedoman transliterasi ini tidak dapat dipisahkan dari Ilmu Tajwid. Maka dari itu, penetapan pedoman transliterasi sebaiknya dilengkapi pula dengan panduan tajwid.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* terhadap minat menabung pada bank syariah, dengan studi kasus pada pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dari total populasi 81.909 pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Jepara. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda melalui bantuan perangkat lunak SPSS versi 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income*, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini dibuktikan dari nilai *t* hitung masing-masing variabel yang lebih besar dari *t* tabel (1,984), yaitu 4,283 untuk *sharia financial literacy*, 2,455 untuk *product knowledge*, dan 3,274 untuk *disposable income*. Selain itu, hasil uji simultan (uji *F*) menunjukkan bahwa nilai *F* hitung sebesar 45,812 lebih besar dari *F* tabel sebesar 2,70, yang berarti seluruh variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan. Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,576 menunjukkan bahwa 57,6% variabel minat menabung dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut.

Kata Kunci: *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, *Disposable Income*, Minat Menabung, UMKM

ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of sharia financial literacy, product knowledge, and disposable income on the intention to save in Islamic banks, with a case study of MSME actors in Jepara Regency. The research uses a quantitative approach with purposive sampling as the sampling method. The sample consists of 100 respondents selected from a total population of 81,909 MSME actors in Jepara Regency. Data analysis was conducted using multiple linear regression tests with the assistance of SPSS version 21. The results of the study indicate that the three independent variables sharia financial literacy, product knowledge, and disposable income—have a positive and significant influence on the intention to save. This is evidenced by the *t*-count values of each variable, which are greater than the *t*-table value (1.984), namely 4.283 for sharia financial literacy, 2.455 for product knowledge, and 3.274 for disposable income. In addition, the simultaneous test (*F*-test) shows that the *F*-count value of 45.812 is greater than the *F*-table value of 2.70, indicating that all variables collectively have a significant effect. The Adjusted R^2 value of 0.576 indicates that 57.6% of the variation in saving intention can be explained by these three variables.*

Keywords: *Sharia Financial Literacy, Product Knowledge, Disposable Income, Saving Interest, MSMEs*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan menyebut nama Allah SWT, Dzat Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang peneliti mengungkapkan rasa syukur yang mendalam atas segala rahmat, berkah, serta kemudahan yang telah diberikan hingga proses penulisan skripsi ini dapat diselesaikan secara baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan umat Islam, yang syafaatnya selalu kita harapkan di hari akhir. Peneliti juga menyampaikan rasa syukur dan kebahagiaan yang mendalam karena dengan semangat dan usaha, skripsi yang berjudul “Pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara)” ini dapat diselesaikan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Tersusunnya skripsi ini tentu tidak lepas dari peran serta, dukungan moril maupun materiil, serta doa dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengungkapkan apresiasi dan rasa terima kasih sangat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Efendi, S.E., M.Sc. selaku Kepala Prodi S1 Perbankan Syariah dan Ibu Mardhiyaturrositaningsih, M.E. selaku Sekretaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Ana Zahrotun Nihayah, M.A. selaku Dosen Wali yang senantiasa membimbing, mengarahkan, serta memberi dukungan kepada peneliti selama masa perkuliahan di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Tri Widyastuti Ningsih, M.Ak. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, ketelatenan, serta semangat yang tak pernah padam selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen, pegawai, serta seluruh sivitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah berbagi

ilmu, pengalaman berharga, serta memberikan dukungan selama masa studi penulis, disampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tulus.

7. Bapak Suparno dan Ibu Diana Hapsari, orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, nasihat, serta segala bentuk dukungan terbaik yang menjadi kekuatan utama bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang sudah memberikan dukungan, doa, serta bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini.

Atas segala bentuk dukungan, kebaikan, dan bantuan yang sudah diberikan, peneliti menyadari bahwa tidak akan mampu membalasnya satu per satu. Oleh karena itu, peneliti hanya dapat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, sembari memohon agar Allah SWT membalas segala kebaikan tersebut dengan keberkahan dan nikmat yang tiada hentinya. Aamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ilmiah ini masih memiliki sejumlah kekurangan, baik dalam hal substansi, kebahasaan, maupun aspek teknis penulisan. Oleh karena itu, segala bentuk masukan dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga tulisan ini mampu memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi kontribusi positif bagi peneliti sendiri maupun bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 8 April 2025

Peneliti

Zakia Hasna Azizah

NIM. 2105036141

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kerangka Teori.....	10
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	10
2.1.2 Minat Menabung	11
2.1.3 <i>Sharia Financial Literacy</i>	15
2.1.4 <i>Product Knowledge</i>	19
2.1.5 <i>Disposable Income</i>	24
2.1.6 UMKM	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Berpikir.....	36
2.4 Hipotesis.....	37

2.4.1	Pengaruh <i>Sharia Financial Literacy</i> Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah ...	37
2.4.2	Pengaruh <i>Product Knowledge</i> Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah	38
2.4.3	Pengaruh <i>Disposable Income</i> Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah	39
2.4.4	Pengaruh <i>Sharia Financial Literacy, Product Knowledge, dan Disposable Income</i> Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.1.1	Jenis Penelitian	41
3.1.2	Sumber Data.....	41
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.2.1	Populasi	42
3.2.2	Sampel	42
3.3	Metode Pengumpulan Data	43
3.3.1	Kuesioner	44
3.4	Skala Pengukuran	44
3.5	Variabel Penelitian dan Pengukuran Data	45
3.6	Instrumen Penelitian	47
3.6.1	Uji Validitas	47
3.6.2	Uji Reliabilitas	48
3.7	Teknis Analisis Data.....	48
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	48
3.7.2	Uji Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1	Gambaran Umum UMKM Kabupaten Jepara.....	52
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	54
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2	Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3	Berdasarkan Tingkat Pendidikan	55
4.2.4	Berdasarkan Pendapatan.....	56
4.2.5	Berdasarkan Skala Usaha.....	56
4.3	Hasil Analisis Uji Data	57
4.3.1	Uji Validitas	57

4.3.2	Uji Reliabilitas	58
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	59
4.3.4	Uji Hipotesis.....	62
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.4.1	Pengaruh <i>Sharia Financial Literacy</i> Terhadap Minat Menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara	66
4.4.2	Pengaruh <i>Product Knowledge</i> Terhadap Minat Menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara	68
4.4.3	Pengaruh <i>Disposable Income</i> Terhadap Minat Menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara	70
4.4.4	Pengaruh <i>Sharia Financial Literacy, Product Knowledge, dan Disposable Income</i> Terhadap Minat Menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara	72
BAB V PENUTUP.....		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....		76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Rekening DPK Bank Syariah	1
Tabel 1. 2 Jumlah UMKM	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Nilai Skala Likert	45
Tabel 3. 2 Variabel Penelitian dan Pengukuran Data.....	45
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4. 2 Usia Responden	54
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Responden.....	55
Tabel 4. 4 Pendapatan Responden.....	56
Tabel 4. 5 Skala Usaha Responden.....	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji T (Parsial)	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Statistik F (Simultan)	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Total Pemilik Tabungan Bank Syariah.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 2: Data Responden	89
Lampiran 3: Tabulasi Data.....	95
Lampiran 4: Output Data SPSS.....	105
Lampiran 5: Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	112

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar keuangan berbasis syariah di Indonesia telah berkembang pesat di beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini tercermin dari meningkatnya jumlah institusi keuangan yang beroperasi sesuai prinsip syariah seperti bank syariah, perusahaan asuransi syariah, reksa dana syariah, serta berbagai lembaga keuangan syariah lainnya. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat dan memberikan dampak besar bagi perekonomian masyarakat adalah industri perbankan syariah. Sektor ini berkontribusi pada transformasi ekonomi melalui kegiatan yang produktif, bernilai tambah, dan inklusif. Oleh karena itu, industri perbankan syariah perlu terus memperkuat dirinya untuk meningkatkan peran dalam mengembangkan perekonomian Indonesia. Industri ini harus menjadi lebih kuat, memiliki pangsa pasar yang besar, dan menjadi pilihan utama masyarakat¹. Perkembangan industri keuangan syariah ditandai dengan meningkatnya jumlah rekening Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah.

Tabel 1. 1
Jumlah Rekening DPK Bank Syariah

Jumlah Rekening Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah		
Tipe / Type	2023	2024
	Agustus	Agustus
Dana Pihak Ketiga / Third Party Fund		
1. Dana Simpanan Wadiah / Demand Deposits Wadia	315,811	376,082
a. Giro / Demand Deposits Wadia	32,702,352	35,840,213
b. Tabungan / iB Saving Deposits Wadia		
2. Dana Investasi Non Profit Sharing / Non Profit Sharing Investment Fund	177,939	195,262
a. Giro / Demand Deposits	21,300,374	22,754,669
b. Tabungan / Saving Deposits		
c. Deposito / Time Deposits	456,290	457,773

Sumber: Statistik Perbankan Syariah periode Agustus 2024 (diakses Desember 2024)

Berdasarkan Tabel 1.1, Jumlah Rekening Dana Pihak Ketiga pada bank syariah mengalami peningkatan yang mencakup kategori dana simpanan wadiah dan dana investasi non-

¹ Hani Werdi Apriyanti, "Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan," *Maksimum Media Akuntansi* 8, no. 1 (2017): 17.

profit sharing. Pada kategori dana simpanan wadiah, jumlah rekening giro meningkat dari 315.811 pada tahun 2023 menjadi 376.082 pada tahun 2024, sementara rekening tabungan naik dari 32.702.352 menjadi 35.840.213. Pada kategori dana investasi, jumlah rekening giro bertambah dari 177.939 menjadi 195.262, rekening tabungan dari 21.300.374 menjadi 22.754.669, dan rekening deposito dari 456.290 menjadi 457.773². Secara keseluruhan produk tabungan menunjukkan jumlah rekening tertinggi dibandingkan produk lainnya, yang mengindikasikan bahwa rekening tabungan merupakan pilihan yang paling diminati oleh masyarakat dalam menabung di bank syariah.

Upaya menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah UMKM merupakan salah satu target yang strategis. Hal ini disebabkan oleh peran UMKM yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan perbankan syariah, mengingat pelaku UMKM kerap memanfaatkan berbagai produk dan layanan perbankan untuk mendukung operasional usaha mereka³. Data dari Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan bahwa pada tahun 2024 terdapat lebih dari 340.000 nasabah UMKM yang terintegrasi dalam ekosistem layanan perbankan syariah⁴, dan jumlah tersebut meningkat menjadi lebih dari 360.000 orang pada tahun 2025⁵. Jumlah ini mencerminkan potensi besar yang dimiliki segmen UMKM dalam mendorong pertumbuhan dana pihak ketiga, khususnya melalui produk tabungan yang tercatat sebagai jenis rekening dengan jumlah terbanyak dibandingkan produk simpanan lainnya.

Tabel 1. 2
Jumlah UMKM

No	Skala Usaha	Total Unit Usaha
1.	Skala Usaha Mikro	77.683
2.	Skala Usaha Kecil	3.979
3.	Skala Usaha Menengah	247
JUMLAH		81.909

Sumber: Portal Data Jawa Tengah, 2024 (diakses Oktober 2024)

² Otoritas Jasa Keuangan, “Statistik Perbankan Syariah,” 2024, 56.

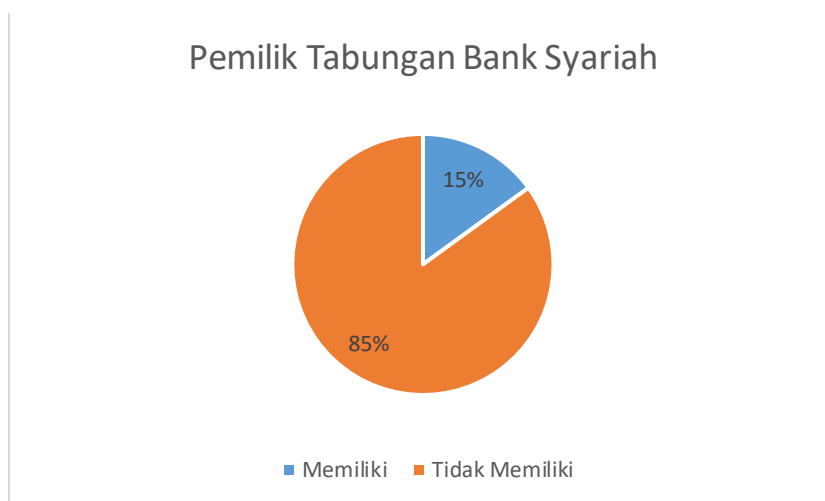
³ Muhammad Kurniawan and Eka Septiana, “Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah),” *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2020): 58.

⁴ Selvi Mayasari, “Penyaluran Pembiayaan Perbankan Syariah Ke Sektor UMKM Tumbuh Positif,” Kontan.co.id, 2024, <https://keuangan.kontan.co.id/news/penyaluran-pembiayaan-perbankan-syariah-ke-sektor-umkm-tumbuh-positif>.

⁵ Bank Syariah Indonesia, “Segmen Usaha Tetap Menggeliat, Pembiayaan SME BSI Naik Dobel Digit,” BEWIZE by BSI, 2025, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/segmen-usaha-tetap-menggeliat-pembiayaan-sme-bsi-naik-dobel-digit>.

Berdasarkan Tabel 1.2 tercatat bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Jepara hingga 11 September 2024 mencapai 81.909 unit yang mencakup usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah⁶. Kabupaten Jepara memiliki jumlah UMKM yang lebih banyak dibandingkan dengan kabupaten sekitarnya, seperti Kudus, Pati, dan Demak. Pada tahun 2024, terdapat 81.909 UMKM di Jepara, yang berhasil menyerap tenaga kerja hingga 215.371 orang⁷. Dengan jumlah tersebut memberikan peluang yang tinggi untuk memperkenalkan produk bank syariah seperti produk tabungan pada pelaku UMKM dan jika seluruh pelaku UMKM memilih untuk menabung di bank syariah maka dapat meningkatkan perkembangan bank syariah.

Gambar 1. 1
Total Pemilik Tabungan Bank Syariah



Sumber: Data Diolah Penulis, Oktober 2024

Berdasarkan hasil observasi peneliti selama proses pengumpulan data di lapangan, sebagian besar pelaku UMKM di Kabupaten Jepara menjalankan usaha dalam skala mikro hingga skala kecil. Dari 20 pelaku UMKM yang menjadi responden, hanya tiga orang yang memiliki tabungan di bank syariah, dan 17 orang lainnya belum memiliki rekening tabungan di bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa bank syariah belum menjadi pilihan utama dalam pengelolaan keuangan mereka⁸.

Tantangan yang kerap dihadapi oleh bank syariah yaitu bagaimana cara meningkatkan daya tarik serta menyusun strategi yang efektif agar produk-produk yang ditawarkan dapat

⁶ Portal Data Jawa Tengah, “Jumlah UMKM Kabupaten Jepara 2024,” 2024, <https://data.jatengprov.go.id/dataset/tahun-2023jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-dan-usaha-besar-menurut-sektor-ekonomi>.

⁷ Portal Data Jawa Tengah, “Jumlah UMKM Jawa Tengah 2024,” data.jatengprov.go.id, 2024, <https://data.jatengprov.go.id/id/dataset>.

⁸ Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM, “Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM,” 2024.

menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi di perbankan syariah, terutama dalam hal penghimpunan dana (*funding*) seperti kegiatan menabung. Sebelum memutuskan untuk menabung di bank, seseorang umumnya akan mempertimbangkan terlebih dahulu tujuan serta manfaat dari kegiatan menabung tersebut. Setelah itu, individu akan mulai mencari informasi mengenai bank yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya. Proses ini dilanjutkan dengan mengevaluasi berbagai jenis produk tabungan yang tersedia, hingga akhirnya memilih dan menggunakan produk tabungan yang dianggap paling tepat. Dengan demikian, keputusan untuk menabung tidak hanya memerlukan perencanaan yang matang, tetapi juga didasari oleh adanya kemauan atau niat dari individu tersebut⁹.

Salah satu aspek yang berpengaruh terhadap minat seseorang dalam menabung adalah *sharia financial literacy* (literasi keuangan syariah). Literasi keuangan mencakup serangkaian proses atau kegiatan yang mempunyai tujuan dalam meningkatkan pemahaman, kepercayaan, serta keterampilan individu dalam mengelola keuangan secara lebih efektif. Selain membantu individu memahami aspek keuangan dengan lebih baik, literasi keuangan juga berperan dalam mendorong peningkatan penggunaan bermacam produk serta layanan jasa keuangan di masyarakat¹⁰.

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024, indeks literasi keuangan syariah sebesar 39,11%. Jika ditinjau lebih lanjut berdasarkan jenis pekerjaan, pada kategori pengusaha menunjukkan indeks literasi keuangan syariah lebih besar yaitu 51,16%¹¹. Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti dan Ansori juga memberikan hasil bahwa tingkat literasi keuangan syariah masyarakat UMKM Mebel Jepara memiliki indeks sebesar 71,99%¹². Hasil observasi terhadap pelaku UMKM yang terdiri dari tiga UMKM mebel menunjukkan bahwa sebagian besar, yakni 15 dari 17 orang memiliki pemahaman keuangan syariah yang baik. Temuan ini mencerminkan tingkat literasi keuangan syariah yang cukup tinggi di kalangan pelaku UMKM Jepara, yang berpotensi mendorong kebiasaan menabung, meskipun pemanfaatan layanan bank syariah masih tergolong rendah.

⁹ Muhammad Kurniawan and Eka Septiana, "Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)," *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (October 16, 2020): 56.

¹⁰ Khoirun Nisa Az-Zahra, Isnri Andriana, and Kemas M. Husni Thamrin, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Syariah : Studi Pada Mahasiswa S1 FE Universitas Sriwijaya," *Al-Kharaj :Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 4 (2022): 1803.

¹¹ Otoritas Jasa Keuangan and Badan Pusat Statistik, "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK)," 2024.

¹² Erna Wijayanti and Miswan Ansori, "Analisis Pemahaman Literasi Keuangan Masyarakat UMKM Mebel Terhadap Kinerja Perbankan Syariah," *YUME : Journal of Management* 7, no. 3 (2024): 544.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Ramadhani dan Puteri¹³ menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Akan tetapi, berbeda dengan temuan tersebut, riset penelitian yang dilaksanakan oleh Suprianti dan Wahyuni¹⁴ mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat seseorang untuk menjadi nasabah bank syariah.

Salah satu aspek yang memengaruhi keputusan dalam memilih bank syariah adalah pemahaman terhadap produk perbankan yang ditawarkan. *Product knowledge* (pengetahuan produk) adalah informasi terkait produk yang ditawarkan, mencakup merek, kualitas, perbedaan dan keunggulan dibandingkan produk lain, serta manfaat dan kegunaan produk tersebut bagi konsumen¹⁵. Semakin luas pemahaman individu tentang konsep dan manfaat bank syariah, semakin besar kecenderungan mereka untuk menjadi nasabah. Namun minimnya sosialisasi kepada masyarakat atau nasabah dalam memperkenalkan produk bank syariah khususnya produk tabungan, akan menyebabkan kurangnya pemahaman masyarakat atau nasabah tentang produk-produk tabungan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan kerjasama dari berbagai pihak untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat atau nasabah mengenai produk tabungan perbankan syariah¹⁶.

Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jepara meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produknya melalui peran *customer service* yang aktif menawarkan produk secara langsung disertai pemberian brosur, serta pendekatan emosional (*peace to peace*) kepada nasabah¹⁷. Hasil observasi pada Pelaku UMKM yang mencakup tiga pelaku UMKM mebel terdapat 12 dari 17 orang memiliki pengetahuan yang cukup mengenai produk bank syariah¹⁸. Dengan memiliki pengetahuan yang luas akan produk tabungan bank syariah, hal ini mampu mendorong Pelaku UMKM untuk meningkatkan minat menabung di bank syariah meskipun ada sebagian yang belum memiliki pengetahuan tersebut.

¹³ Latifa Ramadhani and Hesi Eka Puteri, "Pengaruh Financial Literacy Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah," *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (2023): 91–113.

¹⁴ Emi Suprianti and Ajeng Wahyuni, "Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Alumni Pesantren Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah," *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2023): 10–20.

¹⁵ Ida Nurlaeli, "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas," *Islamadina* 18, no. 2 (2017): 84.

¹⁶ Mahgalena, Wahab, and Choirul Huda, "Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 3, no. 1 (2021): 48.

¹⁷ Nita Olivia Septiani, "Analisis Pemahaman Masyarakat UMKM Meubel Terhadap Program Kredit Usaha Rakyat Di Bank Syariah Indonesia Kcp Jepara Pemuda 1," *Sharef1*, no. 1 (2023): 38–39.

¹⁸ Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM, "Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM."

Penelitian yang dilakukan oleh Novian dkk.¹⁹ terungkap bahwa pemahaman terhadap produk perbankan (*Product Knowledge*) memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariah. Namun temuan berbeda disampaikan melalui penelitian yang dilaksanakan oleh Faridah, Hakim, dan Sudarwanto²⁰ menyatakan pengetahuan produk tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Disposable Income menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah, pendapatan siap pakai (*disposable income*) berperan penting dalam menentukan kemampuan seseorang untuk menyisihkan dana sebagai tabungan. Konsep ini sejalan dengan rumus fungsi tabungan, yang menyatakan bahwa tabungan merupakan selisih antara pendapatan dan konsumsi. *Disposable income* merupakan sisa gaji setelah dipotong pajak dan kewajiban lainnya. Uang ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, ditabung, atau diinvestasikan. Besarnya *disposable income* memengaruhi keputusan pembelian produk seseorang dan jumlah dana yang disimpan di bank syariah. Sisa pendapatan setelah konsumsi yang masih dapat ditabung, menunjukkan bahwa tabungan konsumen bergantung pada pendapatan dan pola konsumsinya. Faktor utama yang sangat berpengaruh dalam menetapkan jumlah pengeluaran konsumsi yaitu *disposable income*.²¹

Hasil penelitian Hariati dan Rochmawati²² mengungkapkan jika tingkat *disposable income* seseorang tinggi, maka minat menabung juga akan semakin tinggi di bank syariah. Adapun kenaikan omset UMKM di Kabupaten Jepara dengan jumlah omset mencapai 4,399 (Rp triliun) di tahun 2023 sedangkan tahun sebelumnya mencapai 4,380 (Rp triliun)²³. Sementara itu, hasil observasi pada Pelaku UMKM menunjukkan 12 dari 17 orang memiliki *disposable income* (pendapatan siap pakai) yang cukup untuk menabung di bank²⁴. Hal ini mengindikasikan bahwa pendapatan UMKM di Jepara mengalami peningkatan yang signifikan serta banyaknya pelaku UMKM yang mampu menyisihkan pendapatannya untuk ditabung, namun jumlah individu yang memiliki rekening tabungan di bank syariah masih relatif sedikit.

¹⁹ Hendra Novian et al., “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (2023): 4082–91.

²⁰ Nur Lita Faridah, Lukman Hakim, and Tri Sudarwanto, “Pengaruh Pembelajaran Insert Ekonomi Syaiah, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2021): 98–113.

²¹ Nadi Harvita Rahayu and Luqman Hakim, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Inklusi Keuangan Syariah, Lingkungan Sosial, Dan Disposable Income Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 8 (2024): 5436.

²² Fanny Putri Hariati and Rochmawati, “Pengaruh Bagi Hasil, Disposable Income, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syari’ah,” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 10, no. 3 (2022): 332–37.

²³ Portal Data Jawa Tengah, “Jumlah UMKM Kabupaten Jepara 2024.”

²⁴ Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM, “Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM.”

Penelitian yang dilakukan oleh Khofifah, dkk.²⁵ memberikan hasil bahwa *disposable income* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Septiana²⁶ memberikan hasil yang berbeda, yakni *disposable income* tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada Pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil observasi meskipun pelaku UMKM menunjukkan tingkat pemahaman yang tinggi terhadap *sharia financial literacy*, *product knowledge*, serta memiliki *disposable income* yang memadai, minat untuk menabung di bank syariah masih tergolong rendah. Dari 17 pelaku UMKM yang diamati, hanya dua orang yang memiliki minat untuk menabung di bank syariah, sementara 10 orang tidak memiliki minat, dan lima orang lainnya masih berada dalam kondisi ragu-ragu²⁷. Temuan ini mengindikasikan adanya potensi kesenjangan antara kesiapan finansial dan preferensi terhadap penggunaan produk perbankan syariah, oleh karena itu perlu dilakukannya penelitian pada temuan kesenjangan tersebut agar memberikan hasil yang relevan khususnya dalam konteks minat menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara.

Penelitian ini mengacu pada studi sebelumnya yang dilaksanakan oleh Zihanuddin, Kamaliah, dan Sakdiah²⁸ dan dijadikan sebagai acuan utama. Meski demikian, terdapat beberapa perbedaan mendasar antara penelitian mereka dan penelitian ini. Pertama, dalam hal lokasi penelitian, penelitian ini berfokus secara khusus pada pelaku UMKM di Kabupaten Jepara, sehingga hasil penelitian diharapkan lebih relevan dengan karakteristik UMKM di wilayah tersebut. Kedua, penelitian ini menambahkan beberapa variabel yang relevan yaitu *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income*, yang belum banyak diteliti dalam kombinasi yang sama di kalangan UMKM, terkhusus pada pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Ketiga, pengambilan sampel dalam penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya, yakni pada pelaku UMKM yang belum terdaftar sebagai nasabah di bank syariah. Pemilihan sampel penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa jumlah pelaku UMKM di wilayah tersebut yang masih belum membuka rekening di bank syariah lebih banyak dibandingkan dengan mereka yang

²⁵ Nisa Nurramdhiani Khofifah et al., "The Effect of Religiosity and Disposable Income on Interest in Saving Purwakarta Community in Islamic Banks," *Suhuf* 35, no. 2 (2023): 1–10.

²⁶ Muhammad Kurniawan and Eka Septiana, "Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)," *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2020): 55–67.

²⁷ Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM, "Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM."

²⁸ Muhammad Zihanuddin, Kamaliah, and Khairani Sakdiah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Studi Kasus Pada UMKM Kelurahan Tanjung Pura Langkat," *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 3, no. 3 (2024): 1–15.

sudah menjadi nasabah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menggali lebih dalam mengenai potensi minat bagi Pelaku UMKM dalam memilih layanan perbankan syariah, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif bagi pengembangan industri perbankan syariah yang relevan bagi segmen ini.

Berdasarkan berbagai penjelasan sebelumnya serta terdapat kesenjangan penelitian yang ditemukan, baik dalam bentuk inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, kumpulan data, maupun hasil observasi yang telah dilakukan, peneliti mempunyai minat untuk melaksanakan penelitian dengan topik: **“Pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, Dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Sharia Financial Literacy* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pada Bank Syariah?
2. Apakah *Product Knowledge* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pada Bank Syariah?
3. Apakah *Disposable Income* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pada Bank Syariah? Apakah *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan *Disposable Income* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pada Bank Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Sharia Financial Literacy* terhadap minat menabung pada Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Product Knowledge* terhadap minat menabung pada Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Disposable Income* terhadap minat menabung pada Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan *Disposable Income* terhadap minat menabung pada Bank Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi wawasan tambahan mengenai minat pelaku UMKM untuk menabung pada bank syariah serta dapat menjadi acuan serta tambahan referensi untuk peneliti di masa mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan begitupun pengalaman baru bagi peneliti dalam mengaplikasikan materi yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta memperluas pemahaman terkait topik yang diteliti.

b. Bagi Akademik

Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi serta acuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang berkaitan.

c. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan tolak ukur dalam upaya menambah jumlah nasabah di bank syariah, serta memberikan strategi baru untuk bank syariah dalam menarik minat nasabah terutama pada para pelaku UMKM.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan sebuah teori yang disusun untuk memprediksi serta menguraikan perilaku manusia dalam situasi tertentu. *Theory of Planned Behavior* (TPB) yaitu evolusi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dirancang untuk mengatasi keterbatasan model aslinya dalam menangani perilaku yang tidak sepenuhnya berada di bawah kendali individu. Mirip dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA), elemen utama dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) ialah niat individu dalam melakukan suatu perilaku tertentu. Niat ini dianggap mencerminkan faktor-faktor motivasi yang mampu mempengaruhi tindakan, menunjukkan seberapa besar keinginan seseorang untuk berusaha dan sejauh mana mereka merencanakan usaha itu untuk melakukan tindakan tersebut. Sebagai aturan umum, semakin kuat niat untuk melakukan suatu perilaku, semakin besar kemungkinan perilaku itu akan terwujud. Namun, penting untuk dicatat bahwa niat perilaku dapat diwujudkan dalam tindakan hanya jika tindakan tersebut berada di bawah kendali kehendak.²⁹

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku manusia dipengaruhi dari tiga kategori utama pertimbangan. Pertama, keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu tindakan (keyakinan perilaku), yang akan membentuk sikap positif atau negatif terhadap tindakan tersebut. Kedua, keyakinan mengenai ekspektasi sosial atau norma yang berasal dari pandangan orang lain (keyakinan normatif), yang memunculkan tekanan sosial atau norma subjektif. Ketiga, keyakinan mengenai faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambat pelaksanaan tindakan (keyakinan kontrol), yang menciptakan persepsi individu terhadap seberapa besar mereka merasa mampu mengendalikan tindakan itu, yang disebut sebagai kontrol perilaku yang dirasakan atau efikasi diri. Efek dari sikap dan norma subjektif terhadap niat untuk bertindak juga dipengaruhi dari persepsi kontrol perilaku. Pada umumnya semakin baik sikap seseorang terhadap suatu tindakan, semakin kuat norma sosial yang mendukungnya, serta semakin besar persepsi kontrol yang dirasakan, maka semakin kuat niat seseorang untuk melaksanakan perilaku tersebut. Pada akhirnya, dengan adanya tingkat kontrol aktual yang cukup, individu diharapkan akan mampu merealisasikan niatnya saat kesempatan muncul. Dalam teori ini, niat dianggap sebagai penentu utama perilaku, dan sejauh mana kontrol

²⁹ Icek Ajzen, "Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50 (1991): 181.

perilaku yang dirasakan sesuai dengan kontrol aktual, hal ini dapat berfungsi sebagai indikator yang kuat dalam memprediksi perilaku yang akan dilakukan³⁰.

Secara lebih spesifik, *Theory of Planned Behavior* (TPB) mengungkapkan bahwa perilaku seseorang pada akhirnya ditentukan dari niat mereka. Niat ini dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap perilaku (apakah mereka melihatnya sebagai hal yang positif atau negatif), tekanan sosial atau norma dari lingkungan sekitar, dan persepsi mereka tentang sejauh mana mereka mampu melakukan tindakan tersebut. Penelitian ini menerapkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) karena teori ini relevan dengan variabel penelitian. Dalam konteks perilaku konsumen, ketertarikan seseorang dalam menyimpan dana di bank syariah dipengaruhi oleh kombinasi dari beberapa faktor diatas, seperti keyakinan perilaku yang berupa sikap positif seseorang terhadap menabung di bank syariah karena memiliki *sharia financial literacy* dan *product knowledge* yang baik. Serta faktor keyakinan kontrol, dimana semakin besar *disposable income* yang diperoleh seseorang maka akan semakin besar juga kontrol seseorang dalam menabung di bank syariah.

2.1.2 Minat Menabung

1. Pengertian Minat Menabung

Minat adalah dorongan keinginan yang timbul secara alami dalam diri individu atau kelompok tanpa munculnya tekanan ataupun paksaan dari pihak luar untuk mencapai suatu tujuan. Ketertarikan terhadap suatu hal atau aktivitas yang timbul secara spontan tanpa intervensi atau arahan orang lain juga disebut sebagai minat. Minat ini dapat diwujudkan dengan mengarahkan kemampuan dan potensi individu ke arah yang sesuai dengan bidang yang mereka respons secara positif. Minat sering kali muncul ketika seseorang memiliki ketertarikan atau preferensi terhadap sesuatu, baik itu yang dapat diakses melalui pancaindera, seperti benda fisik, atau melalui pikiran, seperti gagasan atau konsep abstrak. Dengan kata lain, minat berkembang dari kemampuan individu untuk memilih dan melihat nilai dalam hal-hal tertentu yang sesuai dengan pandangan atau persepsi mereka, yang pada akhirnya memotivasi mereka untuk terlibat dalam aktivitas atau mengejar tujuan terkait³¹.

³⁰ Michael Bosnjak, Icek Ajzen, and Peter Schmidt, "The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications," *Europe's Journal of Psychology* 16, no. 3 (2020): 353.

³¹ Putri Suwandari, Erika Takidah, and Ati Sumiati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Tahun 2020)," *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 3, no. 5 (2024): 198.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), menabung diartikan sebagai kegiatan menyimpan uang, baik di celengan, layanan pos, perbankan maupun tempat lainnya. Kebiasaan menabung merupakan perilaku yang membawa dampak positif, karena individu yang terbiasa menabung akan mampu mengelola keuangannya dengan lebih baik serta merencanakan kebutuhan masa depannya secara lebih teratur. Dalam konteks yang lebih luas, kegemaran menabung pada tingkat nasional dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian negara. Ketika masyarakat memiliki kebiasaan menabung, mereka tidak hanya membangun kestabilan keuangan pribadi, tetapi juga membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan investasi dan ketersediaan modal³².

Minat menabung ialah suatu aktivitas yang mendorong individu atau kelompok masyarakat dalam menentukan pilihan untuk menabung berdasarkan kehendak ataupun keinginan yang tinggi, tanpa munculnya pemaksaan dari pihak lain. Meskipun keputusan ini lahir dari keinginan pribadi, dorongan dari berbagai sumber sering kali menjadi pemicu awal timbulnya minat menabung. Stimulus ini dapat datang dari lembaga keuangan yang mempromosikan produk-produk tabungan, atau bisa juga berasal dari pengaruh lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, atau komunitas. Dengan adanya rangsangan tersebut, individu biasanya akan mempertimbangkannya sesuai dengan kepribadian dan karakter mereka masing-masing. Proses ini melibatkan pemikiran yang matang sebelum seseorang memiliki keputusan untuk menabung di lembaga keuangan yang dianggap paling sesuai dengan keperluan dan preferensinya. Ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menabung bukan hanya sekadar tindakan ekonomi, tetapi juga merupakan hasil dari pertimbangan psikologis dan sosial yang dipengaruhi oleh lingkungan serta informasi yang diterima³³.

Menabung adalah suatu tindakan yang dilakukan sebagai persiapan untuk perencanaan masa depan serta mengantisipasi kejadian yang tidak diinginkan. Dalam ajaran Islam, Allah SWT secara tersirat telah mengarahkan umat Muslim untuk

³² Wahyu Endah Christiani Putri and Ani Apriani, "Edukasi Pengelolaan Keuangan Dan Pentingnya Menabung Sejak Dini," *Ekonomi Kreatif Dan Kewirausahaan*, 2022, 2.

³³ Nurudin, Johan Arifin, and Anang Ma'ruf, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi," *EL MUDHORIB : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2021): 9.

mempersiapkan masa depan dengan lebih baik. Hal ini juga ditegaskan dalam firman-Nya yang terdapat dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 266.

أَيُّودُ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِنْ نَخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ³⁴ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya:

“Apakah ada salah seorang di antara kalian yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu, sedangkan dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah (ia). Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kalian supaya kalian memikirkannya.”

Kesimpulan dari tafsir ayat tersebut yang berkaitan dengan menabung dalam Islam adalah bahwa perencanaan keuangan yang baik termasuk menabung sangat penting untuk masa depan, terutama ketika seseorang sudah tidak produktif lagi dan masih memiliki tanggungan keluarga. Ayat ini mengajarkan bahwa harta yang diperoleh harus dimanfaatkan dengan baik dan digunakan untuk kebaikan dengan niat yang ikhlas. Seperti halnya infak yang dilakukan tanpa keikhlasan akan sia-sia, demikian juga dengan harta yang tidak dikelola dengan bijak, dapat lenyap begitu saja tanpa manfaat. Oleh karena itu Islam mengajarkan pentingnya menabung dan mengelola harta dengan baik sebagai bentuk ikhtiar dalam mempersiapkan kehidupan di masa depan, baik untuk diri sendiri maupun keturunan³⁴.

Berdasarkan definisi mengenai minat dan menabung yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa minat menabung yaitu kecenderungan atau dorongan seseorang untuk menyimpan uang secara sukarela. Minat ini tercermin dalam tindakan atau aktivitas yang melibatkan perencanaan keuangan, pemilihan produk atau layanan untuk menyimpan uang, serta pengambilan langkah konkret untuk melakukannya. Semua proses ini dilakukan tanpa adanya paksaan dari pihak lain, melainkan didorong oleh

³⁴ Maqdis, “Tafsir Surat Al Baqarah Ayat 266-268,” tafsiralquran.id, 2020, <https://tafsiralquran.id/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-266-268/>.

keinginan pribadi agar dapat mengatur keuangan secara lebih efektif dan mencapai tujuan finansial di masa depan.

2. Indikator Minat Menabung

Menurut Schiffman & Kanuk (2000) dalam penelitian Mahgalena, Wahab, dan Huda³⁵ indikator minat meliputi:

1. Keinginan untuk mencari informasi tentang produk

Menggambarkan hasrat seseorang untuk mengetahui lebih banyak mengenai produk tabungan yang tersedia. Keinginan ini menunjukkan adanya rasa penasaran atau ketertarikan awal terhadap produk.

2. Keinginan untuk mengetahui produk tersebut

Berfokus pada dorongan individu untuk mendalami informasi mengenai produk secara lebih terperinci. Hal ini mencakup keinginan untuk memahami fitur-fitur khusus, sistem operasional, hingga manfaat jangka panjang yang bisa diperoleh dari produk tabungan tersebut.

3. Ketertarikan untuk mencoba

Menunjukkan minat individu untuk mencoba atau memulai penggunaan produk tabungan tersebut. Ketertarikan ini biasanya muncul setelah individu merasa bahwa produk tersebut sesuai dengan kebutuhan atau memberikan nilai tambah tertentu.

4. Pertimbangan untuk membeli

Setelah memiliki minat untuk mencoba, individu mulai mempertimbangkan untuk menggunakan produk tersebut. Proses ini melibatkan analisis kebutuhan pribadi, manfaat produk, serta relevansi produk dalam memenuhi kebutuhan mereka, termasuk dalam konteks pengelolaan keuangan

5. Keinginan untuk memiliki produk

Merepresentasikan komitmen yang lebih kuat, di mana individu memiliki dorongan besar untuk memiliki produk tersebut. Pada tahap ini, individu menunjukkan kesiapan untuk mengambil langkah konkret, seperti membuka rekening tabungan atau menggunakan produk secara berkelanjutan.

³⁵ Mahgalena, Wahab, and Choirul Huda, "Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 3, no. 1 (2021): 50.

2.1.3 Sharia Financial Literacy

1. Pengertian *Financial Literacy*

Literacy berasal dari Bahasa latin ‘littera’ (huruf) yang pengertiannya mencakup sistem-sistem tulisan serta aturan-aturan yang menyertainya. Namun, *literacy* terutama berhubungan dengan Bahasa dan bagaimana Bahasa tersebut digunakan, sementara sistem tulisan merupakan elemen sekunder. Ketika membahas bahasa, tidak dapat dipisahkan dari budaya karena Bahasa merupakan bagian dari budaya itu sendiri. Oleh karena itu, definisi *literacy* harus meliputi elemen-elemen yang berkaitan dengan Bahasa, yakni konteks sosial dan budaya. Secara umum, literasi merujuk pada kemampuan seseorang dalam membaca, menulis, dan memahami teks tertulis. Namun, dengan kemajuan teknologi dan perubahan budaya informasi, pengertian literasi kini semakin luas. Saat ini, literasi tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup keterampilan dalam memahami, menafsirkan, serta menggunakan informasi dari berbagai sumber dan dalam beragam format³⁶.

Financial Literacy adalah pemahaman, keterampilan, dan kepercayaan yang memengaruhi tindakan dan perilaku seseorang dalam meningkatkan kemampuan mengambil keputusan serta mengelola keuangan dengan tujuan mencapai kemakmuran finansial bagi masyarakat³⁷. Literasi keuangan merupakan keterampilan dalam mengevaluasi serta mengambil keputusan yang tepat terkait manajemen keuangan. Literasi ini membantu seseorang meningkatkan pemahaman dalam menangani masalah keuangan, memungkinkan mereka untuk memproses informasi keuangan dan membuat keputusan yang tepat³⁸.

Literasi keuangan (*financial literacy*) adalah kemampuan, keinginan, dan rasa percaya diri dalam menggunakan pengetahuan tentang konsep dan potensi kerugian finansial dalam menentukan keputusan yang bijak. Ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan masyarakat, serta berpartisipasi dalam perekonomian. Literasi keuangan mencakup tiga aspek utama: (1) kemampuan berhitung, (2) pemahaman tentang dasar-dasar keuangan, dan (3) sikap dalam pengambilan keputusan

³⁶ Fahrina Yustiasari Liriwati et al., “Pendidikan Literasi,” ed. Syarifuddin, 1st ed. (Kalimantan Selatan: PT.Literatus Digitus Indonesia, 2024), 1–2.

³⁷ Otoritas Jasa Keuangan and Badan Pusat Statistik, “Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2024,” 2024.

³⁸ Erni Suprianti and Ajeng Wahyuni, “Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Alumni Pesantren Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah,” *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2023): 12.

keuangan. Literasi keuangan seseorang merujuk pada kemampuannya untuk menerapkan pengetahuan ini dalam kehidupan sehari-hari, yang pada akhirnya membentuk literasi keuangan itu sendiri. Orang perlu mempercayai lembaga keuangan serta produk dan layanan yang mereka tawarkan jika memiliki informasi dan keterampilan yang memadai. Selain itu, mereka juga harus memiliki rasa percaya diri, tidak hanya bergantung pada layanan keuangan semata³⁹.

2. *Sharia Financial Literacy*

Literasi keuangan (*financial literacy*) mencerminkan cara seseorang dalam mengelola aktivitas keuangannya. Salah satu masalah keuangan yang sering muncul adalah kurangnya pemahaman individu tentang literasi keuangan, sehingga sering terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan pribadi⁴⁰. *Financial literate* (literasi keuangan) yaitu kumpulan aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keyakinan, dan keahlian individu serta masyarakat dalam mengelola finansial dengan baik. Selain bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan seseorang tentang keuangan, literasi keuangan juga bertujuan untuk memperluas penggunaan produk dan layanan keuangan⁴¹.

Sharia financial literacy (literasi keuangan syariah) adalah kemampuan seseorang untuk memanfaatkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan keuangan untuk mengatur aset keuangan sejalan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Literasi keuangan syariah menggambarkan wawasan, pengetahuan, serta kemampuan individu dalam memberi keputusan serta memahami dan menerapkan konsep yang berkaitan dengan keuangan. Dalam konteks pembangunan, tujuan literasi keuangan syariah adalah agar masyarakat dapat mengubah atau memperbaiki perilaku mereka dalam mengelola keuangan, bukan hanya sekadar memahami produk serta layanan keuangan syariah saja⁴². Dengan mempunyai literasi keuangan syariah yang baik, seseorang akan lebih bijaksana dalam mengambil keputusan keuangan seperti menabung, berinvestasi, dan membelanjakan hartanya sesuai dengan kebutuhan yang mendukung keberlangsungan hidup serta

³⁹ Andi Asari et al., "Literasi Keuangan," 1st ed. (Malang: Madza Media, 2023), 3.

⁴⁰ Robin Djanuarko, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dan Perilaku Menabung Pada Masyarakat Kota Batam," *Jurnal Dimensi* 10, no. 1 (2021): 114.

⁴¹ Khoirun Nisa Az-Zahra, Isni Andriana, and Kemas M. Husni Thamrin, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Syariah : Studi Pada Mahasiswa S1 FE Universitas Sriwijaya," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 4 (2023): 1803.

⁴² Heriyati Chrisna, Hernawaty, and Noviani, "Literasi Keuangan Syariah Untuk Perkembangan UMKM," ed. Dwi Winami, 1st ed. (Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2023), 21.

kemaslahatan umat. Hal ini telah ditekankan dalam firman Allah QS. Al-Isra' ayat 26-27 yang berbunyi:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا . إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Penjelasan mengenai boros dan pemborosan dalam tafsir dua ayat tersebut berkaitan erat dengan konsep *sharia financial literacy*, terutama dalam aspek pengelolaan keuangan yang sejalan dengan prinsip Islam. Dalam Islam harta bukan sekadar milik individu semata, tetapi merupakan amanah yang harus dikelola dengan bijak dan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh Allah. Oleh karena itu penggunaan harta yang berlebihan dan tidak bermanfaat, seperti pemborosan atau menghambur-hamburkan uang untuk hal yang tidak berguna, dianggap sebagai tindakan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam⁴³.

Sharia financial literacy (literasi keuangan syariah) dapat ditingkatkan jika masyarakat memiliki keinginan untuk mempelajarinya. Jika seseorang sudah memiliki kapasitas keagamaan yang memadai, akan ada dorongan dalam dirinya untuk mempelajari ajaran Islam secara menyeluruh, termasuk dalam bidang keuangan⁴⁴. Sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Thohari dan Hakim⁴⁵ yang mengatakan bahwa literasi keuangan syariah terus meningkat ketika masyarakat mempercayakan dana mereka pada institusi serta layanan keuangan syariah. Seiring dengan perkembangan tersebut, akan

⁴³ TafsirWeb, “Surat Al-Isra Ayat 26-27,” tafsirweb.com, accessed March 18, 2025, <https://tafsirweb.com/37728-surat-al-isra-ayat-26-27.html>.

⁴⁴ Khoiriyah Ilfita and Clarashinta Canggih, “The Influence of Sharia Financial Literacy, Religiosity, And Perception of Saving Students’ Interest in Sharia Banks,” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* 3, no. 2 (2021): 113–34.

⁴⁵ Cindy Claudia Thohari and Luqman Hakim, “Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9, no. 1 (2021): 46–57.

muncul efek positif dalam pengambilan keputusan yang lebih akurat dan strategis, termasuk dalam memilih untuk menabung di bank syariah.

3. Tingkatan *Financial Literacy*

Berdasarkan survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2013, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia diklasifikasikan ke dalam empat kategori, yaitu⁴⁶:

a) *Well Literate*

Sekitar 21,84% masyarakat termasuk dalam kategori ini, yaitu individu yang memiliki pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan dalam menggunakan produk serta layanan jasa keuangan, termasuk memahami fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajibannya.

b) *Sufficient Literate*

Sebanyak 75,69% masyarakat berada pada kategori ini, yaitu mereka yang memiliki pemahaman dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk-produknya, namun belum sepenuhnya menggunakan layanan tersebut secara aktif.

c) *Less Literate*

Sebanyak 2,06% masyarakat tergolong memiliki pemahaman dasar mengenai lembaga dan produk jasa keuangan, namun pengetahuannya terbatas dan penggunaannya masih sangat minim.

d) *Not Literate*

Sebesar 0,41% masyarakat tidak memiliki pengetahuan maupun pemahaman tentang lembaga atau produk jasa keuangan, dan tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk keuangan.

4. Indikator *Sharia Financial Literacy*

Menurut Chen dan Voepo (1998), sebagaimana dijelaskan dengan Nanda, Ayumiati, dan Wahyu⁴⁷, tingkat literasi keuangan seseorang dapat diukur berdasarkan empat faktor utama yang telah diteliti sebelumnya yaitu:

1. Pengetahuan Dasar Keuangan Syariah

Yaitu mengarah pada wawasan dan pemahaman individu terkait prinsip dasar pengelolaan keuangan berbasis syariah. Pengetahuan ini membantu seseorang untuk

⁴⁶ Syamsul Dwi Maarif, "4 Tingkat Literasi Keuangan Menurut OJK Dan Indikatornya," *tirto.id*, 2023, <https://tirto.id/4-tingkat-literasi-keuangan-menurut-ojk-dan-indikatornya-gPfV>.

⁴⁷ Teuku Syifa Fadrizha Nanda, Ayumiati Ayumiati, and Rahmaton Wahyu, "Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh," *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 1, no. 2 (2019): 141.

mengambil keputusan dan menerapkan kebijakan yang selaras dengan prinsip keuangan Islam.

2. Tabungan dan Pinjaman Syariah

Tabungan adalah sebagian pendapatan yang disisihkan untuk kebutuhan mendatang atau keadaan darurat, yang mengajarkan individu untuk mengelola keuangan secara bijak. Dalam sistem keuangan syariah, tabungan menggunakan akad wadi'ah atau mudharabah, sesuai dengan prinsip syariah, dan penarikannya tunduk pada ketentuan yang disepakati bersama, tanpa menggunakan cek, bilyet giro, atau alat serupa.

Sedangkan Pinjaman merupakan penyediaan dana untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Dalam keuangan syariah, pinjaman dikenal sebagai pembiayaan, yaitu penyaluran dana oleh bank syariah kepada nasabah berdasarkan prinsip Islam, yang memerlukan wawasan dan keterampilan untuk mengelolanya dengan bijaksana.

3. Asuransi Syariah

Berdasarkan Fatwa DSN MUI Nomor 21 Tahun 2001, asuransi syariah merupakan usaha saling melindungi serta membantu antara sejumlah pihak melewati investasi yang berbentuk aset/tabarru'. Pola ini bertujuan untuk berhadapan dengan risiko tertentu melalui akad yang sejalan dengan prinsip syariah.

4. Investasi Syariah

Yaitu melibatkan kegiatan investasi dengan instrumen keuangan yang sesuai dalam ajaran Islam. Dalam Islam, investasi dianjurkan sebagai langkah untuk mempersiapkan masa depan, namun harus dilakukan dengan cara yang etis dan sejalan dengan norma ekonomi Islam yang memiliki sumber dari Al-Qur'an dan Hadis, tanpa tujuan memperkaya diri secara tidak benar.

2.1.4 *Product Knowledge*

1. *Pengertian Product Knowledge*

Pengetahuan atau *knowledge* merujuk pada kumpulan pengalaman dan informasi yang diperoleh konsumen terkait produk atau jasa. *Product knowledge* atau pengetahuan produk, didefinisikan sebagai salah satu elemen dari keseluruhan informasi yang berkaitan dengan peran konsumen dalam pasar. Pengetahuan produk ini meliputi berbagai aspek penting, seperti pemahaman tentang ciri-ciri atau karakteristik produk, dampak atau manfaat yang dihasilkan dari penggunaannya, serta tingkat kepuasan yang dapat dicapai melalui produk tersebut. Dengan memiliki pengetahuan ini, konsumen lebih mampu

menentukan keputusan yang bijak dalam pemilihan produk agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka⁴⁸.

Pengetahuan produk mencakup berbagai bentuk pengetahuan, pemahaman, serta keyakinan yang tersimpan dalam ingatan konsumen. Pengetahuan ini meliputi informasi yang konsumen miliki tentang karakteristik produk, pengalaman yang mereka alami, serta persepsi dan keyakinan pribadi yang terbentuk dari interaksi dengan produk tersebut. Pengetahuan ini memainkan peran penting dalam bagaimana konsumen mengevaluasi, memilih, dan menggunakan produk, serta bagaimana mereka memproses informasi baru terkait produk tersebut⁴⁹.

Perbedaan tingkat pengetahuan konsumen tentang suatu produk dapat mempengaruhi cara mereka dalam mengambil keputusan, memahami informasi yang baru, serta adanya perbandingan pilihan saat membeli produk ataupun menggunakan jasa. Pengetahuan mengenai produk, yang sering disebut sebagai *product knowledge*, memiliki peran penting dalam proses ini. Maka, sangatlah penting dalam memperkenalkan produk-produk perbankan syariah pada masyarakat secara luas, supaya mereka mampu membuat keputusan yang lebih bijak dan tepat sesuai kebutuhan mereka⁵⁰.

Pengetahuan tentang produk (*product knowledge*) dalam konteks perbankan syariah mencakup pemahaman nasabah mengenai atribut khas yang dimiliki oleh produk-produk bank syariah. Atribut produk bank syariah mencakup fitur-fitur yang sesuai dengan sistem keuangan Islam, seperti bebas dari unsur riba (penambahan), gharar (ketidakjelasan), perjudian, dan hal-hal yang haram. Pemahaman ini juga melibatkan pengetahuan tentang mekanisme keuangan syariah, seperti sistem bagi hasil (*profit sharing*) dan berbagi risiko (*risk sharing*), yang menjadi dasar operasional produk bank syariah⁵¹.

⁴⁸ Santi Sanita, Aini Kusniawati, and Marlina Nur Lestari, "Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention,," *Business Management and Entrepreneurship Journal* 1, no. 3 (2019): 178.

⁴⁹ J. Paul Peter and Jerry Corrie Olson, *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, 9th ed. (McGraw-Hill, 2010).

⁵⁰ Khasanah Mustika Syahputri and Ahmad Amin Dalimunte, "Pengaruh Product Knowledge Dan Persepsi Nasabah Terhadap Preferensi Menabung Di Bank Syariah Dengan Disposable Income Sebagai Variabel Moderating,," *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 3 (2023): 901.

⁵¹ Nurudin, Khoirul Anwar, and Hidayaturosyida, "Analysis Of The Effect Of Islamic Product Attributes, Servicescape, And Interpersonal Communications On Customer Satisfaction Bank BTN Syariah KCPS Ngaliyan,," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 2, no. 2 (2020): 213.

2. Indikator *Product Knowledge*

Menurut M. Anang Firmansyah (2018) dalam penelitian Novian, dkk.⁵² *Product knowledge* dibagi menjadi tiga jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk.

Konsumen ataupun nasabah dapat menilai sebuah produk dari karakteristik maupun atributnya. Misalnya ketika seorang nasabah ingin menginvestasikan uang yang berbentuk deposito atau tabungan, mereka harus memahami jenis investasi, durasi, nisbah, bonus, dan informasi terkait lainnya.

2. Pengetahuan tentang manfaat produk.

Bentuk pengetahuan produk berikutnya berkaitan dengan manfaat suatu produk. Nasabah memilih untuk menabung ataupun berinvestasi di bank syariah karena mereka memahami manfaatnya, seperti menghindari riba serta tindakan zalim.

3. Pengetahuan tentang kepuasan produk.

Produk dapat menyalurkan kepuasan bagi konsumen jika digunakan dengan benar dan sesuai dengan tujuannya. Agar mencapai kepuasan yang tinggi, konsumen perlu memahami cara menggunakan produk tersebut dengan tepat. Kepuasan ini dapat berasal dari ekspektasi positif mereka terhadap keuntungan menabung di bank syariah.

3. Produk Tabungan di Bank Syariah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah mendefinisikan tabungan sebagai simpanan yang didasarkan pada akad wadi'ah / investasi dana dengan akad mudharabah, maupun akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah. Penarikan tabungan ini hanya bisa dilakukan sesuai dengan syarat serta ketentuan yang telah disepakati, namun tidak dapat dicairkan menggunakan cek, bilyet giro, atau instrumen lain yang sejenis⁵³.

Menurut Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan, tabungan yang dibenarkan adalah bentuk tabungan yang mengikuti prinsip-prinsip mudharabah serta wadi'ah⁵⁴.

⁵² Hendra Novian et al., "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (2023): 4085.

⁵³ Portal OJK, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah," 2008, 5.

⁵⁴ Dewan Syariah Nasional MUI, "Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan," 2000.

a) Prinsip Wadi'ah

Wadi'ah merupakan bentuk titipan secara murni dari pemilik barang atau aset (muwaddi') pada pihak penyimpan (mustawda') yang dipercaya, baik perorangan maupun lembaga hukum. Pihak penyimpan bertanggung jawab menjaga barang titipan agar tetap aman, utuh, tidak rusak, dan bebas dari kerugian, serta wajib mengembalikannya kapan saja diminta oleh pemilik. Akad wadi'ah dibagi menjadi dua jenis yang berupa wadi'ah yad amanah serta wadi'ah yad dhamanah. Pada awalnya, konsep wadi'ah muncul dengan bentuk yad al-amanah (tangan amanah). Namun seiring waktu, berkembang pula konsep yadh-dhamanah yang memiliki makna tangan penanggung. Akad Wadi'ah yad Dhamanah kini banyak diterapkan dalam produk pendanaan perbankan syariah.

Jika ditelaah lebih lanjut, akad wadi'ah mencerminkan nilai-nilai amanah dan kepercayaan. Kedua nilai tersebut berkaitan erat dengan interaksi sosial dalam masyarakat. Prinsip ini juga tercermin dalam Al-Qur'an, tepatnya pada Surah Al-Baqarah ayat 283:

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ

Artinya:

“Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya”

1. Wadi'ah yad Amanah

Wadi'ah yad Amanah merupakan akad titipan yang menerapkan prinsip yad al-amanah atau "tangan amanah," di mana pihak penyimpan (*custodian*) bertindak sebagai penerima kepercayaan (*trustee*) tanpa diwajibkan memiliki tanggung jawab atas kehilangan/kerusakan barang maupun aset yang dititipkan, selama hal tersebut tidak disebabkan oleh kelalaian atau kecerobohannya. Barang ataupun aset yang dititipkan berupa sesuatu yang berharga, seperti uang, barang, dokumen, surat berharga, atau aset bernilai lainnya. Biaya (*fee*) penitipan dapat dikenakan kepada pihak penitip sebagai bentuk kompensasi atas tanggung jawab dalam pemeliharaan. Dalam akad ini, pihak yang menyimpan tidak diperbolehkan memakai atau memanfaatkan barang dan aset yang dititipkan dan harus menjaga barang/aset tersebut secara terpisah dari barang/aset lainnya.

2. Wadi'ah yad Dhamanah

Wadi'ah yad Dhamanah yaitu akad titipan yang menggunakan prinsip yadh al-dhamanah atau "tangan penanggung," di mana pihak yang menyimpan (*custodian*) bertindak sebagai penerima yang terpercaya (*trustee*) sekaligus penjamin (*guarantor*) yang memiliki tanggung jawab dari kerusakan ataupun kehilangan barang dan aset titipan. Dalam prinsip ini, pihak yang menyimpan diberikan izin oleh pihak penitip untuk memanfaatkan barang/aset titipan dalam aktivitas perekonomian tertentu, dengan kewajiban mengembalikan barang/aset tersebut secara utuh kapan saja diminta oleh penitip. Prinsip ini sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong pemanfaatan aset untuk tujuan produktif.

Dengan menggunakan prinsip yadh dhamanah, pihak yang menyimpan diperbolehkan menggabungkan aset titipan dengan asetnya sendiri atau aset penitip lainnya untuk keperluan produktif guna memperoleh keuntungan. Pihak yang menyimpan berhak memperoleh keuntungan yang dihasilkan, tetapi juga memikul tanggung jawab penuh atas risiko kerugian. Sebagai bentuk penghargaan, penyimpan dapat secara sukarela memberi bonus pada penitip tanpa adanya perjanjian yang bersifat mengikat sebelum itu. Oleh karena itu, akad ini dikenal sebagai Wadi'ah yad Dhamanah⁵⁵.

b) Prinsip Mudharabah

Mudharabah adalah akad bagi hasil yang melibatkan kerja sama antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola usaha (*mudharib*). Dalam akad ini, pemilik modal menyediakan 100% dana untuk kegiatan produktif yang dikelola oleh *mudharib*, dengan kesepakatan bahwa keuntungan yang diperoleh akan didistribusikan sesuai dengan rasio yang disepakati dalam kontrak, yang juga dapat dipengaruhi dari kondisi pasar. *Shahibul maal* merupakan pihak yang pemodal akan tetapi tidak memiliki kemampuan atau kesempatan untuk berbisnis, sedangkan *mudharib* merupakan pihak yang mempunyai keahlian dalam berbisnis namun tidak mempunyai modal.

Jika terdapat kerugian akibat proses bisnis yang berjalan secara normal dan bukan akibat kelalaian maupun kecurangan, kerugian menjadi tanggung jawab pemilik modal, sedangkan pengelola hanya kehilangan tenaga serta keahlian yang telah

⁵⁵ Ascarya, "Akad Dan Produk Bank Syariah: Konsep Dan Praktek Di Beberapa Negara," in *Bank Indonesia* (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), 40–42.

diberikan. Namun, jika kerugian disebabkan oleh kelalaian atau kecurangan pengelola, maka tanggung jawab sepenuhnya berada pada pengelola. Akad Mudharabah terdiri dari dua jenis, yang berupa mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah.

1. Mudharabah Mutlaqah

Pada mudharabah mutlaqah, pemilik modal tidak menetapkan syarat tertentu kepada pengelola terkait jenis usaha yang harus dijalankan. Dengan demikian, pengelola (mudharib) memiliki kebebasan penuh untuk menentukan jenis usaha yang dianggap sesuai, sehingga akad ini disebut sebagai mudharabah tidak terikat atau tidak terbatas. Namun, terdapat batasan bagi pengelola, seperti dilarang meminjam modal, meminjamkan modal, atau mengalihkan akad mudharabah kepada pihak lain tanpa izin pemilik modal.

2. Mudharabah Muqayyadah

Pada mudharabah muqayyadah, pemilik modal menetapkan syarat tertentu kepada pengelola mengenai jenis usaha, lokasi, dan waktu pelaksanaan usaha. Oleh karena itu, akad ini dikenal sebagai mudharabah terikat atau terbatas.

Dalam perbankan syariah, akad mudharabah ialah salah satu akad pertama yang diterapkan, baik dalam penghimpunan dana (pendanaan) maupun dalam penyaluran dana (pembiayaan). Mudharabah mutlaqah umumnya diterapkan dalam pendanaan, sementara mudharabah muqayyadah dapat digunakan untuk pendanaan maupun pembiayaan⁵⁶.

2.1.5 *Disposable Income*

1. *Pengertian Disposable Income*

Pendapatan *disposable* merupakan jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi pajak. Pendapatan ini mencerminkan kondisi ekonomi suatu keluarga, yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan seberapa banyak yang bisa mereka tabung⁵⁷. *Disposable income* merupakan bagian dari pendapatan yang dapat dimanfaatkan untuk pengeluaran lain setelah wajib pajak terpenuhi. Pendapatan yang dimaksud yaitu dalam bentuk uang yang diterima dari hasil kerja seseorang. Penghasilan ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik bagi diri sendiri maupun keluarganya. Dengan

⁵⁶ Ascarya, "Akad Dan Produk Bank Syariah: Konsep Dan Praktek Di Beberapa Negara," in *Bank Indonesia* (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), 60–67.

⁵⁷ Novia Putri Ayu Wulandari and Diah Hari Suryaningrum, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomika* 10, no. 2 (2021).

penghasilan tersebut, seseorang dapat mencukupi kebutuhan dasar seperti makan, tempat tinggal, dan pakaian, serta kebutuhan lainnya yang sifatnya lebih sekunder⁵⁸.

Disposable Income yaitu pendapatan yang dapat digunakan dalam konsumsi atau ditabung setelah dikurangi kewajiban seperti pajak, zakat, dan lainnya. Secara umum pendapatan terlebih dahulu digunakan untuk kebutuhan konsumsi, dan jika ada sisa, barulah dialokasikan untuk tabungan⁵⁹. Semakin tinggi pendapatan bebas pajak yang dimiliki seseorang, semakin besar pula kemampuan mereka untuk memenuhi berbagai kebutuhan, baik dalam bentuk pembelian barang dan jasa maupun alokasi untuk tabungan dan investasi. Secara keseluruhan, jumlah disposable income yang dimiliki seseorang menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kesejahteraan hidupnya. Kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dapat diukur dari besarnya disposable income tersebut⁶⁰.

2. Fungsi Konsumsi dalam Islam

Konsumsi merupakan aktivitas menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Kebutuhan dasar atau primer (*basic needs*) manusia mencakup pangan (makanan dan minuman), sandang (pakaian), dan papan (tempat tinggal). Seiring perkembangan zaman, kebutuhan primer ini meluas mencakup kebutuhan kesehatan dan pendidikan. Pemenuhan kebutuhan dasar ini penting agar seseorang dapat menjalani kehidupan yang layak dan bermartabat sebagai manusia, serta menjamin kelangsungan hidupnya.

John Maynard Keynes memperkenalkan hubungan fungsional antara pendapatan dan konsumsi berdasarkan pengamatan empiris di lapangan. Ia menekankan peran penting pengeluaran konsumsi dalam memengaruhi perekonomian secara makro, bahkan menyebut konsumsi sebagai komponen utama dari pendapatan nasional. Pendekatan ini berbeda dengan pandangan para ekonom klasik, yang lebih menitikberatkan pada peran sisi penawaran (*supply side*) dalam menentukan perekonomian jangka panjang. Dalam ekonomi makro modern, konsumsi menjadi salah satu topik utama karena merupakan elemen penting dalam pembentukan pendapatan nasional. Fungsi konsumsi

⁵⁸ Nadi Harvita Rahayu and Luqman Hakim, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Inklusi Keuangan Syariah, Lingkungan Sosial, Dan Disposable Income Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating," *Al-Kharaj :Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 8 (2024): 5436.

⁵⁹ Muhammad Kurniawan and Eka Septiana, "Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)," *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2020): 60.

⁶⁰ Resyakila, "Disposable Income Dan Pengaruhnya Pada Kondisi Keuangan Keluarga," ed. Tim Elementa (Elementa Media, 2022), 30.

menggambarkan hubungan antara pendapatan yang dapat dibelanjakan (*disposable income*) dan tingkat konsumsi. Hubungan ini bersifat positif, yang berarti semakin besar pendapatan, semakin besar pula pengeluaran konsumsi, dan sebaliknya⁶¹.

Perbedaan dalam fungsi konsumsi antara seorang Muslim dan non-Muslim akan memengaruhi fungsi lain, seperti fungsi tabungan dan investasi. Hal ini disebabkan oleh pengaruh ajaran Islam pada perilaku konsumsi Muslim, termasuk kewajiban membayar zakat dalam konsep pendapatan optimum serta larangan riba dalam transaksi, baik terkait konsumsi, investasi, maupun tabungan. *Disposable Income* seorang Muslim berbeda dengan non-Muslim karena adanya kewajiban zakat sebesar 2,5% bagi pendapatan yang memenuhi syarat.

Sebagian pendapatan biasanya ditabung untuk berbagai tujuan, antara lain:

1. Mengantisipasi ketidakpastian di masa depan.
2. Mempersiapkan pembelian barang konsumsi di masa depan.
3. Mengakumulasikan kekayaan.

Eko Suprayitno (2005) yang dikutip oleh Daulay, Syahbudi, dan Lubis (2019) mengatakan bahwa sebagian dari anggaran juga dialokasikan untuk investasi pada sektor produktif. Secara sederhana, alokasi pendapatan seorang Muslim dapat diformulasikan sebagai berikut⁶²:

$$Y - Z = C + S + I$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

Z = Zakat

C = Konsumsi

S = Tabungan

I = Investasi

Berdasarkan ajaran Islam yang sangat mendorong kebiasaan menabung dan berinvestasi. Rasulullah SAW bersabda, "*Kamu lebih baik meninggalkan anak keturunanmu dalam keadaan kaya daripada miskin dan bergantung pada belas kasih*

⁶¹ Mochammad Arif Budiman, "Pengantar Ekonomi Makro Islam," ed. Nailiya Nikmah, 1st ed. (Banjarmasin: Poliban Press, 2024), 31.

⁶² Aqwa Naser Daulay, Muhammad Syahbudi, and Fauzi Arif Lubis, "Ekonomi Makro Islam," ed. Muhammad Yafiz, 1st ed. (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2019), 45.

orang lain" (HR. Bukhari-Muslim). Alokasi pendapatan untuk konsumsi total memiliki hubungan negatif dengan tabungan, artinya semakin tinggi konsumsi, semakin kecil tabungan, dan sebaliknya. Untuk mencapai kepuasan yang optimal sesuai prinsip masalah, seorang Muslim akan mencari keseimbangan yang tepat antara tingkat konsumsi dan tabungan.

Dalam ekonomi Islam, aktivitas konsumsi setiap individu selalu dihadapkan pada sejumlah kendala. Kendala utama dalam konsumsi meliputi 1) Anggaran, 2) Keberkahan minimum, dan 3) Larangan israf (pemborosan) dan prinsip moral Islam.

Dengan kendala-kendala ini, setiap orang berusaha memaksimalkan masalah dari kegiatan konsumsinya. Ikhwan A. Basri. (2009) yang dijelaskan oleh Daulay, Syahbudi, dan Lubis (2019) mengatakan fungsi konsumsi islami berlandaskan prinsip masalah yaitu sebagai berikut:

Fungsi Konsumsi = Fungsi Masalah

$$M = m + (Mf, B) Yd$$

$$M = m + Mf Yd + B Yd$$

Keterangan:

M = masalah dalam berkonsumsi

m = konsumsi rata-rata = kebutuhan dasar

Mf = manfaat

B = berkah atau amal saleh

Yd = *disposable income* (pendapatan halal yang siap dibelanjakan)

Melalui fungsi konsumsi tersebut, individu atau rumah tangga akan berupaya memaksimalkan masalah dalam setiap aktivitas konsumsi. Maksudnya, mereka berusaha memenuhi kebutuhan dasar sambil meningkatkan manfaat dan keberkahan. Semakin besar manfaat dan keberkahan yang diperoleh, semakin tinggi pula amal saleh yang bisa diraih oleh individu atau rumah tangga tersebut⁶³.

⁶³ Aqwa Naser Daulay, Muhammad Syahbudi, and Fauzi Arif Lubis, "Ekonomi Makro Islam," ed. Muhammad Yafiz, 1st ed. (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2019), 48.

3. Korelasi Antara Konsumsi dan Tabungan

Konsumsi ialah bagian dari pendapatan yang dialokasikan untuk pengeluaran barang dan jasa, sedangkan tabungan yaitu bagian dari penghasilan yang tidak dibelanjakan. Beberapa konsep terkait konsumsi dan tabungan meliputi⁶⁴:

- a. Rata-rata konsumsi (*average propensity to consume/APC*) diperoleh dengan membagi jumlah konsumsi (C) dengan pendapatan (Y), dirumuskan sebagai C/Y .
- b. Rata-rata tabungan (*average propensity to save/APS*) dihitung dengan membagi jumlah tabungan (S) dengan pendapatan (Y), dirumuskan sebagai S/Y .
- c. Hasrat untuk mengonsumsi (*marginal propensity to consume/MPC*) dihitung dengan membagi perubahan konsumsi (ΔC) dengan perubahan pendapatan (ΔY), dirumuskan sebagai $\Delta C/\Delta Y$.
- d. Hasrat untuk menabung (*marginal propensity to save/MPS*) dihitung dengan membagi perubahan tabungan (ΔS) dengan perubahan pendapatan (ΔY), dirumuskan sebagai $\Delta S/\Delta Y$.

4. Indikator *Disposable Income*

Karl E., dkk.⁶⁵ dalam karya mereka menjelaskan berbagai indikator yang mempengaruhi pendapatan yang dapat digunakan, termasuk beberapa aspek berikut :

1. Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor penentu yang paling penting dalam menilai tabungan domestik atau tabungan rumah tangga. Tingkat pendapatan seseorang secara langsung memengaruhi seberapa banyak yang bisa ditabung oleh rumah tangga.

2. Konsumsi

Konsumsi adalah perilaku ekonomi yang dipengaruhi oleh fluktuasi pendapatan. Ketika pendapatan menurun, konsumen biasanya menghadapi kesulitan dalam mengurangi pengeluaran karena mereka cenderung berusaha mempertahankan gaya hidup dan tingkat konsumsi yang sama, meskipun dengan konsekuensi menurunkan tingkat tabungan. Sebaliknya, ketika pendapatan meningkat, konsumen cenderung menaikkan konsumsi mereka, meskipun tidak selalu proporsional dengan peningkatan pendapatan.

⁶⁴ Aqwa Naser Daulay, Muhammad Syahbudi, and Fauzi Arif Lubis, "Ekonomi Makro Islam," ed. Muhammad Yafiz, 1st ed. (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2019), 54.

⁶⁵ Karl E. Case, Ray C. Fair, and Sharon E. Oster, *Principles of Macroeconomics*, 12th ed. (Pearson Education, 2016).

3. Tabungan

Hubungan antara tabungan dan pendapatan dijelaskan melalui teori pendapatan absolut Keynes. Dalam teori ini, tabungan diasosiasikan dengan pendapatan absolut, yaitu semakin meningkat pendapatan individu, maka kemungkinan mereka untuk menabung juga cenderung lebih besar. Teori ini menekankan bahwa perubahan dalam pendapatan berpengaruh langsung pada kemampuan individu atau rumah tangga untuk menabung.

2.1.6 UMKM

Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia secara resmi diatur oleh UU RI Nomor 20 Tahun 2008 memberikan gambaran jelas tentang karakteristik dari setiap jenis usaha tersebut. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja, pengembangan ekonomi lokal, dan pengurangan kesenjangan sosial. Adapun rincian definisi UMKM berdasarkan undang-undang tersebut adalah sebagai berikut⁶⁶:

a. Usaha Mikro

Didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh individu ataupun badan usaha perorangan. Ciri khas usaha mikro mencakup usaha dengan skala kecil baik dari segi modal maupun omset tahunan. Usaha jenis ini umumnya melibatkan pengusaha rumahan, pedagang kecil, atau usaha-usaha berbasis komunitas yang beroperasi dalam lingkup yang lebih terbatas. Kekayaan bersih pada usaha mikro maksimal Rp50.000.000,00 di luar tanah serta bangunan tempat usaha, maupun yang mempunyai hasil penjualan tahunan hingga Rp300.000.000,00.

b. Usaha Kecil

Merupakan usaha yang berfokus pada kegiatan ekonomi produktif bersifat mandiri dan dijalankan oleh individu atau badan usaha. Usaha kecil memiliki skala yang lebih besar dibanding usaha mikro, namun tetap berada di luar kendali dari perusahaan yang lebih besar. Usaha kecil sering kali menjadi tulang punggung perekonomian lokal, memberikan kontribusi yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan juga pertumbuhan ekonomi di daerah-daerah. Kriteria usaha kecil mencakup kekayaan bersih antara Rp50.000.000,00 hingga Rp500.000.000,00, tidak termasuk tanah serta bangunan tempat

⁶⁶ Portal OJK, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah,” 2008.

usaha, atau hasil penjualan tahunan yang berkisar antara Rp300.000.000,00 hingga Rp2.500.000.000,00.

c. Usaha Menengah

Didefinisikan sebagai usaha berfokus pada ekonomi produktif yang lebih besar dibanding usaha kecil namun masih berdiri sendiri. Kriteria usaha menengah ditentukan berdasarkan jumlah kekayaan bersih dan omset tahunan yang lebih tinggi daripada usaha kecil yaitu mencakup kekayaan bersih antara Rp500.000.000,00 hingga Rp10.000.000.000,00 di luar tanah dan juga bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan antara Rp2.500.000.000,00 hingga Rp50.000.000.000,00. Usaha menengah sering kali berupa perusahaan yang sudah cukup mapan dan memiliki struktur yang lebih formal, termasuk dalam hal pengelolaan, administrasi, serta kepemilikan modal.

2.2 Penelitian Terdahulu

Bagian ini memuat berbagai hasil penelitian sebelumnya, baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi, yang memiliki hubungan atau kesamaan dengan beberapa konteks yang dianalisis dalam penyelidikan ini antara lain:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Muhammad Kurniawan, Eka Septiana, 2020, <i>Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance</i>	Pengaruh <i>Financial Knowledge</i> , Persepsi, Religiusitas Dan <i>Disposable Income</i> Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan responden sebanyak 21. Pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel <i>financial knowledge</i> , persepsi, dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan variabel <i>disposable income</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap	Penelitian ini menggunakan variabel tambahan seperti variabel <i>financial knowledge</i> , persepsi dan religiusitas. Objek penelitian ini pada UMKM di Kecamatan

				minat menabung di bank syariah	Terbanggi Besar Lampung Tengah
2.	Muhammad Zihanuddin, Kamaliah, Khairani Sakdiah, 2024, <i>JEKSya: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah</i>	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 20. Penelitian ini menggunakan metode SPSS versi 27. Pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder	Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel literasi keuangan syariah dan pengetahuan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah	Objek penelitian ini pada UMKM Kelurahan Tanjung Pura Langkat
3.	Cindy Claudia Thohari, Luqman Hakim, 2021, <i>Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)</i>	Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, <i>Product</i>	Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian menggunakan <i>software</i> WarPLS 7.0. Sampel yang ada pada penelitian ini berjumlah 30 responden.	Hasil penelitian ini mengindikasikan adanya pengaruh positif dari pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, dan <i>product knowledge</i> terhadap keputusan menabung di bank syariah. Namun, variabel religiusitas tidak berperan dalam	Penelitian ini menggunakan variabel tambahan seperti pembelajaran perbankan syariah, dan religiusitas sebagai variabel moderating.

		<i>Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah</i>	Metode pengumpulan datanya menggunakan penyebaran kuersioner dan tes yang berbentuk <i>googleform</i>	memperkuat maupun melemahkan hubungan antara pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, dan product knowledge dengan keputusan menabung.	Objek penelitian pada mahasiswa
4.	Latifa Ramadhani, Hesi Eka Puteri, 2023, <i>BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah</i>	Pengaruh <i>Financial Literacy Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah</i>	Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 67 responden, metode pengumpulan data dengan data primer	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel <i>financial literacy</i> dan <i>disposable income</i> berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pedagang kaki lima di bank syariah	Objek penelitian pada pedagang kaki lima pasar minggu desa purwasari
5.	Hendra Novian, Muhamad Wardany Anwar, Fauzi, Rita Irviani, 2023, <i>JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam</i>	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu SPSS versi 20. Sampel pada penelitian ini berjumlah 99 responden.	Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI).	Objek penelitian ini pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah.

6.	Nadi Harvita Rahayu, Luqman Hakim, 2024, <i>Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah</i>	Pengaruh Pengetahuan Produk, Inklusi Keuangan Syariah, Lingkungan Sosial, dan <i>Disposable Income</i> Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating	Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu <i>software</i> WarPLS 8.0. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel pengetahuan produk, inklusi keuangan syariah, dan <i>disposable income</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Sementara itu, variabel lingkungan sosial tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.	Dalam penelitian ini terdapat variabel tambahan seperti inklusi keuangan syariah, lingkungan sosial dan religiusitas sebagai variabel moderating. Objek penelitian pada nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Surabaya Wiyung
7.	Nur Lita Faridah , Luqman Hakim, Tri Sudarwanto, 2021, <i>Technium Social</i>	<i>The effect of economic learning insert sharia economics, Product Knowledge, Social Environment, and</i>	Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian menggunakan metode <i>ex-post facto</i> yang diuji melalui SPSS. Sampel pada	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>economic learning insert sharia economics, social environment</i> , dan <i>religiosity</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di	Dalam penelitian ini menggunakan variabel tambahan seperti variabel <i>economic learning insert sharia economics</i> ,

	<i>Sciences Journal</i>	<i>Religiosity on Interest in Savings in Islamic Banks in Darul Ulum Islamic Boarding School Students Jombang</i>	penelitian tersebut berjumlah 100 responden. Metode pengumpulan datanya menggunakan data primer dan sekunder	bank syariah. Sementara variabel <i>product knowledge</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah	<i>social environment</i> , dan <i>religiosity</i> . Objek penelitian pada siswa SMA/MA
8.	Fanny Putri Ayu Hariati, Rochmawati, 2022, <i>Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)</i>	Pengaruh Bagi Hasil, <i>Disposable Income</i> , dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah	Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian menggunakan metode SPSS versi 25. Sampel yang ada pada penelitian ini sebanyak 61 responden. Metode pengumpulan data menggunakan data primer.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bagi hasil, <i>disposable income</i> , dan promosi secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.	Penelitian ini menggunakan variabel tambahan seperti bagi hasil dan promosi. Objek penelitian ini pada mahasiswa.
9.	Nisa Nurramdhani Khofifah, Adriansah,	<i>The Effect of Religiosity and Disposable</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel <i>Religiosity</i> dan	Penelitian ini menggunakan variabel tambahan yaitu

	Wawan Oktriawan, Adamu Abubakar Muhammad, 2023, SUHUF <i>International Journal of Islamic Studies</i>	<i>Income on Interest in Saving Purwakarta Community in Islamic Banks</i>	jenis penelitian menggunakan metode SPSS versi 27. Sampel pada penelitian ini sebanyak 34 responden. Metode pengumpulan datanya menggunakan data primer dan sekunder	<i>Disposable Income</i> berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah	variabel <i>religiosity</i> , dan objek penelitin di daerah Purwakarta
10.	Roihan Habibi, Aidil Novia, Hulwati, 2023, <i>JEBI : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam</i>	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Milenial Dimoderasi Halal <i>Lifestyle</i> Di Bank Syariah	Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel sebanyak 384 responden. Penelitian ini menggunakan prosedur <i>structural equation modelling</i> (SEM- PLS)	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel literasi keuangan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Selain itu, variabel halal lifestyle mampu memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan minat menabung, tetapi tidak memiliki peran moderasi terhadap hubungan antara	Penelitian ini menggunakan variabel tambahan: kepercayaan dan halal lifestyle. Objek penelitian ini pada masyarakat milenial kota Padang.

				kepercayaan dan minat menabung.	
11.	Erni Suprianti, Ajeng Wahyuni, 2023, <i>Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance</i>	Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Alumni Pesantren Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode SPSS versi 16. Sampel pada penelitian ini yaitu 100 responden. Pengumpulan data menggunakan data primer	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Sementara itu, variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.	Penelitian ini terdapat variabel tambahan, yaitu religiusitas dan pengetahuan. Objek pada penelitian ini yaitu Alumni Pondok Pesantren Walisongo Ngabar

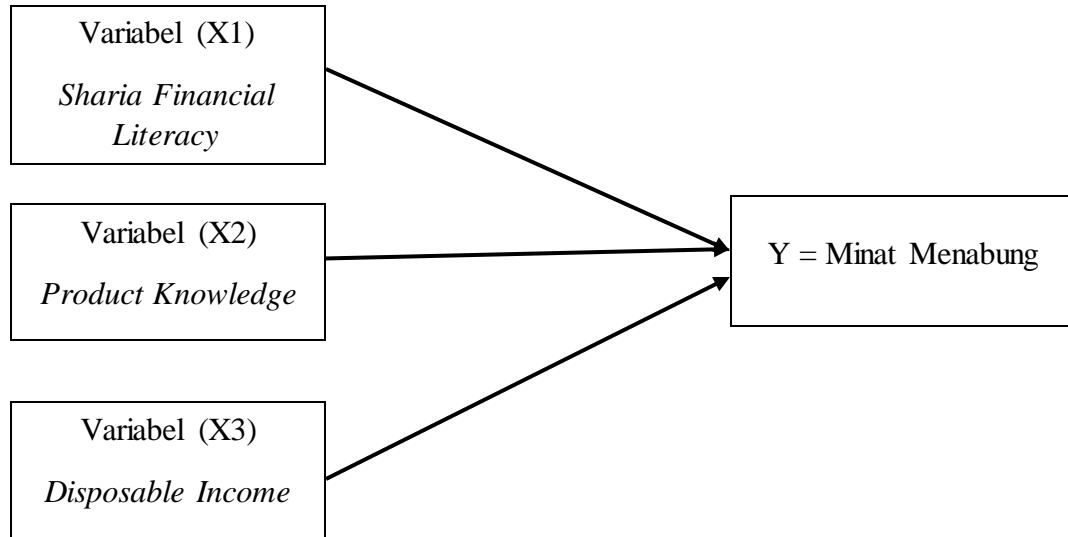
2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka penelitian adalah sebuah rencana yang disusun secara sistematis untuk memastikan penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik. Kerangka ini menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang terlibat, sehingga penelitian menjadi lebih teratur dan terarah⁶⁷. Sementara itu, Variabel penelitian adalah objek yang diamati dan menjadi fokus utama dalam sebuah penelitian. Variabel ini ditetapkan oleh peneliti sebagai elemen yang akan dikaji untuk memperoleh informasi yang dapat digunakan dalam menyusun kesimpulan⁶⁸. Dengan adanya beberapa indikator variabel yang menunjukkan pengaruh terhadap minat menabung, maka dapat disusun kerangka penelitian dibawah ini.

⁶⁷ Sri Rochani Mulyani, "Metodologi Penelitian," 1st ed. (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 7.

⁶⁸ Sri Rochani Mulyani, "Metodologi Penelitian," 1st ed. (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 27.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Dari gambar 1.3 terlihat bahwa variabel X (*independen*) pada penelitian ini yaitu *Sharia Financial Literacy* (X1), *Product Knowledge* (X2), *Disposable Income* (X3), sedangkan untuk variabel Y (*dependen*) yaitu Minat Menabung. Dari beberapa variabel tersebut akan dilakukan analisa penelitian yang akan menghasilkan pengaruh pada variabel X terhadap variabel Y.

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya melewati penelitian. Disebut jawaban sementara karena hipotesis pada dasarnya adalah jawaban terhadap permasalahan yang telah dirumuskan dalam merumuskan masalah. Kebenaran hipotesis ini wajib diuji secara empiris melewati analisis data di lapangan⁶⁹. Hipotesis dirumuskan dalam penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deduktif. Hipotesis mengandung makna sebagai sesuatu yang dianggap benar, namun masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui penelitian⁷⁰. Dengan adanya beberapa permasalahan yang dijadikan sebagai bahan dugaan sementara dan telah diuraikan diatas, maka dapat disusun hipotesa penelitian sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh *Sharia Financial Literacy* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah

Financial literacy (literasi keuangan) mengacu pada pengetahuan serta pemahaman seseorang tentang konsep dan produk keuangan, termasuk pengelolaan uang, investasi, dan

⁶⁹ Ma'ruf Abdullah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif," ed. Elida Mahriani, 1st ed. (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 205.

⁷⁰ Sri Rochani Mulyani, "Metodologi Penelitian," 1st ed. (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 23.

tabungan. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih memahami manfaat dan mekanisme menabung di bank, termasuk bank syariah. Minat menabung di bank syariah berkaitan dengan keinginan individu dalam menyimpan uang di lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah.

Sesuai dengan *Theory of Planned Behavior*, *sharia financial literacy* (literasi keuangan syariah) yang dimiliki oleh individu berfungsi sebagai dasar bagi keyakinan atau *beliefs* yang mendasari perilaku yang dipersepsikan. Perilaku yang dipersepsikan tersebut akan memberikan keyakinan kepada seseorang dalam melakukan tindakan tertentu, dalam konteks ini adalah minat untuk menabung di bank syariah. Didukung dengan riset penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Puteri⁷¹ serta Habibi, Novia, dan Hulwati⁷² menyatakan bahwa variabel *financial literacy* memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Merujuk dari penelitian yang ada, dapat disimpulkan bahwa variabel *sharia financial literacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

H1: Sharia Financial Literacy Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah

2.4.2 Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah

Product knowledge ialah pengetahuan dari suatu produk yang dimiliki. Dalam konteks bank syariah, *product knowledge* yang dimaksud yaitu seberapa besar pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah atau calon nasabah dalam pemahaman produk-produk yang dipasarkan oleh bank syariah. Ini mencakup pemahaman tentang jenis produk, fitur, manfaat, syarat dan ketentuan dari produk-produk tersebut. Minat menabung merupakan keinginan atau niat seseorang untuk menyimpan uang di bank syariah, yang tercermin dari keputusan mereka untuk membuka rekening dan menggunakan produk tabungan pada bank syariah.

Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, pengetahuan yang dimiliki seseorang adalah sumber dari kepercayaan atau *beliefs* yang mendasari *perceived behavioral*. *Perceived behavioral* akan memberikan keyakinan terhadap seseorang dalam menjalankan suatu perilaku, dalam hal ini yakni minat menabung di bank syariah. Ini dapat diperkuat dengan

⁷¹ Latifa Ramadhani and Hesi Eka Puteri, "Pengaruh Financial Literacy Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah," *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (November 29, 2023): 91–113.

⁷² Roihan Habibi, Aidil Novia, and Hulwati, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Milenial Dimoderasi Halal Lifestyle Di Bank Syariah," *Jebi*, 2023, 1–19.

penelitian yang telah dilaksanakan oleh Novian, dkk.⁷³, Thohari dan Hakim⁷⁴ memberikan hasil bahwa *product knowledge* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariah. Meninjau hasil penelitian yang ada, dapat disimpulkan bahwa *product knowledge* memiliki pengaruh yang positif pada minat menabung di bank syariah.

H2: *Product Knowledge* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah

2.4.3 Pengaruh *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah

Disposable income yaitu jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi pajak dan pengeluaran wajib lainnya, yang dapat digunakan untuk konsumsi atau ditabung. Ini menandakan apabila pendapatan *disposable* seseorang semakin tinggi, maka akan semakin tinggi minat seseorang untuk menyimpan uang di bank syariah. sejalan dengan teori yang dikatakan oleh Keynes dengan *disposable income* yang lebih tinggi, orang memiliki lebih banyak uang untuk ditabung. Minat menabung merujuk pada keinginan atau kecenderungan seseorang untuk menyimpan uang di bank syariah. Hal ini dilihat dari jumlah nasabah yang membuka rekening tabungan di bank syariah, frekuensi penambahan dana ke dalam rekening tabungan, dan tingkat keaktifan penggunaan rekening tersebut.

Dalam *Theory of Planned Behavior*, *disposable income* termasuk dalam komponen *perceived behavioral control* yang didasarkan dengan *control beliefs* memiliki makna bahwa keyakinan individu dipengaruhi oleh kapasitas mereka untuk menilai ketersediaan peluang dan sumber daya yang memfasilitasi perilaku. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Nisa Nurramdhiani Khofifah, dkk.⁷⁵, serta Hariati dan Rochmawati⁷⁶ menunjukkan bahwa *disposable income* mempunyai pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Meninjau hasil penelitian yang ada, dapat disimpulkan bahwa *disposable income* memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

H3: *Disposable Income* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah

⁷³ Novian et al., “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI),” 2023.

⁷⁴ Thohari and Hakim, “Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah,” 2021.

⁷⁵ Khofifah et al., “The Effect of Religiosity and Disposable Income on Interest in Saving Purwakarta Community in Islamic Banks,” 2023.

⁷⁶ Hariati and Rochmawati, “Pengaruh Bagi Hasil, Disposable Income, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syari’ah,” 2022.

2.4.4 Pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah

Pada bagian ini penelitian bertujuan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* ketika ketiga variabel itu dianalisis secara bersamaan (simultan). Adapaun hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ramadhani dan Puteri⁷⁷ mengungkapkan bahwa *financial literacy* dan *disposable income* secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. sedangkan penelitian oleh Zihanuddin, Kamaliah, dan Sakdiah⁷⁸ menyatakan bahwa literasi keuangan syariah serta pengetahuan produk adanya pengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka dapat dinyatakan bahwa *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* secara bersama-sama/simultan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.

H4: *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan *Disposable Income* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah

⁷⁷ Ramadhani and Puteri, “Pengaruh Financial Literacy Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah,” 2023.

⁷⁸ Zihanuddin, Kamaliah, and Sakdiah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Studi Kasus Pada UMKM Kelurahan Tanjung Pura Langkat.”

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yang ditandai dengan pengumpulan data dalam bentuk angka dan analisis menggunakan teknik statistik. Metode kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme dan diterapkan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian. Analisis data dilakukan secara kuantitatif maupun statistik guna menguji hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya⁷⁹. Penelitian ini memiliki tujuan dalam menganalisis Pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan *Disposable Income* terhadap minat menabung pada bank syariah.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang diterapkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer serta data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama baik secara individu maupun perseorangan, data ini berupa informasi yang didapatkan secara spontan melalui penyebaran kuesioner ataupun hasil wawancara. Sedangkan data sekunder yaitu data yang awalnya berupa data primer, namun telah diproses lebih lanjut serta disajikan dari pihak yang mengumpulkan data primer ataupun dari pihak lain. Data ini biasanya disajikan dalam bentuk tabel atau diagram. Dalam penelitian kuantitatif biasanya menggunakan instrumen kuesioner sebagai instrumen yang utama, kemudian dilengkapi lagi dengan wawancara. Tujuan wawancara di sini adalah untuk memverifikasi data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, untuk memastikan tidak ada kekurangan atau kesalahan dalam jawaban yang diberikan⁸⁰. Informasi primer dalam penyelidikan ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner pada pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Sedangkan informasi sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari kajian literatur dari artikel, buku, maupun jurnal penelitian yang diterbitkan dan selaras dengan penelitian ini.

⁷⁹ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D," 19th ed. (Bandung: Alfabeta, 2013), 7–8.

⁸⁰ Ma'ruf Abdullah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif," ed. Elida Mahriani, 1st ed. (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 246–47.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi ialah keseluruhan wilayah generalisasi yang mencakup objek maupun subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai fokus penelitian untuk dianalisis dan diambil kesimpulannya. Dengan demikian, populasi tidak hanya merujuk pada manusia, tetapi juga mencakup objek serta elemen lain di alam. Populasi juga tidak hanya terbatas pada jumlah objek ataupun subjek yang diteliti, melainkan mencakup seluruh karakteristik atau sifat yang melekat pada objek/subjek tersebut⁸¹. Populasi pada penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Jepara yang berjumlah 81.909 pelaku UMKM.

3.2.2 Sampel

Sampel yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam suatu populasi. Ketika populasi terlalu besar untuk diteliti sepenuhnya, misalnya jika terdapat keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, peneliti dapat memakai sampel yang merupakan bagian dari populasi sebagai representasi untuk dianalisis. Hasil penelitian pada sampel ini kemudian dapat dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan yang berlaku bagi seluruh populasi. Maka dari itu, sampel yang dipilih wajib benar-benar representatif atau mampu mewakili populasi secara keseluruhan⁸².

Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan melalui teknik *non-probability sampling*, di mana peneliti tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sepadan kepada seluruh anggota populasi atau sampel. Metode yang diterapkan ialah *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan, ukuran, dan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti sebelum proses penelitian dilakukan⁸³. Kriteria yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Pelaku UMKM yang menjalankan usahanya di Kabupaten Jepara
- 2) Pelaku UMKM yang belum mempunyai rekening tabungan di bank syariah
- 3) UMKM yang masih aktif beroperasi.

Jumlah sampel yang ada pada penelitian ini ditentukan dengan menerapkan tingkat kesalahan yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael, yaitu 1%, 5%, dan 10%. Salah satu

⁸¹ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D," 19th ed. (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

⁸² Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D," 19th ed. (Bandung: Alfabeta, 2013), 81.

⁸³ Muhammad Darwin et al., "Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif," ed. Toman Sony Tambunan (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 113–15.

rumus yang biasa diterapkan dalam menentukan ukuran sampel adalah rumus Slovin. Dalam penelitian ini, tingkat kesalahan yang digunakan adalah 10%. Perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin ialah sebagai berikut:⁸⁴:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Besaran Sampel

N = Besaran Populasi

e = Nilai batas ketelitian yang diinginkan/*margin of error*. Ditetapkan sebesar 10%.

$$n = \frac{81.909}{1 + 81.909 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{81.909}{1 + 81.909 (0,01)}$$

$$n = \frac{81.909}{1 + 819,09}$$

$$n = \frac{81.909}{820,09}$$

$$n = 99,87$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel yang tertera, Maka jumlah sampel yang diperoleh dari perhitungan adalah 99,87 responden. Untuk mempermudah proses penelitian, jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 responden Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah tahap dalam penelitian di mana peneliti berinteraksi langsung dengan objek penelitian untuk memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan. Data yang dikumpulkan mencakup variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat), serta data dasar dari objek penelitian dan data sekunder jika diperlukan sesuai kebutuhan penelitian. Dalam proses ini, peneliti dapat memberikan pertanyaan atau pernyataan yang dijawab langsung oleh responden atau diisi melalui kuesioner/angket yang disediakan. Selain itu, peneliti juga dapat melakukan observasi terhadap objek penelitian dengan menggunakan panduan pengamatan sebagai instrumen penelitian⁸⁵. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

⁸⁴ Raihan, "Metodologi Penelitian" (Jakarta: Universitas Islam Jakarta, 2017), 87.

⁸⁵ Muhammad Darwin et al., "Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif," ed. Toman Sony Tambunan (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 149.

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dilakukan dengan memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis terhadap responden supaya dijawab. Teknik tersebut dianggap efisien apabila peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang hendak diukur dan hasil yang sesuai harapan responden. Kuesioner juga pantas digunakan ketika jumlah responden cukup banyak serta tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berbentuk pertanyaan atau pernyataan tertutup maupun terbuka, yang disampaikan langsung kepada responden ataupun dikirim melalui pos ataupun internet⁸⁶.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang berupa angket melalui *googleform*, lalu disebarkan kepada para pelaku UMKM yang belum memiliki rekening tabungan bank syariah. Kuesioner tersebut sudah berisikan gagasan yang mempunyai hubungan dengan indikator-indikator minat menabung pelaku UMKM di Kabupaten Jepara dan variasi jawaban menggunakan nilai likert. Para narasumber akan diminta untuk menjawab terhadap gagasan yang telah disediakan melewati teknik pemilihan dengan cara menentukan salah satu jawaban yang sesuai. Pertanyaan yang diterapkan dalam penelitian untuk memperoleh informasi dari 100 pelaku UMKM di Kabupaten Jepara (narasumber) mengenai konteks individu ataupun konteks yang berkaitan dengan penelitian.

3.4 Skala Pengukuran

Penelitian ini memakai skala Likert sebagai metode pengukuran. Skala Likert diterapkan untuk menilai sikap, opini, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial tertentu. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditentukan secara spesifik dari peneliti dan disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan ke dalam indikator-indikator. Indikator tersebut kemudian menjadi dasar dalam merancang item-item instrumen yang biasa berupa pernyataan/pertanyaan. Setiap jawaban pada item instrumen yang menerapkan skala Likert memiliki rentang bervariasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, jawaban tersebut dapat diberi skor. Ciri khas dari skala Likert adalah bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh seorang responden, semakin positif sikap atau pandangan mereka terhadap objek yang sedang diteliti, yaitu sebagai berikut:⁸⁷

⁸⁶ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D," 19th ed. (Bandung: Alfabeta, 2013), 142.

⁸⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D," 19th ed. (Bandung: Alfabeta, 2013), 93.

Tabel 3. 1
Nilai Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran Data

Variabel penelitian dibagi jadi dua kelompok, yaitu variabel bebas (independen X) dan variabel terikat (dependen Y)

- a. Variabel bebas (independen) : *Sharia Financial Literacy* (X1), *Product Knowledge* (X2), *Disposable Income* (X3)
- b. Variabel terikat (dependen) : Minat Menabung (Y)

Tabel 3. 2
Variabel Penelitian dan Pengukuran Data

Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala Ukur
<i>Sharia Financial Literacy</i> (X1)	Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan kognitif, sikap, dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan sesuai prinsip Islam, yang tidak hanya mencakup pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan syariah, tetapi juga mendorong perubahan	Chen dan Vope (1998) 1. Pengetahuan dasar keuangan syariah 2. Tabungan dan pinjaman syariah 3. Asuransi syariah 4. Investasi syariah	Kuesioner dihitung menggunakan skala likert

	perilaku keuangan yang lebih bijak dan sesuai syariat ⁸⁸ .		
<i>Product Knowledge</i> (X2)	<i>Product Knowledge</i> adalah pemahaman yang mencakup semua informasi penting yang berkaitan dengan peran konsumen di pasar. Pengetahuan ini mencakup berbagai aspek penting, seperti mengenali fitur atau karakteristik produk, memahami manfaat atau dampaknya ketika digunakan, serta mengetahui tingkat kepuasan yang dapat diberikan oleh produk tersebut ⁸⁹ .	M. Anang Firmansyah (2018) 1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk 2. Pengetahuan tentang manfaat produk 3. Pengetahuan tentang kepuasan produk	Kuesioner dihitung menggunakan skala likert
<i>Disposable Income</i> (X3)	<i>Disposable Income</i> merupakan jumlah uang yang tersedia bagi rumah tangga setelah dikurangi pajak, yang dapat dialokasikan untuk pengeluaran konsumsi atau disimpan sebagai tabungan ⁹⁰ .	E. Case, dkk. (2016) 1. Pendapatan 2. Konsumsi 3. Tabungan	Kuesioner dihitung menggunakan skala likert
Minat Menabung (Y)	Minat menabung merupakan kegiatan yang memotivasi individu atau kelompok masyarakat untuk membuat	Schiffman & Kanuk (2000)	Kuesioner dihitung menggunakan skala likert

⁸⁸ Chrisna, Hernawaty, and Noviani, "Literasi Keuangan Syariah Untuk Perkembangan UMKM."

⁸⁹ Sanita, Kusniawati, and Lestari, "Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention."

⁹⁰ Rudiger Dornbusch and Stanley Fischer, *Makro Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 1997).

	keputusan menyimpan uang atas dasar keinginan atau dorongan yang kuat, tanpa tekanan atau paksaan dari pihak lain ⁹¹ .	1. Keinginan untuk Mencari Informasi tentang Produk 2. Pertimbangan untuk Membeli 3. Ketertarikan untuk Mencoba 4. Keinginan untuk Memahami Produk 5. Hasrat untuk Memiliki Produk	
--	---	--	--

3.6 Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen dalam penelitian ini dilaksanakan dengan mengimplementasikan data kuantitatif yang bertujuan untuk memastikan instrumen yang digunakan memenuhi standar yang diperlukan. Pengujian tersebut melibatkan dua tahap utama, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut penjelasannya:

3.6.1 Uji Validitas

Validitas yaitu sejauh mana sebuah alat ukur dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Oleh karena itu, jika peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, kuesioner tersebut harus dirancang agar benar-benar dapat mengukur variabel yang dimaksud. Untuk memastikan kuesioner memenuhi kriteria tersebut, penting dilakukan pengujian validitas sebelum digunakan dalam penelitian. Kuesioner yang akan diuji dalam penelitian ini akan melibatkan 100 responden, sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Jika setiap komponen pernyataan atau pertanyaan diukur tingkat kesesuaiannya, maka hasilnya akan menjadi baik. Nilai r -hitung kemudian dibandingkan dengan r -tabel menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan $df = n - 2$. Sebuah komponen dinyatakan valid jika nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel⁹².

⁹¹ Nurudin, Arifin, and Ma'ruf, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi."

⁹² Ma'ruf Abdullah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif," ed. Elida Mahriani, 1st ed. (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 258.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah istilah yang diterapkan untuk menunjukkan seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten ketika alat ukur digunakan berulang kali. Sebagai ilustrasi, langkah kaki tidak dapat dijadikan alat untuk mengukur panjang karena setiap langkah memiliki ukuran yang berbeda. Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka perlu diuji juga reliabilitasnya. Reliabilitas mengacu pada konsistensi alat pengukur untuk mengukur fenomena yang sama, sehingga setiap alat pengukur harusnya mampu memberi hasil yang stabil dan konsisten. Untuk itu pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner sebaiknya dirancang sedemikian rupa sehingga ketika dijawab oleh responden berulang kali, hasilnya akan tetap relatif konsisten. Oleh karena itu, reliabilitas kuesioner perlu diuji. Disebut memiliki reliabilitas apabila $\alpha > 0,60$ ⁹³.

3.7 Teknis Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data dimaksud dengan proses yang dilakukan setelah data dari semua responden ataupun sumber lainnya telah terkumpul. Tahapan analisis data meliputi: mengelompokkan data sesuai dengan variabel serta jenis responden, membuat tabulasi data berdasarkan variabel untuk semua responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan guna menjawab rumusan masalah, serta menghitung untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan. Jika penelitian tidak memiliki hipotesis, langkah terakhir ini tidak dilakukan⁹⁴. Berikut adalah tahap-tahap yang digunakan peneliti untuk menganalisis data:

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat bias dalam pemodelan regresi serta memastikan bahwa hasil yang diperoleh, baik dari segi statistik maupun kesimpulannya, akurat. Pengujian ini harus dipenuhi dalam pemodelan regresi berganda, yang mencakup beberapa aspek berikut:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah variabel independen serta dependen dalam model regresi mempunyai distribusi yang normal. Model regresi yang baik harusnya dilengkapi dengan analisis grafik dan uji statistik. Menurut Ghozalli, pengujian

⁹³ Ma'ruf Abdullah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif," ed. Elida Mahriani, 1st ed. (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 256.

⁹⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D," 19th ed. (Bandung: Alfabeta, 2013), 147.

normalitas dalam penelitian ini menerapkan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Keputusan diambil berdasarkan angka probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut⁹⁵:

- a. Jika nilai signifikansi/probabilitas lebih dari 0,05, maka hipotesis diterima yang menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi/probabilitas kurang dari 0,05, maka hipotesis ditolak yang berarti data tidak terdistribusi normal.

2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel-variabel independen dalam model regresi linier berganda. Apabila terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independen, hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bisa terganggu. VIF (*Variance Inflation Factor*) digunakan untuk mengukur hal ini. Ketika nilai R^2 mendekati satu, atau dengan kata lain terdapat kolinearitas antarvariabel independen, nilai VIF akan meningkat. Jika $R^2 = 1$, maka nilai VIF menjadi tak terhingga. Semakin besar nilai VIF, semakin besar kemungkinan adanya multikolinearitas antara variabel independen. Apabila nilai VIF melebihi angka 10, maka dapat dikatakan bahwa munculnya multikolinearitas, karena nilai R^2 akan melebihi 0,90. Ini menunjukkan adanya korelasi yang meningkat antara variabel-variabel independen dalam model regresi, yang dapat mempengaruhi validitas hasil regresi⁹⁶.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah adanya perbedaan varians residual dari satu pengamatan menuju pengamatan lainnya. Model regresi yang baik memenuhi syarat homoskedastisitas, yaitu kondisi di mana varians residual tetap sama (konstan) antar pengamatan. Sebaliknya, heterokedastisitas terjadi ketika varians residual tidak konstan. Menurut Sugiyono, heterokedastisitas terjadi jika varians variabel dalam model berbeda-beda. Pengujian heterokedastisitas dapat dilakukan dengan uji korelasi Spearman untuk mendeteksi keberadaan masalah heterokedastisitas dalam hasil regresi. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas adalah sebagai berikut⁹⁷:

⁹⁵ Iskandar Ahmaddien and Yofy Syarkani, "Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS," in *Statistik Terapan*, ed. Edi Warsidi, 1st ed. (Bandung: ITB Press, 2019), 36.

⁹⁶ Iskandar Ahmaddien and Yofy Syarkani, "Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS," 1st ed. (Bandung: ITB Press, 2019), 43.

⁹⁷ Iskandar Ahmaddien and Yofy Syarkani, "Statistik Terapan Dengan Sistem SPSS," ed. Edi Warsidi, 1st ed. (Bandung: ITB Press, 2019), 40.

- a. Jika nilai signifikansi ataupun probabilitas lebih dari 0,05 hipotesis diterima, artinya tidak terdapat heterokedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi ataupun probabilitas kurang dari 0,05 hipotesis ditolak, artinya terdapat heterokedastisitas.

3.7.2 Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda didefinisikan sebagai analisis yang mengukur hubungan antara lebih dari dua variabel, yang terdiri dari dua maupun lebih variabel independen (bebas) serta satu variabel dependen (terikat). Metode ini digunakan untuk membangun suatu persamaan yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan prediksi.

Persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut⁹⁸:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

Y	= variabel dependen
X ₁ , X ₂ , X _n	= variabel independen
α	= konstanta (apabila nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar α)
$\beta_1, \beta_2, \beta_n$	= koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

2) Uji Statistik T (Parsial)

Uji parsial atau Uji T ialah metode pengujian yang digunakan untuk menganalisis koefisien regresi secara individual. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi signifikansi hubungan antara masing-masing variabel independen pada variabel dependen, memiliki asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap tetap/konstan. Hipotesis yang diterapkan dalam uji ini yaitu sebagai berikut⁹⁹:

- a. Jika t hitung lebih kecil t tabel, maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika t hitung lebih besar t tabel, maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

⁹⁸ Iskandar Ahmaddien and Yofy Syarkani, "Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS," in *Statistik Terapan*, ed. Edi Warsidi, 1st ed. (Bandung: ITB Press, 2019), 64.

⁹⁹ Iskandar Ahmaddien and Yofy Syarkani, "Statistik Terapan Dengan Sistem SPSS," ed. Edi Warsidi, 1st ed. (Bandung: ITB Press, 2019), 65–66.

3) Uji Statistik F (Simultan)

Uji F berfungsi untuk menentukan apakah variabel independen secara simultan terdapat pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian tersebut dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k-1)$, dimana n merupakan jumlah responden dan k yaitu jumlah variabel. Hipotesis yang diterapkan dalam uji ini adalah sebagai berikut¹⁰⁰:

- a. Variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.
- b. Variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

4) Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi yang sering dilambangkan dengan R^2 , pada dasarnya memiliki fungsi dalam mengukur seberapa besar kemampuan model mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Secara sederhana, koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh seluruh variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependen. Nilainya dinyatakan dalam bentuk persentase, yang merepresentasikan seberapa banyak variasi pada variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh model regresi. Jika nilai koefisien determinasi mendekati nol, ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat kecil. Sebaliknya, apabila nilai koefisien determinasi mendekati 100%, maka hampir seluruh informasi yang diperlukan dalam memprediksi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dengan kata lain, variabel independen memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap variabel dependen¹⁰¹.

¹⁰⁰ Ahmaddien and Syarkani.

¹⁰¹ Ahmaddien and Syarkani.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum UMKM Kabupaten Jepara

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha mikro merupakan kepemilikan usaha produktif oleh individu ataupun badan usaha perorangan yang memenuhi ketentuan dalam undang-undang tersebut. Usaha kecil disebut dengan usaha ekonomi produktif yang bersifat mandiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha, serta tidak termasuk anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah maupun besar, dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam undang-undang ini. Sementara itu, usaha menengah yaitu suatu kegiatan ekonomi produktif yang bersifat mandiri, dikelola oleh individu atau badan usaha dan tidak memiliki keterkaitan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha skala kecil maupun besar, serta memiliki total kekayaan bersih atau pendapatan tahunan sesuai dalam ketentuan yang diatur di undang-undang ini¹⁰².

Kabupaten Jepara merupakan salah satu wilayah administratif di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki luas sekitar 1.004,13 km², terdiri atas 16 kecamatan dan 195 desa, termasuk 34 desa pesisir, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik. Kekayaan potensi yang dimiliki oleh wilayah ini turut mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Jepara. Seiring waktu, sektor UMKM di wilayah ini menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, dengan cakupan pemasaran yang meluas, baik di pasar domestik antar kota di Indonesia maupun hingga ke pasar internasional¹⁰³.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis sebagai tulang punggung perekonomian nasional, ditandai dengan fleksibilitas operasional dan efisiensi biaya yang tinggi, serta kontribusinya terhadap peningkatan dan pemerataan pendapatan masyarakat. Di Kabupaten Jepara, sektor UMKM menunjukkan perkembangan yang signifikan, khususnya pada sentra-sentra industri seperti kerajinan ukir, patung, relief, dan logam, yang terus mengalami peningkatan jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerja setiap tahunnya. Perkembangan ini mencerminkan peran penting UMKM tidak hanya dalam

¹⁰² Portal OJK, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.”

¹⁰³ Noor Azizah and Nur Aeni Widiastuti, “Implementasi Sistem Informasi Geografis Pencarian Lokasi UMKM Di Kabupaten Jepara,” *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak* 1, no. 1 (2019): 56.

menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Dalam rangka mendukung penguatan sektor tersebut, Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Jepara menginisiasi program UMKM Jepara Center sebagai wadah pembinaan dan pengembangan kapasitas pelaku usaha. Selain itu Pemerintah Kabupaten Jepara juga menetapkan Peraturan Daerah Nomor 19 Tahun 2012 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagai bentuk komitmen dalam mendorong pertumbuhan UMKM yang berlandaskan prinsip keadilan ekonomi¹⁰⁴.

4.1.2 Visi dan Misi

a. Visi

“Jepara religious, Maju, Damai, Sejahtera, Demokratis, dan Berdaya Saing”

b. Misi

1. Peningkatan kualitas sumber daya manusia yang religius, berilmu (cerdas), dan sehat
2. Peningkatan ekonomi masyarakat dan daerah berbasis pada industri pertanian dan pariwisata, didukung dengan sektor lain yang berdaya saing tinggi
3. Pengembangan tata pemerintahan yang baik didukung dengan kompetensi dan profesionalitas aparatur dalam pelaksanaan pembangunan, pemerintahan dan pelayanan publik
4. Peningkatan prasarana dan sarana yang menjunjung pengembangan kawasan (wilayah) berbasis pada kemampuan dan potensi lokal
5. Pengembangan kehidupan sosial budaya dalam rangka mendukung terciptanya kondisi daerah yang tertib, aman, demokratis, dan kondusif
6. Peningkatan kualitas lingkungan hidup didukung dengan pengelolaan tata ruang dan sumber daya alam secara berkesinambungan¹⁰⁵.

¹⁰⁴ Khoirul Anam, “Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Di Kabupaten Jepara,” *Journal of Political and Government Studies* 8, no. 3 (2019): 4.

¹⁰⁵ Diskominfo Jepara, “Visi Dan Misi Jepara,” accessed February 27, 2025, <https://jepara.go.id/>.

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun hasil analisis pengelompokkan responden sesuai dengan jenis kelaminnya, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	39	39.0	39.0	39.0
Valid Perempuan	61	61.0	61.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.1 penelitian ini melibatkan sebanyak 100 responden yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari total responden tersebut sebanyak 39% merupakan laki-laki, sedangkan mayoritas yaitu 61%, merupakan perempuan.

4.2.2 Berdasarkan Usia

Hasil analisis responden berdasarkan kategori usia dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 2
Usia Responden

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<25 tahun	16	16.0	16.0	16.0
26 - 35 tahun	34	34.0	34.0	50.0
Valid 36 - 45 tahun	30	30.0	30.0	80.0
46 - 55 tahun	18	18.0	18.0	98.0
>55 tahun	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan data yang tersaji dalam Tabel 4.2 distribusi responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok usia terbanyak berada pada rentang 26 – 35 tahun, yaitu sebesar 34% dari total responden. Setelah itu kelompok usia 36 – 45 tahun menempati posisi kedua dengan jumlah 30%, diikuti oleh responden berusia 46 – 55 tahun yang mencakup 18%

dari total responden. Selanjutnya kelompok usia di bawah 25 tahun memiliki proporsi sebesar 16%. Sementara itu, responden paling sedikit berasal dari kelompok usia di atas 55 tahun dengan jumlah hanya 2% dari keseluruhan responden.

4.2.3 Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Data mengenai responden berdasarkan tingkat pendidikan terdapat pada tabel dibawah:

Tabel 4. 3
Tingkat Pendidikan Responden

		Pendidikan		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	SD/SMP	4	4.0	4.0
	SMA/SMK	42	42.0	42.0
	Diploma	16	16.0	16.0
	Sarjana	37	37.0	37.0
	Pascasarjana	1	1.0	1.0
	Total	100	100.0	100.0

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan data yang terdapat dalam Tabel 4.3, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan terakhir di jenjang SMA/SMK, dengan persentase sebesar 42% dari total responden. Di posisi kedua, terdapat responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir di jenjang Sarjana, dengan jumlah sebesar 37%. Sementara itu sebanyak 16% responden tercatat memiliki tingkat pendidikan Diploma, selanjutnya responden dengan tingkat pendidikan SD/SMP memiliki proporsi sebesar 4%. Adapun kelompok responden dengan tingkat pendidikan tertinggi, yakni Pascasarjana memiliki jumlah paling sedikit, yaitu hanya 1%.

4.2.4 Berdasarkan Pendapatan

Berikut data hasil analisis responden berdasarkan tingkat pendapatannya:

Tabel 4. 4
Pendapatan Responden

Pendapatan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<1.000.000	3	3.0	3.0	3.0
1.000.000 s/d 3.000.000	42	42.0	42.0	45.0
3.000.000 s/d 6.000.000	41	41.0	41.0	86.0
6.000.000 s/d 10.000.000	13	13.0	13.0	99.0
>10.000.000	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.4, mayoritas responden memiliki pendapatan dalam rentang Rp1.000.000 s/d Rp3.000.000, dengan persentase sebesar 42%. Selisih satu persen di bawahnya, terdapat kelompok responden dengan pendapatan Rp3.000.000 s/d Rp6.000.000, yang mencapai 41%. Selanjutnya, responden dengan pendapatan Rp6.000.000 s/d Rp10.000.000 berjumlah 13%, sementara kelompok dengan pendapatan di bawah Rp1.000.000 memiliki persentase sebesar 3%. Adapun responden dengan pendapatan lebih dari Rp10.000.000 merupakan kelompok paling sedikit, dengan jumlah hanya satu persen dari total responden.

4.2.5 Berdasarkan Skala Usaha

Data terkait responden berdasarkan kategori skala usahanya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5
Skala Usaha Responden

Skala Usaha				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Usaha Mikro	52	52.0	52.0	52.0
Usaha Kecil	35	35.0	35.0	87.0
Usaha Menengah	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 4.5, mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan pemilik usaha mikro, dengan persentase sebesar 52%. Sementara itu, responden yang memiliki usaha kecil berada di posisi tengah dengan jumlah 35%. Adapun responden dengan usaha menengah merupakan kelompok paling sedikit, dengan total hanya 13%.

4.3 Hasil Analisis Uji Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas ini diterapkan untuk menentukan apakah instrument survei yang dilakukan memenuhi kriteria validitas. Peneliti menerapkan uji validitas dengan taraf signifikansi 5% untuk menilai kelayakan setiap item pertanyaan yang akan digunakan. Dengan jumlah df sebesar $n-2$, yaitu 98 ($df = 100-2$), nilai r -tabel dengan taraf signifikansi 5% yaitu 0,195. Jika nilai r hitung lebih besar dari 0,195 maka item pernyataan dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila nilai r hitung lebih kecil dari 0,195 maka item itu dianggap tidak valid. Hasil pengolahan data dari uji validitas terkait *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Sharia Financial Literacy</i> (X1)	X1.1	0,564	0,195	Valid
	X1.2	0,636	0,195	Valid
	X1.3	0,633	0,195	Valid
	X1.4	0,478	0,195	Valid
	X1.5	0,626	0,195	Valid
	X1.6	0,700	0,195	Valid
	X1.7	0,641	0,195	Valid
	X1.8	0,553	0,195	Valid
<i>Product Knowledge</i> (X2)	X2.1	0,543	0,195	Valid
	X2.2	0,572	0,195	Valid
	X2.3	0,650	0,195	Valid
	X2.4	0,687	0,195	Valid
	X2.5	0,659	0,195	Valid
	X2.6	0,625	0,195	Valid
<i>Disposable Income</i> (X3)	X3.1	0,469	0,195	Valid
	X3.2	0,605	0,195	Valid
	X3.3	0,482	0,195	Valid
	X3.4	0,597	0,195	Valid

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Disposable Income (X3)</i>	X3.5	0,639	0,195	Valid
	X3.6	0,596	0,195	Valid
Minat Menabung (Y)	Y.1	0,718	0,195	Valid
	Y.2	0,683	0,195	Valid
	Y.3	0,748	0,195	Valid
	Y.4	0,717	0,195	Valid
	Y.5	0,687	0,195	Valid
	Y.6	0,773	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan hasil uji validitas dapat dilihat bahwa nilai r hitung untuk setiap item pertanyaan pada masing-masing variabel melebihi nilai r tabel, yaitu 0,195. Dengan demikian, r hitung memiliki nilai positif dan memenuhi kriteria R hitung lebih besar dibandingkan r tabel, sehingga data yang diperoleh dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi dan stabilitas suatu skor (alat ukur) dalam pengukuran. Konsep ini berfokus pada masalah konsistensi dan akurasi. Sebuah hasil pengukuran dianggap dapat dipercaya jika pengukuran yang dilakukan beberapa kali pada kelompok subjek yang sama menghasilkan hasil yang relatif sama, asalkan aspek yang diukur tidak berubah.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk menentukan apakah instrumen yang digunakan bersifat reliabel atau tidak. Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha*, di mana suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hasil pengolahan data dari uji reliabilitas terkait *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Role of Thumb	Keterangan
<i>Sharia Financial Literacy</i> (X1)	0,840	0,6	Reliabel
<i>Product Knowledge</i> (X2)	0,825	0,6	Reliabel
<i>Disposable Income</i> (X3)	0,810	0,6	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,904	0,6	Reliabel

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan Uji Validitas pada setiap variabel *sharia financial literacy*, *product knowledge*, *disposable income*, dan minat menabung dapat dilihat hasilnya bahwa *Cronbach's Alpha* memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan 0,60 sehingga dapat disebut bahwa data yang diperoleh dinyatakan reliabel.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data dalam penelitian ini memiliki distribusi normal/tidak. Data dianggap baik jika memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji normalitas data, digunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka data dikategorikan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai probabilitas kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39340073
	Absolute	.069
Most Extreme Differences	Positive	.059
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.685
Asymp. Sig. (2-tailed)		.736

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, nilai Asymp. Sig. atau probabilitas sebesar 0,736 yang lebih besar dari 0,05. Data dianggap terdistribusi dengan normal jika nilai signifikansi (Sig.) >0,05. Oleh karena itu, berdasarkan data yang diperoleh, dapat dinyatakan bahwa data di distribusikan dengan normal.

2) Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah adanya hubungan antara variabel independen pada model regresi. Model regresi yang ideal harusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mengidentifikasi adanya multikolinearitas dalam model regresi, dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-2.071	2.148		-.964	.337		
Sharia Financial Literacy	.317	.074	.386	4.283	.000	.527	1.896
Product Knowledge	.289	.118	.237	2.455	.016	.461	2.170
Disposable Income\	.321	.098	.273	3.274	.001	.617	1.621

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.9 hasil uji multikolinearitas terhadap variabel independen (*sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income*) menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Variabel *sharia financial literacy* terdapat nilai *tolerance* sebesar 0,527 dengan nilai VIF sebesar 1,896. Variabel *product knowledge* menghasilkan nilai *tolerance* sebesar 0,461 dan nilai VIF sebesar 2,170. Sedangkan variabel *disposable income* dengan hasil nilai *tolerance* sebesar 0,617 dan nilai VIF sebesar 1,621. Oleh karena itu, dinyatakan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan varians pada residual atau antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Terdapat beberapa metode guna mendeteksi heteroskedastisitas dalam model regresi, akan tetapi dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah uji Glejser.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.551	1.377	2.578	.011
	Sharia Financial Literacy	-.016	.047	-.048	.732
	Product Knowledge	-.055	.075	-.108	.469
	Disposable Income\	.002	.063	.004	.976

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan Tabel 4.10, pengujian menggunakan metode uji Glejser dengan melihat nilai signifikansi (t sig). Hasil menunjukkan bahwa setiap item variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu pada variabel *sharia financial literacy* sebesar 0,732 variabel *product knowledge* sebesar 0,469 dan variabel *disposable income* dengan angka 0,976. Oleh karena itu, maka dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Hipotesis

1) Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) serta menentukan variabel yang memberikan dampak paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, digunakan metode regresi linear berganda dengan jenis persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Minat Menabung

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Variabel X1

β_2 = Koefisien Variabel X2

β_3 = Koefisien Variabel X3

X1 = *Sharia Financial Literacy*

X2 = *Product Knowledge*

X3 = *Disposable Income*

e = *Error*

Tabel 4. 11
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.071	2.148		-.964	.337
Sharia Financial Literacy	.317	.074	.386	4.283	.000
Product Knowledge	.289	.118	.237	2.455	.016
Disposable Income	.321	.098	.273	3.274	.001

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan Tabel 4.17, persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -2,071 + 0,317 + 0,289 + 0,321 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta (α) sebesar -2,071 menunjukkan bahwa jika variabel *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* dianggap tidak ada atau bernilai nol maka Y (minat menabung) hanya sebesar -2,071. Hal ini mengindikasikan bahwa tanpa adanya *financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* pelaku UMKM di Kabupaten Jepara cenderung tidak memiliki minat untuk menabung.
- b) Koefisien regresi variabel *sharia financial literacy* (X1) sebesar 0,317 menunjukkan bahwa variabel ini memiliki hubungan positif dengan variabel dependen. Artinya, setiap kenaikan 1% dalam literasi keuangan syariah akan meningkatkan Y (minat menabung) sebesar 0,317 dengan asumsi variabel lain tetap.
- c) Koefisien regresi variabel *product knowledge* (X2) sebesar 0,289 menunjukkan variabel ini juga memiliki hubungan positif dengan variabel dependen. Artinya, setiap kenaikan 1% dalam *product knowledge* akan meningkatkan Y (minat menabung) sebesar 0,289 dengan asumsi variabel lain tetap.
- d) Koefisien regresi variabel *disposable income* (X3) sebesar 0,321 artinya bahwa variabel ini memiliki hubungan positif dengan variabel dependen. Dengan kata lain, setiap kenaikan 1% dalam *disposable income* akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 0,321 dengan asumsi variabel lain tetap.

Dengan demikian, ketiga variabel independen terdapat pengaruh positif terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

2) Uji Statistik T (Parsial)

Uji t statistik memiliki tujuan dalam menganalisis dampak dari setiap variabel independen pada variabel dependen. Keputusan diambil berdasarkan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Ketentuan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Perhitungan t_{tabel} dilakukan melalui rumus:

$$\begin{aligned} T_{tabel} &= \frac{\alpha}{2} : (n - k - 1) \\ &= \frac{0,05}{2} : (100 - 3 - 1) \\ &= 0,025 : 96 \\ &= 0,198498 \end{aligned}$$

Tabel 4. 12
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	-2.071	2.148	-.964	.337
	Sharia Financial Literacy	.317	.074	.386	4.283
	Product Knowledge	.289	.118	.237	2.455
	Disposable Income	.321	.098	.273	3.274

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Interpretasi hasil uji t (parsial) berdasarkan Tabel 4.11 adalah sebagai berikut:

- a) Hasil nilai uji t pada variabel *sharia financial literacy* yaitu sebesar 4,283 yang menandakan bahwa t hitung lebih besar dibandingkan t tabel $4,283 > 0,1984$ dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 sehingga H1 diterima. Hal ini menandakan bahwa *sharia financial literacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara.
- b) Hasil nilai uji t pada variabel *product knowledge* sebesar 2,455 dimana menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dibandingkan t tabel yaitu $2,455 > 0,1984$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dibanding 0,05 yaitu 0,016 sehingga memberikan hasil bahwa H2 diterima. Artinya, *product knowledge* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara.
- c) Hasil nilai uji t pada variabel *disposable income* sebesar 3,274 yang memiliki arti bahwa t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu $3,274 > 0,1984$ dengan nilai signifikansi berada di angka 0,001 yang lebih kecil dibanding 0,05 meandakan bahwa H3 diterima. Artinya, *disposable income* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara.

3) Uji Statistik F (Simultan)

Uji F memiliki tujuan untuk mengukur seberapa besar variabel independen yang digunakan dapat menjelaskan variabel terkait. Dalam penelitian ini, variabel independen yang dianalisis adalah *sharia financial literacy* (X1), *product knowledge* (X2), dan *disposable income* (X3) yang secara simultan berhubungan dengan variabel terkait, yaitu minat menabung (Y). Selain itu, uji ini juga digunakan untuk menilai kesesuaian model

yang digunakan. Pengujian dilakukan melalui perbandingan signifikansi nilai F hitung dengan F tabel, di mana model dianggap signifikan jika F hitung lebih besar dari F tabel.

Pembandingan F hitung dengan F tabel, nilai derajat kebebasan (df) dari F tabel dapat ditentukan menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= F(k : n - 1) \\ &= F(3 : 100 - 3) \\ &= F(3 : 97) \\ &= 2,70 \end{aligned}$$

Dengan demikian, maka dapat diketahui F tabel berada di angka 2,70. Berikut hasil uji statistik F:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Statistik F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	811.892	3	270.631	45.812	.000 ^b
Residual	567.108	96	5.907		
Total	1379.000	99			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Disposable Income, Sharia Financial Literacy, Product Knowledge

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan Tabel 4.12, diperoleh nilai F hitung sebesar 45,812 dengan signifikansi F sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel ($45,812 > 2,70$) dan nilai signifikansi F (0,000) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H4 diterima yang artinya, secara simultan *sharia financial literacy* (X1), *product knowledge* (X2), dan *disposable income* (X3) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung (Y).

4) Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi berfungsi untuk menilai seberapa efektif model menerangkan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, dimana nilai yang rendah mengindikasikan bahwa variabel bebas hanya mampu menerangkan sebagian kecil variasi variabel terikat.

Hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4. 14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.589	.576	2.431

a. Predictors: (Constant), Disposable Income, Sharia Financial Literacy, Product Knowledge

Sumber: Data Olahan, Februari 2025

Berdasarkan hasil uji yang tertera pada Tabel 4.13, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,576 atau 57,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* memberikan kontribusi sebesar 57,6% terhadap variasi variabel minat menabung (Y). Dengan kata lain model ini mampu menjelaskan 57,6% variasi pada variabel dependen, sementara itu sisanya sebesar 42,4% dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Berikut adalah penjelasan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh *sharia financial literacy* (X1), *product knowledge* (X2), dan *disposable income* (X3) terhadap minat menabung (Y) pada bank syariah, yang telah diuji dalam pembahasan sebelumnya:

4.4.1 Pengaruh *Sharia Financial Literacy* Terhadap Minat Menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara

Berdasarkan analisis data menggunakan program SPSS versi 21, variabel *sharia financial literacy* (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,317 dengan arah positif. Artinya, setiap peningkatan nilai *sharia financial literacy* sebesar 1% akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 0,317 atau 31,7%. Dengan maksud lain, semakin tinggi tingkat *sharia financial literacy* (literasi keuangan syariah) yang dimiliki Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara, semakin besar kemungkinan Pelaku UMKM untuk memiliki minat menabung pada bank syariah. Hasil uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *sharia financial literacy* (X1) terhadap minat menabung (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dengan t hitung (4,283) > t tabel (0,1984). Dengan demikian, disimpulkan bahwa H1 dapat diterima yang berarti *sharia financial literacy* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menjelaskan bahwa *sharia financial literacy* berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah di kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Dalam konteks TPB, sikap pelaku UMKM terhadap literasi keuangan mencerminkan keyakinan mereka terhadap manfaat dan nilai yang diperoleh dari pemahaman finansial. Jika pelaku UMKM memiliki sikap positif terhadap pengelolaan keuangan dan produk perbankan syariah, mereka akan lebih cenderung untuk mempelajari serta menerapkan konsep tersebut dalam aktivitas bisnis mereka. Selanjutnya, persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan sejauh mana pelaku UMKM merasa mampu menelusuri serta memahami suatu informasi terkait keuangan syariah. Jika mereka merasa mempunyai keterampilan serta memiliki akses yang baik pada layanan perbankan syariah, maka mereka akan lebih terdorong dalam meningkatkan literasi keuangan mereka. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *sharia financial literacy* yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Kabupaten Jepara, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk memiliki minat menabung di bank syariah sebagai bagian dari pengelolaan keuangan bisnis mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Ramadhani dan Puteri (2023) dengan judul penelitian “Pengaruh *Financial Literacy* Dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah” yang memberikan hasil bahwa variabel *financial literacy* memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah pada pedagang kaki lima. Hal ini menunjukkan apabila tingkat *financial literacy* seseorang tinggi, maka akan meningkat pula minat menabungnya di bank syariah¹⁰⁶. Hal tersebut juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Habibi, Novia, Hulwati dengan judul penelitian “Pengaruh Literasi Keuangan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Milenial Dimoderasi Halal Lifestyle di Bank Syariah” dan memberikan hasil bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Artinya, semakin tinggi literasi yang dimiliki seseorang maka akan semakin tinggi minatnya untuk menabung di bank syariah¹⁰⁷.

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa *sharia financial literacy* yang diukur menggunakan empat indikator yaitu 1) pengetahuan dasar keuangan syariah, 2) tabungan

¹⁰⁶ Latifa Ramadhani and Hesi Eka Puteri, “Pengaruh Financial Literacy Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah,” *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (2023): 91–113.

¹⁰⁷ Roihan Habibi, Aidil Novia, and Hulwati, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Milenial Dimoderasi Halal Lifestyle Di Bank Syariah,” *Jebi*, 2023, 1–19.

dan pinjaman syariah, 3) asuransi syariah, dan 4) investasi syariah memengaruhi minat menabung pada bank syariah pada kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Menandakan semakin banyak pelaku UMKM yang memahami konsep keuangan syariah semakin besar kemungkinan mereka untuk mempertimbangkan dan membandingkan layanan perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Pelaku UMKM yang mempunyai tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih proaktif dalam mencari layanan perbankan yang memberikan manfaat optimal, sehingga mempermudah mereka dalam melakukan transaksi, seperti penyetoran dan penarikan dana kapan saja dan di mana saja. Dengan demikian, pemahaman yang baik tentang keuangan syariah membantu pelaku UMKM menjadi lebih terorganisir, lebih efektif dalam mengelola keuangan, serta lebih cerdas dalam mencari informasi terkait layanan perbankan syariah.

4.4.2 Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS versi 21, variabel *product knowledge* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,289 dengan arah positif. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan dalam *product knowledge* sebesar 1% akan meningkatkan minat menabung (Y) 0,289 atau 28,9%. Dengan kata lain, semakin luas pengetahuan produk yang dimiliki oleh kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Jepara, semakin besar kemungkinan mereka untuk memiliki minat menabung di bank syariah. Hasil uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *product knowledge* (X2) terhadap minat menabung (Y) adalah $0,016 < 0,05$, dengan $t \text{ hitung } (2,455) > t \text{ tabel } (0,1984)$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif antara *product knowledge* (X2) terhadap minat menabung (Y) pada bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menjelaskan bahwa variabel *product knowledge* (X2) dapat dikaitkan dengan tiga aspek utama dalam TPB. Persepsi kontrol perilaku mengacu pada sejauh mana pelaku UMKM di Kabupaten Jepara merasa memiliki akses dan kemampuan untuk memahami informasi mengenai produk perbankan syariah. Jika mereka memiliki sumber daya, pemahaman, dan pengalaman yang cukup terkait produk bank syariah, mereka akan lebih termotivasi untuk mempertimbangkan dan memilih layanan tersebut. Selain itu, norma sosial juga

mempunyai peran penting dalam membentuk minat menabung di bank syariah. Jika lingkungan sekitar, seperti rekan bisnis, keluarga, atau komunitas usaha, memberikan dorongan positif terhadap penggunaan layanan bank syariah, maka pelaku UMKM akan lebih terdorong untuk mengikutinya. Sikap individu terhadap produk bank syariah juga memengaruhi keputusan mereka. Jika mereka memahami manfaat dan keunggulan produk perbankan syariah dibandingkan dengan konvensional, mereka cenderung mempunyai minat lebih besar dalam menabung di bank syariah. Dengan demikian semakin tinggi tingkat *product knowledge* di kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Jepara, semakin besar pula peluang mereka untuk memiliki minat menabung pada bank syariah.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novian, Anwar, Fauzi, dan Irviani (2023) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)” yang memberikan hasil bahwa variabel pengetahuan produk memberikan dampak positif terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). Maka dapat dikatakan pengaruh pengetahuan setiap jenis produk tabungan yang dimiliki seseorang akan berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)¹⁰⁸. Selain itu adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh Thohari dan Hakim (2021) yang berjudul “Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah” menunjukkan bahwa variabel *product knowledge* berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah. Artinya, apabila *product knowledge* seseorang meningkat maka dapat memperkuat keyakinan mereka dalam mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah¹⁰⁹.

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa *product knowledge* yang diukur melalui tiga indikator yaitu 1) pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, 2) pengetahuan tentang manfaat produk, serta 3) pengetahuan tentang kepuasan produk berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah di kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku UMKM yang mengetahui produk dan layanan perbankan syariah, semakin besar kemungkinan mereka untuk mempertimbangkan dan membandingkan berbagai fitur yang sesuai dengan

¹⁰⁸ Hendra Novian et al., “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (2023): 4082–91.

¹⁰⁹ Cindy Claudia Thohari and Luqman Hakim, “Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9, no. 1 (2021): 46–57.

kebutuhan bisnis mereka. Pelaku UMKM dengan tingkat pemahaman produk yang lebih tinggi akan lebih proaktif dalam mengevaluasi keunggulan dan manfaat yang ditawarkan oleh bank syariah, seperti kemudahan transaksi, transparansi biaya, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dengan demikian, pengetahuan yang cukup tentang produk perbankan syariah membantu pelaku UMKM dalam mengambil keputusan finansial yang lebih tepat, mengoptimalkan penggunaan layanan perbankan, serta meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan mereka.

4.4.3 Pengaruh *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan melalui SPSS versi 21, diperoleh nilai koefisien regresi variabel *disposable income* (X3) sebesar 0,321 dengan arah positif. Hal ini menandakan bahwa setiap kenaikan dalam *disposable income* sebesar 1% akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 0,321 atau 32,1%. Dengan kata lain semakin besar pendapatan yang tersisa setelah memenuhi kebutuhan pokok, semakin tinggi minat pelaku UMKM di Kabupaten Jepara untuk menabung di bank syariah. Hasil uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *disposable income* (X3) terhadap minat menabung (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dengan t hitung (3,274) > t tabel (0,1984). Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang bermaksud adanya pengaruh positif antara *disposable income* (X3) terhadap minat menabung pada bank syariah. Dengan demikian apabila pelaku UMKM di Kabupaten Jepara memiliki pendapatan yang lebih besar dan tersisa setelah memenuhi kebutuhan utama, maka mereka akan lebih cenderung untuk menabung di bank syariah. Sebaliknya apabila *disposable income* mereka rendah, maka minat untuk menabung di bank syariah pun akan berkurang.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan teori yang diterapkan yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB), di mana variabel *disposable income* (X3) mampu dijelaskan melalui komponen dalam TPB. Norma subjektif merujuk pada bagaimana *disposable income* memengaruhi perilaku menabung, terutama melalui tekanan sosial dan lingkungan sekitar. Jika pelaku UMKM di Kabupaten Jepara melihat bahwa rekan bisnis atau komunitas mereka memiliki kebiasaan menabung ketika memiliki pendapatan lebih, maka mereka juga akan terdorong untuk melakukan hal yang sama. Sikap terhadap perilaku juga berperan penting dalam membentuk minat menabung. Jika pelaku UMKM memiliki persepsi bahwa menabung di bank syariah dapat menyalurkan manfaat ekonomi dan

keamanan finansial, mereka akan lebih cenderung mengalokasikan sebagian dari *disposable income* mereka untuk menabung. Selain itu, persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka dalam mengelola keuangan. Jika pelaku UMKM merasa memiliki kendali atas pengeluaran dan pendapatan mereka serta akses yang mudah ke layanan perbankan syariah, maka mereka akan lebih terdorong untuk menabung secara rutin. Dengan demikian semakin tinggi *disposable income* yang dimiliki oleh pelaku UMKM, semakin besar pula peluang mereka untuk meningkatkan minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khofifah, Adriansah, Oktriawan, dan Muhammad (2023) dengan judul “*The Effect of Religiosity and Disposable Income on Interest in Saving Purwakarta Community in Islamic Banks*” memberikan hasil bahwa *disposable income* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar jumlah *disposable income* yang dimiliki oleh seseorang, maka akan semakin besar peluang mereka untuk menabung di bank syariah¹¹⁰. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Hariati dan Rochmawati (2022) dengan judul “Pengaruh Bagi Hasil, *Disposable income*, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syari’ah”. Dalam penelitian tersebut memberikan hasil bahwa variabel *disposable income* memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah, sehingga dapat disimpulkan jika tingkat *disposable income* seseorang tinggi maka minat menabung di bank syariah juga akan semakin tinggi¹¹¹.

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa *disposable income* yang diukur dengan tiga indikator yang berupa 1) pendapatan, 2) konsumsi, dan 3) tabungan berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah di kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Fakta ini mengindikasikan bahwa semakin besar pendapatan yang dapat dibelanjakan oleh pelaku UMKM setelah memenuhi kebutuhan pokok mereka, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menyisihkan sebagian pendapatannya untuk menabung di bank syariah. Pelaku UMKM dengan *disposable income* yang lebih tinggi memiliki fleksibilitas keuangan yang lebih besar, sehingga mereka lebih mampu

¹¹⁰ Nisa Nurramdhiani Khofifah et al., “The Effect of Religiosity and Disposable Income on Interest in Saving Purwakarta Community in Islamic Banks,” *Suhuf* 35, no. 2 (2023): 1–10.

¹¹¹ Fanny Putri Hariati and Rochmawati, “Pengaruh Bagi Hasil, Disposable Income, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syari’ah,” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 10, no. 3 (2022): 332–37.

mempertimbangkan berbagai pilihan tabungan dan layanan perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Selain itu dengan pendapatan yang lebih longgar mereka cenderung lebih sadar akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang, termasuk menabung untuk pengembangan usaha atau keperluan darurat. Dengan demikian *disposable income* yang lebih tinggi dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam menggunakan layanan perbankan syariah, mengoptimalkan pengelolaan keuangan mereka, serta meningkatkan kesejahteraan finansial dalam jangka panjang.

4.4.4 Pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Pelaku UMKM di Kabupaten Jepara

Berdasarkan hasil penelitian variabel *sharia financial literacy* (X1), *product knowledge* (X2), dan *disposable income* (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah di kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 45,812 dengan signifikansi F sebesar 0,000 di mana F hitung lebih besar dari F tabel ($45,812 > 2,70$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut berkontribusi dalam mendorong minat pelaku UMKM untuk menabung di bank syariah. Dengan demikian H4 diterima, yang berarti bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan, pengetahuan produk perbankan syariah, dan semakin tinggi pendapatan yang tersisa setelah kebutuhan pokok terpenuhi maka semakin besar pula minat pelaku UMKM untuk menabung di bank syariah.

Temuan penelitian ini selaras dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) di mana variabel *sharia financial literacy* (X1), *product knowledge* (X2), dan *disposable income* (X3) dapat dijelaskan melalui komponen dalam TPB. Norma subjektif berperan dalam bagaimana lingkungan sosial memengaruhi keputusan menabung. Jika pelaku UMKM di Kabupaten Jepara melihat bahwa rekan bisnis atau komunitas mereka lebih memilih menabung di bank syariah karena memahami manfaatnya dan memiliki pendapatan yang mencukupi, maka mereka juga akan terdorong untuk melakukan hal yang sama. Selain itu, sikap terhadap perilaku berkontribusi dalam membentuk minat menabung. Pelaku UMKM yang mempunyai tingkat literasi keuangan yang baik dan pemahaman yang lebih mendalam tentang produk perbankan syariah akan lebih cenderung menabung karena menyadari keuntungan serta prinsip syariah yang diterapkan. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam

mengelola keuangan. Jika pelaku UMKM merasa memiliki kendali atas pendapatan dan pengeluaran mereka serta mendapatkan akses yang mudah ke layanan perbankan syariah, maka mereka akan lebih terdorong untuk menabung secara konsisten. Dengan demikian semakin tinggi tingkat *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Kabupaten Jepara, semakin besar pula peluang mereka untuk meningkatkan minat menabung di bank syariah.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Puteri (2023) dengan judul penelitian “Pengaruh *Financial Literacy* dan *Disposible Income* Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah” yang memberikan hasil bahwa *financial literacy* dan *disposable income* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pedagang kaki lima di bank syariah. Dengan demikian jika tingkat literasi keuangan dan pendapatan pedagang terdapat kenaikan, maka minat menabung pedagang juga akan terjadi peningkatan. Selain itu adapun penelitian yang dilakukan oleh Zihanuddin, Kamaliah, dan Sakdiah (2024) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Studi Kasus Pada UMKM Kelurahan Tanjung Pura Langkat” memberikan hasil bahwa literasi keuangan syariah serta pengetahuan produk memiliki pengaruh positif secara simultan, yang berarti bahwa keputusan menabung di bank syariah para UMKM dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah dan pengetahuan produk mereka¹¹².

Dalam penelitian ini diketahui bahwa *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah di kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Fakta ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, pemahaman terhadap produk perbankan syariah, serta pendapatan yang dapat dibelanjakan setelah memenuhi kebutuhan pokok, semakin besar minat bagi pelaku UMKM untuk menabung di bank syariah. Dengan demikian kombinasi antara *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* yang lebih baik dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam memanfaatkan layanan perbankan syariah, mengoptimalkan pengelolaan keuangan mereka, serta meningkatkan kesejahteraan finansial dalam jangka panjang.

¹¹² Zihanuddin, Kamaliah, and Sakdiah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Studi Kasus Pada UMKM Kelurahan Tanjung Pura Langkat.”

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* terhadap minat menabung pada bank syariah dengan studi kasus pada pelaku UMKM di Kabupaten Jepara maka dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Variabel *Sharia Financial Literacy* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4,283 lebih besar dibandingkan t tabel ($4,283 > 1,984$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *sharia financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *sharia financial literacy* yang dimiliki oleh pelaku UMKM, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menabung di bank syariah.
2. Variabel *Product Knowledge* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 2,455 lebih besar dibandingkan t tabel ($2,455 > 1,984$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa *product knowledge* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Dengan kata lain semakin baik pemahaman pelaku UMKM terhadap produk perbankan syariah, semakin besar pula minat mereka untuk menabung di bank syariah.
3. Variabel *Disposable Income* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 3,274 lebih besar dibandingkan t tabel ($3,274 > 1,984$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *disposable income* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Semakin tinggi *disposable income* yang dimiliki oleh pelaku UMKM, semakin besar kemungkinan mereka untuk menyisihkan sebagian pendapatan mereka untuk menabung di bank syariah.
4. Variabel *Sharia Financial Literacy*, *Product Knowledge*, dan *Disposable Income* secara simultan adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung sebesar 45,812 lebih besar dibandingkan F tabel ($45,812 > 2,70$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable*

income secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Selain itu, nilai R^2 sebesar 0,576 atau 57,6% menunjukkan bahwa *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan *disposable income* memberikan kontribusi sebesar 57,6% terhadap variasi variabel minat menabung, sementara itu sisanya sebesar 42,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, baik dalam hal data maupun waktu. Oleh karena itu untuk memperoleh hasil yang lebih optimal dan cakupan yang lebih luas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

Merujuk pada temuan penelitian ini, diperlukan peningkatan edukasi dan sosialisasi mengenai *sharia financial literacy* dan *product knowledge* kepada pelaku UMKM di Kabupaten Jepara. Hal ini bertujuan agar pemahaman mereka terhadap layanan perbankan syariah semakin baik, sehingga mampu meningkatkan minat mereka untuk menabung di bank syariah.

2. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini memberikan wawasan terkait pentingnya *sharia financial literacy*, *product knowledge*, dan pengelolaan *disposable income* dalam pengambilan keputusan menabung di bank syariah. Sehingga pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan pemahaman mereka mengenai literasi keuangan dan manfaat menabung di bank syariah agar dapat mengelola keuangan bisnis mereka dengan lebih optimal.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian mendatang dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat menabung di bank syariah seperti faktor teknologi perbankan digital, tingkat kepercayaan terhadap bank syariah, atau faktor eksternal lainnya. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat menyajikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. "Metodologi Penelitian Kuantitatif." edited by Elida Mahriani, 1st ed., 205. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- . "Metodologi Penelitian Kuantitatif." edited by Elida Mahriani, 1st ed., 246–47. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- . "Metodologi Penelitian Kuantitatif." edited by Elida Mahriani, 1st ed., 258. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- . "Metodologi Penelitian Kuantitatif." edited by Elida Mahriani, 1st ed., 256. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Ahmaddien, Iskandar, and Yofy Syarkani. "Statistik Terapan Dengan Sistem SPSS." edited by Edi Warsidi, 1st ed., 40. Bandung: ITB Press, 2019.
- . "Statistik Terapan Dengan Sistem SPSS." edited by Edi Warsidi, 1st ed., 65–66. Bandung: ITB Press, 2019.
- . "Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS." In *Statistik Terapan*, edited by Edi Warsidi, 1st ed., 36. Bandung: ITB Press, 2019.
- . "Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS," 1st ed., 43. Bandung: ITB Press, 2019.
- . "Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS." In *Statistik Terapan*, edited by Edi Warsidi, 1st ed., 64. Bandung: ITB Press, 2019.
- Ajzen, Icek. "Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50 (1991): 181.
- Anam, Khoirul. "Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Di Kabupaten Jepara." *Journal of Political and Government Studies* 8, no. 3 (2019): 4.
- Asari, Andi, Misbahul Munir, Sri Gustini, Valentine Siagian, Herlina Rasjid, Siti Inayatul Faizah, Ulfi Pristiana, and Abdurohim. "Literasi Keuangan," 1st ed., 3. Malang: Madza Media, 2023.
- Ascarya. "Akad Dan Produk Bank Syariah: Konsep Dan Praktek Di Beberapa Negara." In *Bank Indonesia*, 40–42. Jakarta: Bank Indonesia, 2006.
- . "Akad Dan Produk Bank Syariah: Konsep Dan Praktek Di Beberapa Negara." In *Bank Indonesia*, 60–67. Jakarta: Bank Indonesia, 2006.
- Az-Zahra, Khoirun Nisa, Isnri Andriana, and Kemas M. Husni Thamrin. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Syariah: Studi Pada Mahasiswa S1 FE Universitas Sriwijaya." *Al-Kharaj :Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 4 (2022): 1803.

- . “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Syariah : Studi Pada Mahasiswa S1 FE Universitas Sriwijaya.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 4 (2023): 1803.
- Azizah, Noor, and Nur Aeni Widiastuti. “Implementasi Sistem Informasi Geografis Pencarian Lokasi UMKM Di Kabupaten Jepara.” *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak* 1, no. 1 (2019): 56.
- Bank Syariah Indonesia. “Segmen Usaha Tetap Menggeliat, Pembiayaan SME BSI Naik Dobel Digit.” BEWIZE by BSI, 2025. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/segmen-usaha-tetap-menggeliat-pembiayaan-sme-bsi-naik-dobel-digit>.
- Bosnjak, Michael, Icek Ajzen, and Peter Schmidt. “The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications.” *Europe’s Journal of Psychology* 16, no. 3 (2020): 353.
- Budiman, Mochammad Arif. “Pengantar Ekonomi Makro Islam.” edited by Nailiya Nikmah, 1st ed., 31. Banjarmasin: Poliban Press, 2024.
- Chrisna, Heriyati, Hernawaty, and Noviani. “Literasi Keuangan Syariah Untuk Perkembangan UMKM.” edited by Dwi Winarni, 1st ed., 21. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2023.
- Darwin, Muhammad, Reynelda Mamondol Marianne, Salman Alparis Sormin, Yuliana Nurhayati, Hardi Tambunan, Diana Sylvia, I Made Dwi Mertha Adnyana, Budi Prasetyo, Pasionista Vianitati, and Antonius Adolf Gebang. “Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif.” edited by Toman Sony Tambunan, 113–15. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Darwin, Muhammad, Reynelda Mamondol Marianne, Salman Alparis Sormin, Yuliana Nurhayati, Hardi Tambunan, Diana Sylvia, Made Dwi Mertha Adnyana, Budi Prasetyo, Pasionista Vianitati, and Antonius Adolf Gebang. “Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif.” edited by Toman Sony Tambunan, 149. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM. “Data Hasil Observasi Dengan Pelaku UMKM,” 2024.
- Daulay, Aqwa Naser, Muhammad Syahbudi, and Fauzi Arif Lubis. “Ekonomi Makro Islam.” edited by Muhammad Yafiz, 1st ed., 45. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2019.
- . “Ekonomi Makro Islam.” edited by Muhammad Yafiz, 1st ed., 48. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2019.
- . “Ekonomi Makro Islam.” edited by Muhammad Yafiz, 1st ed., 54. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2019.
- Dewan Syariah Nasional MUI. “Fatwa Dewan Syari’ah Nasional No: 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan,” 2000.

- Diskominfo Jepara. “Visi Dan Misi Jepara.” Accessed February 27, 2025. <https://jepara.go.id/>.
- Djanuarko, Robin. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dan Perilaku Menabung Pada Masyarakat Kota Batam.” *Jurnal Dimensi* 10, no. 1 (2021): 114.
- Dornbusch, Rudiger, and Stanley Fischer. *Makro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 1997.
- E. Case, Karl, Ray C. Fair, and Sharon E. Oster. *Principles of Macroeconomics*. 12th ed. Pearson Education, 2016.
- Habibi, Roihan, Aidil Novia, and Hulwati. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Milenial Dimoderasi Halal Lifestyle Di Bank Syariah.” *Jebi*, 2023, 1–19.
- . “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Milenial Dimoderasi Halal Lifestyle Di Bank Syariah.” *Jebi*, 2023, 1–19.
- Hariati, Fanny Putri, and Rochmawati. “Pengaruh Bagi Hasil, Disposable Income, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syari’ah.” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 10, no. 3 (2022): 332–37.
- . “Pengaruh Bagi Hasil, Disposable Income, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syari’ah.” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 10, no. 3 (2022): 332–37.
- Ilfiti, Khoiriyah, and Clarashinta Canggih. “The Influence of Sharia Financial Literacy, Religiosity, And Perception of Saving Students’ Interest in Sharia Banks.” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* 3, no. 2 (2021): 113–34.
- Khofifah, Nisa Nurramdhiani, Adriansah, Wawan Oktriawan, and Adamu Abubakar Muhammad. “The Effect of Religiosity and Disposable Income on Interest in Saving Purwakarta Community in Islamic Banks.” *Suhuf* 35, no. 2 (2023): 1–10.
- . “The Effect of Religiosity and Disposable Income on Interest in Saving Purwakarta Community in Islamic Banks.” *Suhuf* 35, no. 2 (2023): 1–10.
- Kurniawan, Muhammad, and Eka Septiana. “Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah).” *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2020): 58.
- . “Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah).” *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2020): 55–67.
- . “Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar

- Lampung Tengah).” *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2020): 60.
- . “Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah).” *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (October 16, 2020): 56.
- Liriwati, Fahrina Yustiasari, I Ketut Suardika, Tri Yusnanto, Anita Sitanggang, Marsella Desriyarini Gui, Muqarramah Sulaiman Kurdi, Musyarrafag Sulaiman Kurdi, Muliani, and Wardah. “Pendidikan Literasi.” edited by Syarifuddin, 1st ed., 1–2. Kalimantan Selatan: PT.Literatus Digitus Indonesia, 2024.
- Lita Faridah, Nur, Lukman Hakim, and Tri Sudarwanto. “Pengaruh Pembelajaran Insert Ekonomi Syaiah, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2021): 98–113.
- Maarif, Syamsul Dwi. “4 Tingkat Literasi Keuangan Menurut OJK Dan Indikatornya.” *tirto.id*, 2023. <https://tirto.id/4-tingkat-literasi-keuangan-menurut-ojk-dan-indikatornya-gPfV>.
- Mahgalena, Wahab, and Choirul Huda. “Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank.” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 3, no. 1 (2021): 48.
- . “Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank.” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 3, no. 1 (2021): 50.
- Maqdis. “Tafsir Surat Al Baqarah Ayat 266-268.” *tafsiralquran.id*, 2020. <https://tafsiralquran.id/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-266-268/>.
- Mayasari, Selvi. “Penyaluran Pembiayaan Perbankan Syariah Ke Sektor UMKM Tumbuh Positif.” *Kontan.co.id*, 2024. <https://keuangan.kontan.co.id/news/penyaluran-pembiayaan-perbankan-syariah-ke-sektor-umkm-tumbuh-positif>.
- Mulyani, Sri Rochani. “Metodologi Penelitian,” 1st ed., 7. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- . “Metodologi Penelitian,” 1st ed., 27. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- . “Metodologi Penelitian,” 1st ed., 23. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Mustika Syahputri, Khasanah, and Ahmad Amin Dalimunte. “Pengaruh Product Knowledge Dan Persepsi Nasabah Terhadap Preferensi Menabung Di Bank Syariah Dengan Disposable Income Sebagai Variabel Moderating.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 3 (2023): 901.
- Nanda, Teuku Syifa Fadrizha, Ayumiati Ayumiati, and Rahmaton Wahyu. “Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh.” *JIHBIZ:Global Journal of*

- Islamic Banking and Finance*. 1, no. 2 (2019): 141.
- Novian, Hendra, Muhamad Wardany Anwar, Fauzi Fauzi, and Rita Irviani. "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (2023): 4082–91.
- Novian, Hendra, Muhamad Wardany Anwar, Fauzi, and Rita Irviani. "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (2023): 4085.
- . "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (2023): 4082–91.
- Nurlaeli, Ida. "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas." *Islamadina* 18, no. 2 (2017): 84.
- Nurudin, Khoirul Anwar, and Hidayaturrosyida. "Analysis Of The Effect Of Islamic Product Attributes, Servicescape, And Interpersonal Communications On Customer Satisfaction Bank BTN Syariah KCPS Ngaliyan." *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 2, no. 2 (2020): 213.
- Nurudin, Johan Arifin, and Anang Ma'ruf. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." *EL MUDHORIB: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2021): 9.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Statistik Perbankan Syariah," 2024, 56.
- Otoritas Jasa Keuangan, and Badan Pusat Statistik. "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK)," 2024.
- . "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2024," 2024.
- Peter, J. Paul, and Jerry Corrie Olson. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. 9th ed. McGraw-Hill, 2010.
- Portal Data Jawa Tengah. "Jumlah UMKM Jawa Tengah 2024." data.jatengprov.go.id, 2024. <https://data.jatengprov.go.id/id/dataset>.
- . "Jumlah UMKM Kabupaten Jepara 2024," 2024. <https://data.jatengprov.go.id/dataset/tahun-2023jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-dan-usaha-besar-menurut-sektor-ekonomi>.
- Portal OJK. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro,

- Kecil, Dan Menengah,” 2008.
- . “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah,” 2008, 5.
- Putri Ayu Wulandari, Novia, and Diah Hari Suryaningrum. “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomika* 10, no. 2 (2021).
- Putri, Wahyu Endah Christiani, and Ani Apriani. “Edukasi Pengelolaan Keuangan Dan Pentingnya Menabung Sejak Dini.” *Ekonomi Kreatif Dan Kewirausahaan*, 2022, 2.
- Rahayu, Nadi Harvita, and Luqman Hakim. “Pengaruh Pengetahuan Produk, Inklusi Keuangan Syariah, Lingkungan Sosial, Dan Disposable Income Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 8 (2024): 5436.
- . “Pengaruh Pengetahuan Produk, Inklusi Keuangan Syariah, Lingkungan Sosial, Dan Disposable Income Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.” *Al-Kharaj :Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 8 (2024): 5436.
- Raihan. “Metodologi Penelitian,” 87. Jakarta: Universitas Islam Jakarta, 2017.
- Ramadhani, Latifa, and Hesi Eka Puteri. “Pengaruh Financial Literacy Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah.” *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (2023): 91–113.
- . “Pengaruh Financial Literacy Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah.” *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (2023): 91–113.
- . “Pengaruh Financial Literacy Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Pedagang Kaki Lima Di Bank Syariah.” *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (November 29, 2023): 91–113.
- Resyakila. “Disposable Income Dan Pengaruhnya Pada Kondisi Keuangan Keluarga.” edited by Tim Elementa, 30. Elementa Media, 2022.
- Sanita, Santi, Aini Kusniawati, and Marlina Nur Lestari. “Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention.” *Business Management and Entrepreneurship Journal* 1, no. 3 (2019): 178.
- Septiani, Nita Olivia. “Analisis Pemahaman Masyarakat UMKM Meubel Terhadap Program Kredit Usaha Rakyat Di Bank Syariah Indonesia Kcp Jepara Pemuda 1.” *Sharef* 1, no. 1 (2023): 38–39.

- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D," 19th ed., 80. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D," 19th ed., 81. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D," 19th ed., 142. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D," 19th ed., 93. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D," 19th ed., 147. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D," 19th ed., 7–8. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suprianti, Erni, and Ajeng Wahyuni. "Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Alumni Pesantren Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah." *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2023): 10–20.
- . "Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Alumni Pesantren Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah." *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2023): 12.
- Suwandari, Putri, Erika Takidah, and Ati Sumiati. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Tahun 2020)." *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 3, no. 5 (2024): 198.
- TafsirWeb. "Surat Al-Isra Ayat 26-27." [tafsirweb.com](https://tafsirweb.com/37728-surat-al-isra-ayat-26-27.html). Accessed March 18, 2025. <https://tafsirweb.com/37728-surat-al-isra-ayat-26-27.html>.
- Thohari, Cindy Claudia, and Luqman Hakim. "Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9, no. 1 (2021): 46–57.
- . "Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9, no. 1 (2021): 46–57.
- Werdi Apriyanti, Hani. "Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan." *Maksimum Media Akuntansi* 8, no. 1 (2017): 17.
- Wijayanti, Erna, and Miswan Ansori. "Analisis Pemahaman Literasi Keuangan Masyarakat UMKM Mebel Terhadap Kinerja Perbankan Syariah." *YUME : Journal of Management* 7, no. 3 (2024): 544.

Zihanuddin, Muhammad, Kamaliah, and Khairani Sakdiah. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Studi Kasus Pada UMKM Kelurahan Tanjung Pura Langkat.” *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 3, no. 3 (2024): 1–15.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *SHARIA FINANCIAL LITERACY*, *PRODUCT KNOWLEDGE*, DAN *DISPOSABLE INCOME* TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Jepara)

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan nama saya Zakia Hasna Azizah mahasiswa UIN Walisongo Semarang Program Studi Perbankan Syariah angkatan 21. Saat ini, saya tengah melaksanakan penelitian sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam pengumpulan data primer. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu selaku Pelaku UMKM untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini. Setiap jawaban yang Bapak/Ibu berikan akan dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk kepentingan akademik dan dijamin keamanannya. Atas perhatian, bantuan, dan partisipasi yang diberikan, saya sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga segala urusan Bapak/Ibu senantiasa dimudahkan oleh Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

Mohon isi pertanyaan berikut sesuai dengan data diri Anda

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki – Laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ <25 tahun ☐ 45 – 55 tahun ☐ >55 tahun
☐ 26 – 35 tahun ☐ 36 – 45 tahun

Tingkat Pendidikan : ☐ SD/SMP ☐ Sarjana ☐ Diploma
☐ SMA/SMK ☐ Pascasarjana

Berapa pendapatan Anda perbulan?

☐ > Rp 1.000.000 ☐ < Rp 6.000.000 s/d 10.000.000
☐ < Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000 ☐ < Rp 10.000.000
☐ < Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000

Skala Usaha:

☐ Usaha Mikro ☐ Usaha Kecil ☐ Usaha Menengah

PETUNJUK PENGISIAN

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan. Anda diminta memilih pernyataan yang sesuai dengan diri Anda, dan bukan yang idealnya terjadi pada diri Anda. Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternative jawaban yang tersedia pada tiap-tiap pernyataan, yaitu:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Tidak ada jawaban yang benar atau salah untuk setiap pernyataan, seluruh jawaban adalah benar selama itu sesuai dengan diri Anda.

A. *Sharia Financial Literacy* (Literasi Keuangan Syariah)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
<i>Pengetahuan Dasar Keuangan Syariah</i>						
1.	Saya memahami prinsip dasar keuangan syariah, seperti larangan riba dan gharar, serta penerapannya dalam pengelolaan usaha					
2.	Saya merasa mampu membedakan produk keuangan syariah dan keuangan konvensional					
<i>Tabungan dan Pinjaman Syariah</i>						
3.	Saya memahami bahwa tabungan syariah memberikan manfaat dalam pengelolaan dana tanpa melanggar prinsip syariah					
4.	Saya merasa pinjaman syariah dapat mendukung pengembangan usaha saya tanpa melanggar prinsip Islam					

<i>Asuransi Syariah</i>						
5.	Saya memahami prinsip-prinsip yang diterapkan pada asuransi syariah					
6.	Saya yakin bahwa dana yang terkumpul dalam asuransi syariah dikelola secara transparan dan dapat mendukung keberlangsungan usaha saya					
<i>Investasi Syariah</i>						
7.	Saya mengetahui produk - produk investasi syariah					
8.	Saya memahami pentingnya investasi yang etis dan sesuai dengan ajaran Islam untuk mengembangkan usaha					

B. Product Knowledge (Pengetahuan Produk)

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
<i>Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk</i>						
1.	Saya memahami jenis-jenis produk tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah					
2.	Saya mengetahui akad yang diterapkan pada produk tabungan bank syariah, seperti akad wadiah (titipan) dan akad mudharabah (bagi hasil)					

<i>Pengetahuan tentang manfaat produk</i>						
3.	Saya memahami bahwa menabung di bank syariah dapat membantu usaha saya terhindar dari riba					
4.	Saya mengetahui manfaat menabung di bank syariah untuk memenuhi kebutuhan usaha dengan cara yang halal					
<i>Pengetahuan tentang kepuasan produk</i>						
5.	Saya merasa penggunaan produk tabungan bank syariah akan memberikan kepuasan karena sesuai dengan nilai-nilai Islam					
6.	Saya percaya bahwa produk tabungan bank syariah memberikan keuntungan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan usaha saya					

C. Disposable Income (Pendapatan siap pakai)

**Disposable Income*: Sisa pendapatan setelah dikurangi kebutuhan rumah tangga, pajak, dan zakat

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
<i>Pendapatan</i>						
1.	Pendapatan usaha saya saat ini cukup untuk menabung di bank syariah setelah memenuhi kebutuhan dasar					
2.	Pendapatan yang stabil membantu saya membuat perencanaan keuangan jangka panjang, termasuk menabung					
<i>Konsumsi</i>						
3.	Saya cenderung mengutamakan kebutuhan konsumsi usaha dan keluarga sebelum memutuskan untuk menabung					

4.	Saya berusaha mengelola konsumsi dengan bijak agar tetap memiliki ruang untuk menabung					
Tabungan						
5.	Saya memahami pentingnya menabung untuk menghadapi kebutuhan darurat atau peluang usaha di masa depan					
6.	Peningkatan pendapatan usaha mendorong saya untuk meningkatkan jumlah tabungan					

D. Minat Menabung

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Keinginan untuk mencari informasi tentang produk						
1.	Saya tertarik untuk mencari informasi tentang produk tabungan di bank syariah					
Keinginan untuk mengetahui produk tersebut						
2.	Saya ingin memahami lebih lanjut manfaat produk tabungan bank syariah untuk usaha saya					
Ketertarikan untuk mencoba						
3.	Saya tertarik untuk mencoba membuka rekening tabungan di bank syariah setelah mengetahui manfaatnya					
Pertimbangan untuk membeli						
4.	Saya akan mempertimbangkan untuk menggunakan produk tabungan bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan usaha saya					

5.	Saya percaya bahwa produk tabungan bank syariah dapat menjadi pilihan yang baik untuk mengelola keuangan usaha saya					
<i>Keinginan untuk memiliki produk</i>						
6.	Saya berminat untuk segera memiliki rekening tabungan di bank syariah					

Lampiran 2: Data Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Pendapatan	Skala Usaha
1	Amelia Nur Khasanah	Perempuan	<25 tahun	SMA/SMK	> Rp 1.000.000	Usaha Kecil
2	Elna sari	Perempuan	<25 tahun	SMA/SMK	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Mikro
3	khoiriyah	Perempuan	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Kecil
4	Dina sari basuki	Perempuan	36 - 45 tahun	SMA/SMK	> Rp 1.000.000	Usaha Kecil
5	Hendriyati	Perempuan	36 - 45 tahun	Diploma	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Kecil
6	Siti Masronah	Perempuan	>55 tahun	SD/SMP	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
7	Rusmiati	Perempuan	>55 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
8	Salamah	Perempuan	<25 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
9	Indar Miftahatul Hasanah	Perempuan	<25 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
10	Diana Hapsari	Perempuan	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
11	Muhammad Nabil	Laki-Laki	<25 tahun	Diploma	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
12	Warsi	Perempuan	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
13	kaudik	Laki-Laki	46 - 55 tahun	Diploma	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
14	Muhammad Akrom	Laki-Laki	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
15	fiqri herman santoso	Laki-Laki	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
16	Chuzi Nadira	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
17	Suparno	Laki-Laki	46 - 55 tahun	Diploma	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
18	Sonik Masfaah	Perempuan	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
19	Nurul Hikmah	Perempuan	<25 tahun	Sarjana	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Kecil
20	Nadaa Nailussa'adah	Perempuan	<25 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Menengah

21	Arif Wibowo	Laki-Laki	36 - 45 tahun	Diploma	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
22	Naura Azhifah	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Kecil
23	Diana Fasihul Lisan	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Kecil
24	Ahmad rijal	Laki-Laki	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
25	Faisal Anam	Laki-Laki	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
26	Ainur Rofiq	Perempuan	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
27	Ima Khasanah	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
28	Angga Ramadhani	Laki-Laki	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
29	Ahmad ridwan	Laki-Laki	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
30	M FAQIH	Laki-Laki	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
31	Ahmad Thosin	Laki-Laki	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
32	Heni Jihan	Perempuan	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Kecil
33	Ali Mahfudlin	Laki-Laki	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
34	Laila Revana	Perempuan	<25 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
35	Haidi Rohman	Perempuan	46 - 55 tahun	Pascasarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
36	Ahmad Danang	Laki-Laki	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
37	Freudi Erlando	Laki-Laki	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
38	Erwin Maulana	Laki-Laki	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 10.000.000	Usaha Menengah
39	Baitina Amalia	Perempuan	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
40	Syamsul Abidin	Laki-Laki	36 - 45 tahun	Diploma	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
41	Zenisa Nabilla	Perempuan	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro

42	Amalia Nanda	Perempuan	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
43	Muhammad Abyas Tsani	Laki-Laki	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
44	Muhammad Nur Fauzi	Laki-Laki	<25 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
45	Virdania Azalea	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
46	Amin fatah	Laki-Laki	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Kecil
47	Muhammad Nafis	Laki-Laki	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
48	Ryan Mahendra	Laki-Laki	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
49	Pipit Ayu Kurnia	Perempuan	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
50	Andre Kurniawan	Laki-Laki	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
51	Salma Zella	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
52	Naufal Arsyaka	Laki-Laki	<25 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
53	Sri Wahyuni	Perempuan	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
54	Anisa Nurlaila	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
55	Badruddin	Laki-Laki	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
56	Fazat Hasna'	Perempuan	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
57	Anisa Wardani	Perempuan	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
58	Elena Fauzia	Perempuan	<25 tahun	Sarjana	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
59	Silvia Kharisma	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
60	Siti Wiyono	Perempuan	46 - 55 tahun	SD/SMP	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
61	Anisa Sari Zahrani	Perempuan	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
62	Abdul Wakhid	Laki-Laki	46 - 55 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah

63	Ulfaulin	Perempuan	36 - 45 tahun	Diploma	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
64	Nurul Faizah	Perempuan	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
65	Yusuf Randi	Laki-Laki	26 - 35 tahun	Diploma	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
66	Rini Susanti	Perempuan	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
67	Muhammad Mustiko	Laki-Laki	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
68	Dea Vionalia	Perempuan	<25 tahun	Sarjana	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
69	Dona Sukma	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
70	Evi Erna Yanti	Perempuan	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
71	Hudzaifah Syari	Perempuan	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
72	Robitotul Husna	Perempuan	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
73	Muhammad Nafis	Laki-Laki	<25 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
74	Abdul Aziz	Laki-Laki	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
75	Rini Sa'adati	Perempuan	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
76	Santi Della	Perempuan	<25 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
77	Yuyun Indriyana	Perempuan	46 - 55 tahun	Diploma	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
78	Sekar Arum	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Menengah
79	Abdul Khamid	Laki-Laki	46 - 55 tahun	Diploma	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
80	Nurul Aini	Perempuan	36 - 45 tahun	SMA/SMK	> Rp 1.000.000	Usaha Mikro
81	Noor Chayati	Perempuan	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
82	Melinda Eriyani	Perempuan	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
83	Uliel Saputra Aji	Laki-Laki	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro

84	HErnis anysa sulistyowati	Perempuan	26 - 35 tahun	Diploma	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
85	Romlach	Perempuan	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
86	Hanik Susilo	Perempuan	36 - 45 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
87	Avinda Deviana	Perempuan	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
88	Sholihuddin	Laki-Laki	46 - 55 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
89	Puput Rida Anggita	Perempuan	<25 tahun	SD/SMP	< Rp 6.000.000 s/d 10.000.000	Usaha Kecil
90	Doni Saputra	Laki-Laki	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
91	Ely Fusfitasari	Perempuan	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
92	Rizky Cantika Larasati	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Mikro
93	Sahrul Wibowo Ariyanto	Laki-Laki	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
94	Muhammad Nazarudin Salimi	Laki-Laki	<25 tahun	Sarjana	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Kecil
95	Silfia Rahmatul Husna	Perempuan	26 - 35 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
96	Friska Amalia	Perempuan	26 - 35 tahun	Sarjana	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
97	Toyib Wahyu Nugroho	Laki-Laki	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
98	Ahmad Junaidi	Laki-Laki	26 - 35 tahun	Diploma	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro
99	Nurhidayati	Perempuan	46 - 55 tahun	SMA/SMK	< Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000	Usaha Kecil
100	Ahmad Malik	Laki-Laki	36 - 45 tahun	SMA/SMK	< Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	Usaha Mikro

Lampiran 3: Tabulasi Data

Variabel X1 (*Sharia Financial Literacy*)

No Responden	X1								TOTAL
	Butiran Pernyataan								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	3	5	5	2	1	2	5	26
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	5	5	5	1	2	4	5	5	32
4	3	3	5	5	3	5	3	5	32
5	5	3	4	3	3	3	3	4	28
6	4	4	4	4	4	4	4	5	33
7	5	3	4	3	2	3	4	5	29
8	4	4	5	4	3	4	3	4	31
9	5	4	4	5	3	5	4	5	35
10	4	5	5	5	4	4	5	5	37
11	4	4	3	3	3	3	3	3	26
12	4	4	4	4	3	4	3	5	31
13	5	5	4	4	3	4	5	5	35
14	5	4	4	4	3	4	4	5	33
15	3	5	3	3	2	3	5	4	28
16	4	5	5	5	3	4	5	5	36
17	3	4	4	3	4	3	5	5	31
18	5	5	4	4	4	5	4	4	35
19	2	2	3	4	3	3	3	3	23
20	4	4	4	5	4	4	4	4	33
21	3	3	1	1	1	1	1	3	14
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	4	4	4	4	4	5	3	32
25	3	3	5	3	3	3	1	3	24
26	4	4	5	4	2	4	3	3	29
27	3	4	4	4	4	5	4	3	31
28	5	5	5	4	3	4	3	4	33
29	4	5	5	4	2	4	3	4	31
30	3	3	3	3	3	3	2	2	22
31	3	3	4	4	2	4	3	3	26
32	4	4	5	4	3	4	4	5	33
33	4	3	3	3	3	3	3	4	26
34	3	3	4	4	2	4	4	3	27
35	5	4	4	4	4	4	5	5	35
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32

37	4	3	4	4	3	4	4	4	30
38	3	3	4	3	3	4	4	4	28
39	4	3	4	4	4	4	3	5	31
40	5	5	4	4	4	5	4	5	36
41	4	4	4	5	4	4	5	5	35
42	5	5	4	4	4	4	4	5	35
43	5	4	4	4	5	4	4	4	34
44	5	5	4	3	2	3	2	5	29
45	4	3	4	5	3	4	3	5	31
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	3	5	4	4	3	4	3	4	30
49	5	5	5	5	4	4	4	4	36
50	4	4	5	4	3	3	4	5	32
51	4	5	4	4	4	5	3	4	33
52	3	3	4	3	2	4	3	4	26
53	4	4	4	5	4	4	5	5	35
54	5	5	5	5	3	4	3	4	34
55	5	4	4	4	4	4	4	5	34
56	5	4	5	5	4	4	3	4	34
57	5	3	4	3	3	4	3	5	30
58	4	4	4	4	2	3	3	4	28
59	5	5	5	4	4	4	5	5	37
60	4	4	4	4	3	3	3	4	29
61	5	4	4	4	4	4	4	5	34
62	5	5	4	3	4	4	4	5	34
63	4	4	4	4	3	3	4	4	30
64	5	4	5	5	4	4	4	5	36
65	3	3	4	4	3	4	4	4	29
66	4	4	4	5	4	5	4	4	34
67	3	3	4	4	3	4	3	4	28
68	3	3	4	3	3	4	3	4	27
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	5	3	3	3	3	3	4	5	29
72	5	3	4	3	3	4	3	5	30
73	5	5	4	4	4	4	3	5	34
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	5	3	4	3	2	3	3	5	28
76	3	2	3	4	2	3	2	4	23
77	4	4	5	3	3	4	4	5	32
78	5	5	5	5	5	5	4	5	39
79	4	4	4	3	4	3	4	5	31

80	4	2	4	3	2	3	3	4	25
81	5	5	4	4	4	4	4	5	35
82	4	4	4	3	3	3	4	5	30
83	3	2	3	3	2	3	3	4	23
84	2	2	2	2	2	2	2	2	16
85	4	4	4	1	1	2	4	4	24
86	4	4	4	3	3	3	3	4	28
87	5	3	4	3	2	3	3	5	28
88	4	4	4	4	3	3	4	5	31
89	2	2	2	5	2	2	1	2	18
90	4	3	4	2	3	3	3	4	26
91	5	4	4	4	3	3	3	5	31
92	4	4	5	4	3	4	4	5	33
93	4	4	4	4	3	4	4	5	32
94	5	4	4	4	4	4	4	4	33
95	3	3	4	4	3	4	3	4	28
96	5	4	5	4	4	4	4	5	35
97	4	4	5	3	3	4	4	5	32
98	5	5	2	2	5	2	5	5	31
99	4	3	4	4	3	3	3	4	28
100	3	3	4	3	3	4	3	5	28

Variabel X2 (Product Knowledge)

No Responden	X2						TOTAL
	Butiran Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	3	2	4	3	2	4	18
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	5	5	5	5	26
5	3	3	3	4	3	3	19
6	4	4	4	5	4	4	25
7	3	4	3	4	4	4	22
8	3	3	4	4	5	4	23
9	5	5	5	4	3	5	27
10	4	4	5	5	4	4	26
11	4	4	4	3	3	2	20
12	3	3	4	4	4	4	22
13	3	4	5	5	4	4	25
14	4	4	4	5	4	4	25
15	3	3	5	5	5	5	26

16	4	4	5	5	5	4	27
17	5	5	4	4	4	4	26
18	4	4	5	5	5	5	28
19	3	3	3	3	4	3	19
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	4	1	1	2	1	12
22	4	4	5	5	4	4	26
23	5	5	4	4	5	5	28
24	4	4	5	4	4	4	25
25	2	2	4	3	4	4	19
26	4	3	4	5	4	4	24
27	3	4	5	5	5	4	26
28	4	5	4	5	5	4	27
29	5	4	4	4	5	5	27
30	2	4	3	4	3	3	19
31	2	2	4	4	4	4	20
32	4	4	4	5	4	4	25
33	3	4	4	4	3	3	21
34	4	4	3	4	3	3	21
35	4	5	4	4	4	4	25
36	3	4	4	4	4	4	23
37	3	3	4	4	4	4	22
38	3	4	4	4	4	4	23
39	4	5	4	4	4	4	25
40	4	5	4	5	4	4	26
41	3	3	5	4	4	4	23
42	3	4	4	4	4	4	23
43	4	5	5	5	5	5	29
44	3	4	4	4	4	3	22
45	3	3	4	4	4	4	22
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	3	4	4	4	4	23
48	4	4	4	4	4	5	25
49	3	4	5	5	5	4	26
50	4	3	4	4	5	5	25
51	3	3	4	4	4	4	22
52	3	3	4	3	4	4	21
53	3	4	4	4	5	4	24
54	4	4	4	5	5	5	27
55	3	3	4	4	4	4	22
56	3	4	5	4	4	4	24
57	3	4	4	4	4	4	23
58	3	3	4	4	4	4	22

59	4	5	4	4	4	4	25
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	4	3	3	4	3	20
63	3	3	4	4	4	4	22
64	4	4	4	4	4	4	24
65	3	3	4	4	4	4	22
66	4	4	4	5	5	5	27
67	3	3	4	3	4	4	21
68	3	3	3	4	4	4	21
69	4	5	4	4	4	4	25
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	3	4	4	4	4	23
72	3	3	3	4	4	4	21
73	4	4	5	5	4	5	27
74	3	3	4	3	3	4	20
75	3	4	4	4	4	4	23
76	3	3	4	4	4	4	22
77	4	4	4	4	4	4	24
78	5	5	5	5	5	4	29
79	4	4	3	4	3	4	22
80	3	4	4	4	4	3	22
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	3	3	4	4	3	3	20
84	4	4	5	5	5	5	28
85	4	3	4	4	4	4	23
86	3	4	4	4	4	4	23
87	3	3	4	4	4	4	22
88	3	4	4	4	4	4	23
89	1	1	1	2	2	2	9
90	3	3	3	4	4	4	21
91	4	4	4	4	5	5	26
92	4	5	5	5	5	4	28
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	4	24
95	3	3	4	4	4	4	22
96	4	4	4	5	5	5	27
97	3	3	4	5	5	5	25
98	5	5	3	3	3	2	21
99	3	4	4	4	5	4	24
100	3	3	4	5	5	4	24

Variabel X3 (*Disposable Income*)

No Responden	X3						TOTAL
	Butiran Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	3	2	4	2	4	3	18
2	3	3	4	3	4	4	21
3	2	4	4	4	4	4	22
4	3	5	5	5	5	5	28
5	3	3	3	4	4	4	21
6	4	5	3	5	5	5	27
7	3	4	5	4	4	5	25
8	4	4	5	5	5	5	28
9	4	3	4	3	5	3	22
10	2	4	5	4	5	4	24
11	3	4	3	4	3	3	20
12	3	4	5	5	5	4	26
13	4	5	4	4	5	4	26
14	4	5	5	4	4	4	26
15	5	5	3	5	5	5	28
16	5	5	3	4	5	4	26
17	3	5	4	5	4	4	25
18	3	4	3	4	5	5	24
19	4	4	4	3	4	4	23
20	5	4	4	4	4	5	26
21	3	1	3	3	2	2	14
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	4	29
24	4	4	4	4	4	5	25
25	3	5	3	5	5	5	26
26	3	4	4	4	4	4	23
27	4	5	4	5	5	5	28
28	5	5	5	4	5	4	28
29	4	5	4	5	4	5	27
30	4	4	5	4	4	4	25
31	4	5	4	4	5	4	26
32	4	4	4	4	5	5	26
33	4	5	5	5	5	5	29
34	4	4	4	4	5	5	26
35	5	4	5	5	5	5	29
36	3	4	5	4	5	5	26
37	4	4	3	4	4	3	22
38	4	5	4	5	5	5	28

39	3	4	5	4	4	5	25
40	3	4	4	4	4	4	23
41	3	4	4	4	4	4	23
42	5	5	4	4	4	4	26
43	4	4	5	5	4	4	26
44	4	5	5	5	5	5	29
45	4	4	5	4	4	4	25
46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	4	5	4	4	4	24
48	5	5	4	4	5	4	27
49	2	4	5	5	5	4	25
50	4	4	4	4	4	4	24
51	3	4	3	3	5	4	22
52	2	4	4	3	4	4	21
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	5	5	5	5	28
55	4	4	4	4	5	5	26
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	3	4	4	4	4	22
58	2	4	4	4	4	4	22
59	5	5	5	5	5	5	30
60	3	4	4	4	4	4	23
61	4	5	5	5	5	5	29
62	4	4	4	3	4	4	23
63	3	4	3	4	4	4	22
64	2	3	4	4	4	3	20
65	4	4	3	4	4	4	23
66	4	4	4	5	5	4	26
67	3	4	4	4	4	4	23
68	3	4	4	4	4	3	22
69	4	4	5	5	5	5	28
70	3	3	4	4	4	3	21
71	4	4	4	4	4	4	24
72	3	4	5	4	5	4	25
73	4	5	3	4	5	5	26
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	5	4	25
76	3	4	4	4	4	4	23
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	4	5	4	5	4	27
80	3	4	4	3	4	4	22
81	3	4	4	4	4	4	23

82	4	5	4	4	5	5	27
83	2	4	4	4	4	3	21
84	5	5	5	1	1	5	22
85	3	4	3	4	4	3	21
86	4	4	4	4	4	4	24
87	3	4	3	4	5	5	24
88	4	5	3	4	5	4	25
89	2	2	2	2	2	2	12
90	2	4	4	4	4	3	21
91	4	4	5	5	5	5	28
92	4	5	5	5	5	4	28
93	3	4	4	4	4	4	23
94	5	5	5	5	5	5	30
95	3	4	3	4	4	4	22
96	4	5	5	4	5	5	28
97	3	4	4	4	5	5	25
98	3	5	5	5	5	5	28
99	5	5	5	5	5	5	30
100	3	4	4	4	4	4	23

Variabel Y (Minat Menabung)

No Responden	Y						TOTAL
	Butiran Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	3	2	4	3	4	2	18
2	4	3	3	3	4	3	20
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	5	5	28
5	4	4	3	3	3	3	20
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	5	4	4	4	25
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	3	4	4	3	4	22
10	4	4	4	4	3	4	23
11	3	3	3	3	3	2	17
12	3	4	4	4	4	4	23
13	4	4	4	4	4	3	23
14	5	5	4	5	4	5	28
15	3	3	3	4	5	4	22
16	4	5	4	4	4	4	25
17	4	4	4	4	4	3	23

18	4	4	4	4	4	3	23
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	4	5	5	4	27
21	1	1	1	1	1	1	6
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	5	5	5	4	4	27
25	3	3	3	3	3	2	17
26	3	4	4	4	4	3	22
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	5	5	4	4	26
29	4	4	5	5	5	5	28
30	4	4	3	4	3	3	21
31	3	3	3	4	4	3	20
32	4	3	3	3	3	3	19
33	4	4	4	4	3	4	23
34	3	2	3	3	3	3	17
35	4	4	4	4	4	4	24
36	3	3	3	4	4	4	21
37	3	4	4	4	4	4	23
38	4	4	4	4	4	4	24
39	3	3	4	4	4	4	22
40	4	4	4	5	4	4	25
41	4	5	5	4	4	5	27
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	5	4	4	4	25
44	3	4	4	4	5	4	24
45	4	4	4	5	5	4	26
46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	4	4	4	3	3	21
48	3	3	3	4	4	4	21
49	4	4	4	4	4	5	25
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	3	4	4	3	22
52	3	3	3	3	4	3	19
53	4	5	4	4	4	5	26
54	4	4	4	4	5	4	25
55	3	3	4	4	4	4	22
56	3	3	3	4	4	3	20
57	3	3	3	4	4	3	20
58	3	3	3	3	4	3	19
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	4	4	4	4	3	22

61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	3	3	22
63	4	4	3	3	3	3	20
64	3	4	4	4	4	3	22
65	3	4	4	4	4	4	23
66	4	4	4	4	4	4	24
67	3	3	3	4	4	4	21
68	4	4	3	4	3	3	21
69	4	4	4	4	5	5	26
70	3	4	5	5	4	5	26
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	4	4	4	4	24
73	5	5	5	5	5	5	30
74	3	3	3	3	3	3	18
75	3	3	4	4	4	4	22
76	3	3	2	3	3	3	17
77	4	4	4	5	4	5	26
78	4	5	5	4	5	4	27
79	3	3	3	4	3	3	19
80	3	4	3	3	3	2	18
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	3	3	3	3	2	2	16
84	1	5	1	5	5	1	18
85	2	2	2	1	1	2	10
86	3	3	3	4	4	3	20
87	4	4	4	4	3	3	22
88	4	4	3	4	4	4	23
89	2	2	2	2	2	2	12
90	3	3	3	3	3	3	18
91	4	5	4	4	4	4	25
92	5	5	4	4	4	4	26
93	4	4	3	4	3	3	21
94	4	4	4	4	5	4	25
95	3	4	4	4	3	3	21
96	4	5	5	5	4	4	27
97	3	3	3	3	4	3	19
98	3	3	3	3	3	3	18
99	3	4	4	4	4	4	23
100	4	4	4	4	4	4	24

Lampiran 4: Output Data SPSS

1. Uji Validitas

a. Variabel *Sharia Financial Literacy* (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.574**	.362**	.113	.411**	.310**	.407**	.597**	.681**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.265	.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.574**	1	.426**	.232*	.485**	.423**	.550**	.392**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.020	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.362**	.426**	1	.432**	.246*	.531**	.321**	.429**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.014	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.113	.232*	.432**	1	.459**	.519**	.200*	.143	.569**
	Sig. (2-tailed)	.265	.020	.000		.000	.000	.046	.157	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.411**	.485**	.246*	.459**	1	.557**	.539**	.299**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.000		.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.310**	.423**	.531**	.519**	.557**	1	.451**	.255*	.733**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.407**	.550**	.321**	.200*	.539**	.451**	1	.487**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.046	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.597**	.392**	.429**	.143	.299**	.255*	.487**	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.157	.003	.010	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.681**	.745**	.664**	.569**	.738**	.733**	.728**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Variabel *Product Knowledge* (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.692**	.323**	.325**	.245*	.317**	.671**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.001	.014	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.692**	1	.274**	.311**	.235*	.106	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.002	.019	.294	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.323**	.274**	1	.687**	.567**	.624**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.325**	.311**	.687**	1	.670**	.637**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.245*	.235*	.567**	.670**	1	.688**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.014	.019	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.317**	.106	.624**	.637**	.688**	1	.754**
	Sig. (2-tailed)	.001	.294	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.671**	.614**	.783**	.817**	.763**	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Variabel Disposable Income (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.495**	.251*	.247*	.282**	.428**	.651**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.013	.005	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.495**	1	.301**	.522**	.497**	.621**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.251*	.301**	1	.352**	.286**	.394**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.012	.002		.000	.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.247*	.522**	.352**	1	.652**	.481**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.282**	.497**	.286**	.652**	1	.534**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.004	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.428**	.621**	.394**	.481**	.534**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.651**	.794**	.595**	.743**	.742**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Variabel Minat Menabung (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.639**	.659**	.512**	.380**	.654**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.639**	1	.611**	.715**	.538**	.544**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.659**	.611**	1	.655**	.530**	.744**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.512**	.715**	.655**	1	.725**	.656**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.380**	.538**	.530**	.725**	1	.603**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.654**	.544**	.744**	.656**	.603**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.774**	.816**	.855**	.862**	.766**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel *Sharia Financial Literacy* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	8

b. Variabel *Product Knowledge* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.825	6

c. Variabel *Disposable Income* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.810	6

d. Variabel *Minat Menabung* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	6

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39340073
	Absolute	.069
Most Extreme Differences	Positive	.059
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.685
Asymp. Sig. (2-tailed)		.736

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

4. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.071	2.148		-.964	.337		
Sharia Financial Literacy	.317	.074	.386	4.283	.000	.527	1.896
Product Knowledge	.289	.118	.237	2.455	.016	.461	2.170
Disposable Income\	.321	.098	.273	3.274	.001	.617	1.621

a. Dependent Variable: Minat Menabung

5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.551	1.377		2.578	.011
Sharia Financial Literacy	-.016	.047	-.048	-.344	.732
Product Knowledge	-.055	.075	-.108	-.727	.469
Disposable Income\	.002	.063	.004	.030	.976

a. Dependent Variable: ABS_RES

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.071	2.148		-.964	.337
Sharia Financial Literacy	.317	.074	.386	4.283	.000
Product Knowledge	.289	.118	.237	2.455	.016
Disposable Income	.321	.098	.273	3.274	.001

a. Dependent Variable: Minat Menabung

7. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.071	2.148		-.964	.337
Sharia Financial Literacy	.317	.074	.386	4.283	.000
Product Knowledge	.289	.118	.237	2.455	.016
Disposable Income	.321	.098	.273	3.274	.001

a. Dependent Variable: Minat Menabung

8. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	811.892	3	270.631	45.812	.000 ^b
Residual	567.108	96	5.907		
Total	1379.000	99			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

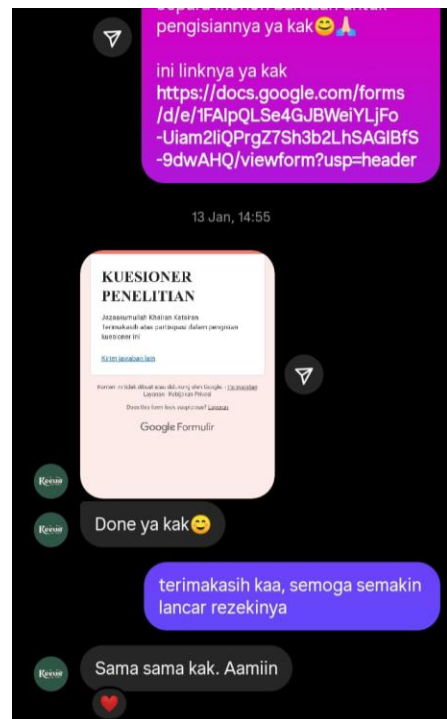
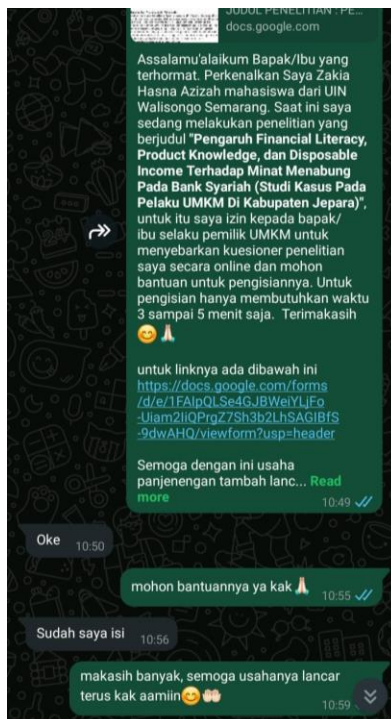
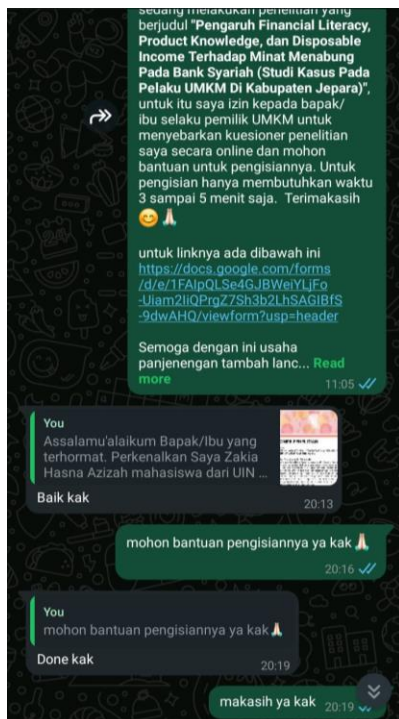
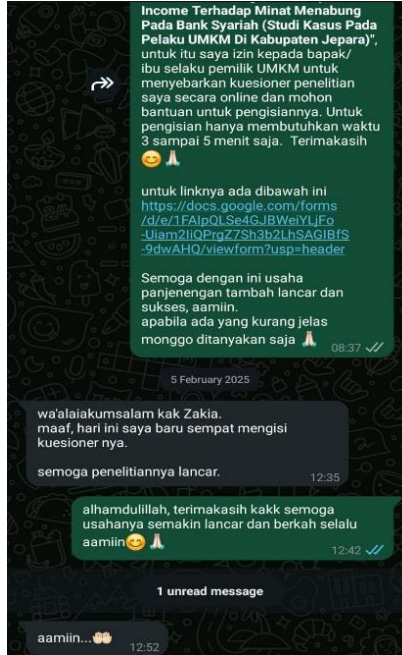
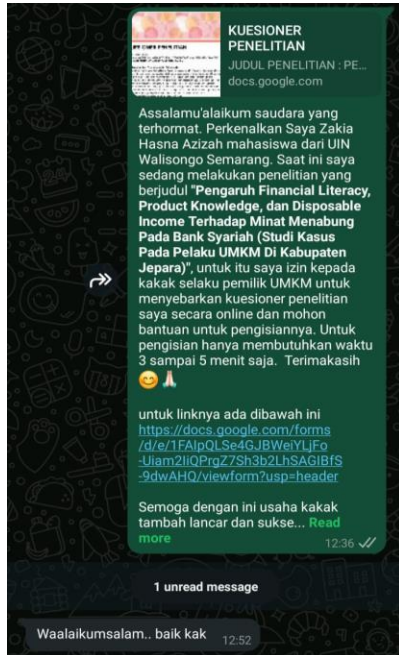
b. Predictors: (Constant), Disposable Income, Sharia Financial Literacy, Product Knowledge

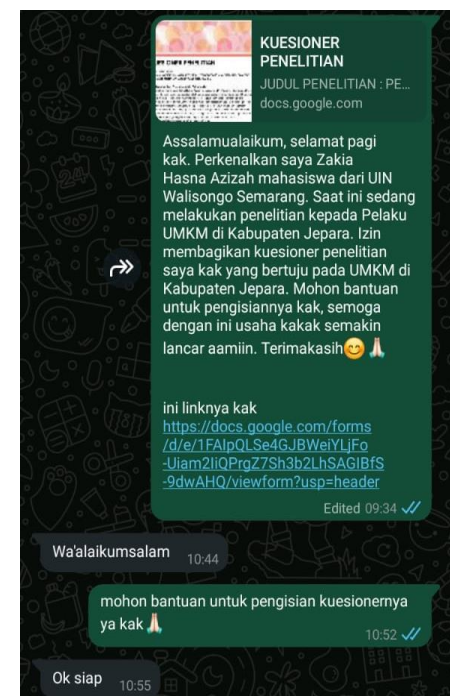
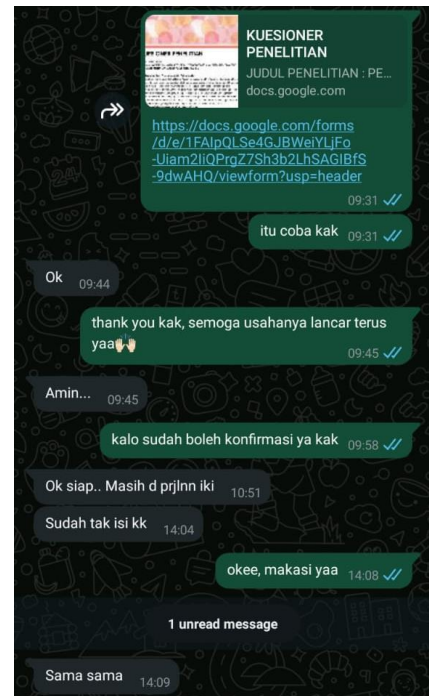
9. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.589	.576	2.431

a. Predictors: (Constant), Disposable Income, Sharia Financial Literacy, Product Knowledge

Lampiran 5: Dokumentasi Penyebaran Kuesioner





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Zakia Hasna Azizah
Tempat, Tanggal Lahir : Jepara, 04 Oktober 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jln gua kencana no 7 rt 4 rw 1, Kriyan,
Kalinyamatan, Jepara
Email : 2105036141@student.walisongo.ac.id
Institusi : UIN Walisongo Semarang
Orang Tua : Bapak : Suparno, A.Md.
Ibu : Diana Hapsari, S.E



B. Pendidikan

1. TK At-Taqwa Kriyan Jepara	(2006 - 2008)
2. SDIT SULTAN AGUNG 05 Jepara	(2008 - 2014)
3. Pondok Modern Darussalam Gontor Ngawi	(2014 – 2020)
4. UIN Walisongo Semarang	(2021 - 2025)

C. Pengalaman Organisasi

1. Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM)
2. Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Walisongo
3. Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM)

D. Pengalaman Praktik Kerja

1. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Semarang Manyaran

Daftar riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana semestinya