

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, dan Tingkat Pendapatan Mahasiswa Muslim Terhadap Minat Menabung di BMT

Septiana Felia Tri Nuryanti¹, Fuad Dhiya Ul Husaen²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Jl. Pandawa Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah, 57168

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Septiana Felia Tri Nuryanti

E-mail: septianafelia03@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the influence of service quality, product knowledge, and income level of Muslim students on their interest in saving at BMT. Research data was obtained through a research survey in the form of distributing structured questionnaires aimed at active students at the Raden Mas Said State Islamic University, Surakarta. The data obtained from the questionnaire results were then tested using multiple linear regression analysis via the IBM SPSS Statistics Version 23 platform to determine the relationship between the independent variables (service quality, product knowledge, and income level) and the dependent variable (interest in saving). The results of the analysis show that there is a negative correlation between the service quality variable and student interest, while product knowledge and student income level have a positive and significant effect on interest in saving. These three variables have been proven to jointly influence interest in saving at BMT. This finding has practical implications for BMT as a sharia microfinance institution operating in the financial sector to improve services and financial literacy in order to strengthen the increasing interest in saving for Muslim students.

Key words: Muslim students; Interest in saving; Sharia microfinance institutions

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan produk, dan tingkat pendapatan mahasiswa muslim terhadap minat menabung di BMT. Data penelitian didapatkan melalui survey penelitian berupa sebaran angket kuisisioner terstruktur yang ditujukan kepada mahasiswa muslim yang aktif di wilayah universitas islam negeri raden mas said surakarta. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuisisioner tersebut kemudian dilakukan pengujian data menggunakan analisis regresi linier berganda melalui platform IBM SPSS Statistic 23 untuk menguji hubungan variabel independen (kualitas pelayanan, pengetahuan produk, dan tingkat pendapatan) terhadap variabel dependen (minat menabung). Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif antara kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di BMT sedangkan variabel pengetahuan produk dan tingkat pendapatan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di BMT. Adapun ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi minat mahasiswa dalam menabung di BMT. Penemuan ini memiliki implikasi praktis bagi BMT sebagai lembaga keuangan

mikro syariah yang bergerak dalam bisnis jasa keuangan untuk meningkatkan layanan dan edukasi atau literasi keuangan guna memperkuat peningkatan minat menabung mahasiswa muslim. Perbaikan kualitas pelayanan, peningkatan pengetahuan produk, dan strategi yang mempertimbangkan tingkat pendapatan mahasiswa dapat menjadi kunci dalam mengembangkan *transaksi keuangan* untuk produk tabungan yang lebih efektif serta berprinsip syariah di lingkungan akademis.

Kata kunci: Mahasiswa muslim; Minat menabung; Lembaga keuangan syariah

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi, lembaga keuangan syariah sangat seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT) yang bergerak pada level lembaga keuangan mikro syariah dengan menawarkan produk jasanya berupa simpanan serta pembiayaan kini berkembang pesat (Mudhori dan Rohmah, 2022). Dalam produk simpanannya tentunya hal yang paling mempengaruhi adalah minat menabung yang berkaitan erat dengan kepercayaan nasabah terhadap BMT ataupun pengelolanya serta hubungannya terhadap tingkat perekonomian yang berkaitan langsung terhadap pendapatan mahasiswa (Rahayu, 2018). Adanya ketertarikan mahasiswa muslim untuk menabung di BMT tentunya akan menciptakan permintaan yang meningkat atas produk dan layanan keuangan syariah sehingga dapat mendorong BMT untuk terus mengembangkan inovasi produk yang dapat memenuhi kebutuhan (Hasanah & Susmita, 2021). Dengan demikian minat menabung mencerminkan kesadaran mahasiswa muslim terhadap nilai etika dan bekal literasi keuangan yang didapatkan.

Kualitas pelayanan di BMT berperan penting dalam membentuk minat menabung mahasiswa muslim karena dapat menciptakan pengalaman positif bagi mahasiswa muslim, meningkatkan kepercayaan, serta dapat membangun hubungan erat antara mahasiswa muslim dengan BMT (MS, 2020). Pengetahuan produk tabungan juga turut memainkan peran krusialnya dalam membentuk minat mahasiswa muslim dalam menabung di BMT (Yuliyati & Kurniawan, 2016). Pengetahuan tentang produk tabungan membantu mahasiswa muslim dalam memahami kesesuaiannya dengan prinsip syariah atas manfaat dan keuntungan yang akan diperoleh sehingga mendorong mahasiswa untuk berpartisipasi dalam menyadari nilai tambah atas produk tabungan tersebut (Maufiroh et al., 2023).

BMT dapat merancang strategi melalui penyesuaian produknya terhadap pendapatan mahasiswa. Mahasiswa dengan tingkat pendapatan yang stabil akan memiliki kesempatan menabung secara rutin. Sedangkan mahasiswa dengan keterbatasan ekonomi akan cenderung mempertimbangkan dan kemungkinan berpikir dua kali sebelum menabung (Maghfiroh, 2018).

Mahasiswa dengan kondisi perekonomian yang stabil mungkin lebih bersedia mengambil resiko dalam menabung sedangkan mahasiswa muslim dengan kondisi perekonomian yang dikatakan rapuh akan lebih memilih opsi tabungan yang lebih aman dan stabil (Ramadhani & Retnosari, 2022). Adapun tingkat pendapatan mahasiswa muslim juga berkaitan erat dengan tingkat literasi keuangan dimana mahasiswa yang memiliki pemahaman baik terkait manajemen keuangan akan cenderung menabung bahkan dalam kondisi perekonomian yang sulit sekalipun karena mereka menyadari urgensi menabung sebagai strategi pengelolaan keuangan (Hasanah & Susmita, 2021).

KAJIAN PUSTAKA

Minat Menabung

Minat menabung merupakan dorongan kuat baik dari internal maupun eksternal yang ada dalam setiap individu untuk melakukan kegiatan menabung atas dasar mempercayai bahwa dengan menabung akan mendapatkan sesuatu sesuai harapannya di masa mendatang. Adapun faktor internal yang paling berpengaruh terhadap minat menabung adalah faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, proses belajar, dan kepercayaan. Sedangkan faktor eksternalnya dapat meliputi faktor lingkungan dan faktor bauran pemasaran yang dilakukan oleh lembaga penyedia jasa keuangan dalam meraih minat calon nasabah (Maghfiroh, 2018). Dengan demikian, mahasiswa biasanya tertarik untuk menabung sebagian dari pendapatannya dengan berbagai tujuan seperti untuk berjaga-jaga di waktu mendatang yang akan datang ataupun sebagai bentuk investasi jangka panjang untuk mengakumulasikan kekayaan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai suatu aktivitas yang terjadi akibat adanya interaksi antara mahasiswa muslim yang menabung dengan ketersediaan fungsional suatu lembaga maupun dari faktor pegawai atau karyawan BMT (Maghfiroh, 2018). Dalam rangka menarik minat menabung mahasiswa maka perlu adanya beberapa upaya peningkatan fasilitas yang menunjang kenyamanan dalam menabung dan bertransaksi. Fasilitas yang dimaksud dapat berupa ruangan yang aman, bersih, dan rapi, terdapat kantor cabang yang lingkungannya mudah dijangkau mahasiswa misalnya kerjasama dengan pihak universitas terkait, tersedianya perangkat modern seperti mesin antrian, komputer, ataupun sarana dan prasarana fisik lainnya yang tentunya memudahkan akses mahasiswa muslim dalam menabung di BMT. Dalam hal ini kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh signifikan terhadap meningkatnya citra lembaga keuangan tersebut (Mauludia & Mulyani, 2023).

Berdasarkan penelitian terdahulu H1 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) mempengaruhi variabel minat menabung (Y).

Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk dikategorikan sebagai tingkat pemahaman mahasiswa muslim atas berbagai informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh BMT (Indarsih, 2022). Upaya peningkatan pengetahuan produk tabungan di kalangan mahasiswa muslim dapat menjadi strategi yang efektif dilakukan oleh BMT dalam menarik minat menabung dan membangun kepercayaan antar nasabahnya (Maufiroh et al., 2023). Adanya edukasi yang efektif terkait produk tabungan syariah yang ditawarkan juga dapat membantu meningkatkan pemahaman yang lebih baik sehingga hal ini dapat memicu adanya peningkatan keterlibatan mahasiswa muslim dalam aktivitas menabungnya di BMT. Berdasarkan penelitian terdahulu H2 menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Produk (X_2) mempengaruhi variabel minat menabung (Y). Secara umum produk di BMT dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Produk penghimpunan dana (funding) dimana BMT bertindak sebagai intermediasi antara pihak deposan dengan pihak kreditur dengan kegiatan usahanya berupa mencari dana kepada pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kembali kepada pihak kreditur.
- b. Produk penyaluran dana (lending) dimana BMT beroperasi untuk menyalurkan dana yang telah dihimpun tersebut kepada pihak kreditur melalui bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito.
- c. Produk jasa yang termasuk kedalam pelayanan pihak BMT dimana jasa disini dikategorikan sebagai suatu tindakan yang ditawarkan dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.
- d. Produk tabarru' dimana BMT beroperasi atas dasar akad tolong menolong dengan tidak mencari keuntungan materiil dalam dalam transaksinya diperbolehkan untuk memungut biaya transaksi untuk sekedar menutup biaya yang telah dikeluarkan.

Tingkat Pendapatan Mahasiswa

Tingkat pendapatan mahasiswa dikategorikan sebagai tinggi rendahnya suatu pendapatan yang didapatkan mahasiswa atas hasil dari sesuatu yang dilakukan sebelumnya, baik hasil bermitra maupun hasil bisnis yang dijalankan, uang saku, gaji (upah), maupun keuntungan (Putri & Setiawan, 2022). Oleh karena itu pemahaman terhadap sumber pendapatan mahasiswa juga penting dalam mempengaruhi minatnya menabung di BMT. Hal ini mendorong pihak BMT untuk dapat merancang strategi pemasaran produk yang sesuai kebutuhan mahasiswa berdasarkan sumber pendapatannya

sehingga dapat lebih efektif dalam membangun minat menabung di kalangan mahasiswa muslim (Wulandari et al., 2021). Berdasarkan hal tersebut tingkat perekonomian mahasiswa dapat digolongkan kedalam beberapa sumber pendapatan antara lain pendapatan stabil, pendapatan dari orangtua atau keluarga, dan pendapatan yang berkelanjutan setelah lulus. Berdasarkan penelitian terdahulu H3 menunjukkan bahwa variabel Tingkat Pendapatan Mahasiswa (X_3) mempengaruhi variabel minat menabung (Y).

HIPOTESIS

Hipotesis adalah dugaan sementara atas permasalahan yang belum sesuai dengan faktanya sehingga masih harus ada pembuktian yang lebih nyata. Adapun hipotesis dari penyusunan penelitian ini baik secara parsial maupun simultan adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di BMT
2. Pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa dalam menabung di BMT
3. Tingkat pendapatan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di BMT
4. Kualitas pelayanan, pengetahuan produk, dan tingkat pendapatan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di BMT

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana penelitian kuantitatif sendiri merupakan penelitian yang mengharuskan pengimpunan data, mengolah data, serta menginterpretasikan hasil olah data tersebut. Variabel pertama dalam penelitian ini adalah "Kualitas Pelayanan" sebagai X_1 kemudian untuk variabel kedua dalam penelitian ini adalah "Pengetahuan Produk" sebagai X_2 dan variabel ketiga dalam penelitian ini adalah "Tingkat Pendapatan Mahasiswa" sebagai X_3 dimana ketiga variabel ini merupakan variabel bebas (*independen*) sedangkan variabel keempat "Minat Menabung" sebagai Y dan juga merupakan variabel terikat (*dependen*). Data diperoleh dari studi kasus dalam penelitian dengan metode sebar angket kuisioner yang kemudian diuji menggunakan SPSS. Berdasarkan sebaran angket penelitian, didapatkan sampel responden sebanyak 167 dengan kriteria responden berupa mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta yang berusia minimal 20 Tahun dan berdomisili di solo raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

Indikator yang digunakan dalam uji validitas yaitu nilai signifikansi pada tiap variabelnya bernilai $< 0,05$ dimana data yang diuji menunjukkan bahwa seluruh variabelnya mempunyai nilai signifikansi yang tidak mencapai 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diuji valid semua.

Indikator yang digunakan dalam uji reliabilitas yaitu apabila nilai Cronbach`s Alpha pada tiap variabelnya > 60% maka dapat dikatakan data yang diuji sangat andal. Berdasarkan hasil uji data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga data variabelnya sangat andal (reliabel). Adapun untuk rinciannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Output Uji Validitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,000	Valid
Pengetahuan Produk (X ₂)	0,000	Valid
Tingkat Pendapatan (X ₃)	0,000	Valid
Minat Menabung (Y)	0,000	Valid

Sumber: Hasil Analisis SPSS 23

Tabel 2. Hasil Output Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach`s Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,920	Sangat Andal
Pengetahuan Produk (X ₂)	0,891	Sangat Andal
Tingkat Pendapatan (X ₃)	0,877	Sangat Andal
Minat Menabung (Y)	0,920	Sangat Andal

Sumber: Hasil Analisis SPSS 23

Uji Asumsi Klasik Normalitas

**Tabel 6. Hasil Output Uji Normalitas (Exact P Values)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	167
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	,0000000
Std. Deviation	2,32049320
Most Extreme Differences	
Absolute	,082
Positive	,082
Negative	-,070
Test Statistic	,082
Asymp. Sig. (2-tailed)	,009 ^c
Exact Sig. (2-tailed)	,204
Point Probability	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Analisis SPSS 23

Berdasarkan buku panduan IBM SPSS Exact Tests by Cyrus R. Mehta and Nitin R. Patel pada halaman 24 menjelaskan bahwa ketika pengujian dilakukan

dengan perhitungan Asymptotic maka kebanyakan akan menjumpai hasil yang tidak signifikan. Hal tersebut dapat diperbaiki dengan menyesuaikan menu exact pada SPSS. Berdasarkan teori tersebut dapat dilihat bahwa pada hasil uji sebelumnya dengan menggunakan menu Asymptotic Only mendapatkan hasil yang tidak normal dimana nilai sig $0,009 < 0,05$. Sedangkan setelah diuji dengan menyesuaikan menu exact pada SPSS menggunakan perhitungan *Exact P Values* menunjukkan bahwa nilai sig sebesar $0,204 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *data yang diuji terdistribusi normal*.

Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Output Uji Heteroskedastisitas (Uji White)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,384 ^a	,147	,110	12,40282

a. Predictors: (Constant), X1X2X3, TOTALX2, TOTALX1, TOTALX3, X2_KUADRAT, X1_KUADRAT, X3_KUADRAT

Sumber: Hasil Analisis SPSS 23

$$\begin{aligned} \text{Chi Square Hitung} &= N \times R \text{ Square} \\ &= 167 \times 0,147 = \mathbf{24,549} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Chi Square Tabel} &= 167 ; 0,05 \\ &= \mathbf{198,154177} \end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan *metode uji white* seperti pada tabel diatas maka dapat dilihat bahwa $24,549 < 198,154177$ dimana ini menunjukkan bahwa nilai Chi Square Hitung $<$ Chi Square Tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa *data yang diuji terdistribusi normal dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas*.

Uji Asumsi Klasik Multikolinearisme

Tabel 8. Hasil Output Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,276	,633		2,015	,046		
TOTALX1	,127	,074	,124	1,722	,087	,405	2,469
TOTALX2	,394	,067	,384	5,879	,000	,488	2,048
TOTALX3	,410	,079	,393	5,173	,000	,361	2,770

a. Dependent Variable: TOTALY1

Sumber: Hasil Analisis SPSS 23

Data dapat dikatakan terdistribusi normal dan bebas dari multikolinearitas apabila mempunyai nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 dan berdasarkan dari hasil pengujian multikolinearitas seperti pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Tolerance untuk variabel X₁ sebesar 0,405 kemudian untuk variabel X₂ sebesar 0,488 dan untuk variabel X₃ sebesar 0,361 sedangkan untuk nilai VIF variabel X₁ sebesar 2,469 < 10 kemudian untuk variabel X₂ sebesar 2,048 < 10 dan untuk variabel X₃ sebesar 2,770 < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk **seluruh variabel X memiliki nilai tolerance > 0,1 dan memiliki nilai VIF < 10** maka data yang diuji tersebut *terdistribusi normal dan bebas dari multikolinearitas*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Output Uji R Square
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,812 ^a	,660	,654	2,342

a. Predictors: (Constant), TOTALX3, TOTALX2, TOTALX1

b. Dependent Variable: TOTALY1

Sumber: Hasil Analisis SPSS 23

Tabel 4. Hasil Output Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,276	,633		2,015	,046
	TOTALX1	,127	,074	,124	1,722	,087
	TOTALX2	,394	,067	,384	5,879	,000
	TOTALX3	,410	,079	,393	5,173	,000

a. Dependent Variable: TOTALY1

Sumber: Hasil Analisis SPSS 23

Tabel 5. Hasil Output Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1735,746	3	578,582	105,508	,000 ^b
	Residual	893,858	163	5,484		

Total	2629,605	166		
-------	----------	-----	--	--

a. Dependent Variable: TOTALY1

Berdasarkan dari ketiga tabel uji analisis regresi linear berganda diatas, dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Persamaan hasil analisis regresi

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$
$$Y = 1,276 + 0,127 X_1 + 0,394 X_2 + 0,410 X_3 + e_i$$
$$t = (2,015) (1,722) (5,879) (5,173)$$
$$\text{Sig.} = (0,046) (0,087) (0,000) (0,000)$$
$$R^2 = 0,660$$

2. Mencari nilai t tabel dan F tabel

$$t \text{ tabel} = t^{0,05/2}; df (n-1) = t^{0,025-0,05}; 166 = \underline{1,97436}$$
$$F \text{ tabel} = dfn2 = 167 - 3 - 1$$
$$= 163$$

$$dfn1 = 3$$

$$F \text{ tabel} = \underline{2,66}$$

3. Interpretasi Hasil Persamaan Regresi

a. Nilai konstanta pada persamaan regresi

$$\beta_0 = 1,276$$

Nilai Y sebesar 1,276 apabila seluruh variabel independen bernilai 0 (nol)

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Minat Menabung (Y)

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel X_1 sebesar **0,127** sehingga apabila terdapat peningkatan jumlah X_1 sebesar 1 satuan akan menyebabkan kenaikan Y sebesar **0,127** dengan asumsi variabel independen lain tetap. Adapun nilai t statistik untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebesar **1,722** < **1,97436** dimana ini membuktikan bahwa *variabel X_1 tidak berpengaruh signifikan ($0,087 > 0,05$)* terhadap besarnya variabel Y. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliyati dan Kurniawan (2016). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi negatif antara variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap minat menabung (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah kualitas pelayanan yang diterima oleh mahasiswa muslim maka akan semakin kecil pula minat mereka dalam menabung di BMT. Faktor ini juga mungkin terjadi karena kurangnya kepuasan terhadap pelayanan yang dapat menjadikan hambatan bagi mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta dalam berpartisipasi untuk menabung di BMT, hal ini tentunya juga mempengaruhi persepsi mahasiswa

muslim terhadap nilai dan kebermanfaatan layanan yang disediakan oleh BMT.

c. Pengaruh Pengetahuan Produk (X_2) terhadap Minat Menabung (Y)

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel X_2 sebesar **0,394** sehingga apabila terdapat peningkatan jumlah X_2 sebesar 1 satuan akan menyebabkan kenaikan Y sebesar **0,394** dengan asumsi variabel independen lain tetap. Adapun nilai t statistik untuk variabel pengetahuan produk (X_2) adalah sebesar **5,879 > 1,97436** yang membuktikan bahwa *variabel X_2 mempunyai pengaruh* positif yang signifikan (**0,000 < 0,05**) terhadap besarnya variabel Y. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hajjatul Maufiroh, Nur Diana dan Irma Hidayati (2023). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif antara variabel pengetahuan produk (X_2) terhadap minat menabung (Y). Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin tinggi pengetahuan mahasiswa muslim terkait produk tabungan yang ditawarkan oleh BMT maka berkemungkinan besar bahwa mereka akan minat untuk menabung di BMT dimana faktor ini dapat mencerminkan pemahaman mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta terkait manfaat dan kamanan produk BMT dalam konteks menabung.

d. Pengaruh Tingkat Pendapatan Mahasiswa (X_3) terhadap Minat Menabung (Y)

Nilai koefisien regresi variabel X_3 sebesar **0,410** sehingga apabila terdapat peningkatan jumlah X_3 sebesar 1 satuan akan menyebabkan kenaikan Y sebesar **0,410** dengan asumsi variabel independen lain tetap. Adapun nilai t statistik untuk variabel tingkat pendapatan mahasiswa (X_3) adalah sebesar **5,173 > 1,97436** yang membuktikan bahwa *variabel X_3 mempunyai pengaruh* positif yang signifikan (**0,000 < 0,05**) terhadap besarnya variabel Y. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Putri dan Ari Setiawan (2022). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif antara variabel tingkat pendapatan mahasiswa (X_3) terhadap minat menabung (Y). Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin tinggi tingkat pendapatan mahasiswa muslim maka akan semakin besar pula minat mereka untuk menabung di BMT. Hal ini dapat disebabkan oleh kemampuan finansial yang lebih baik tentunya akan memungkinkan mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta untuk lebih aktif berpartisipasi dalam menabung di lembaga keuangan syariah seperti BMT.

e. Nilai F sebesar 105,508

Berdasarkan dari hasil uji F pada tabel ANOVA diatas menunjukkan bahwa data yang diuji memiliki nilai F sebesar $105,508 > 2,66$ dimana ini menunjukkan bahwa F hitung $>$ F tabel sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Pengetahuan Produk (X_2), dan Tingkat Pendapatan Mahasiswa Muslim (X_3) berpengaruh secara bersama-sama dengan positif dan signifikan terhadap variabel Minat Menabung (Y).

f. Nilai R^2 sebesar 0,660

Persentase total variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel X adalah sebesar **66%** sedangkan sisanya sebesar **34%** dijelaskan oleh variabel independen lain diluar model ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan produk, dan tingkat pendapatan mahasiswa terhadap minat menabung di BMT dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa dalam menabung di BMT sedangkan untuk variabel pengetahuan produk dan tingkat pendapatan mahasiswa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di BMT. Namun ketiga variabel ini secara bersama-sama terbukti mempengaruhi minat mahasiswa UIN Raden Mas Said dalam menabung di lembaga keuangan syariah seperti BMT.

Dalam hasil penelitian yang telah peneliti lakukan ini, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya agar memperluas cakupan sampel guna meningkatkan generalisabilitas temuan, memodifikasi metodologi penelitian dengan menggunakan instrumen yang lebih valid guna meningkatkan keakurasian pengukuran variabel independen, dan melakukan analisis lebih lanjut berdasarkan teknik analisis data yang diambil guna memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait hubungan antar variabelnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasanah, S. M., & Susmita, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menyimpan Dana Di Ksu Bmt Daruzzakah Mandiri Syari'Ah. *Al Birru: Jurnal Keuangan Dan ...*, *I(1)*, 21-50. <http://jurnal.iaihnwpncor.ac.id/index.php/albirru/article/view/526%0Ahttp://jurnal.iaihnwpncor.ac.id/index.php/albirru/article/download/526/387>
- Indarsih, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk*

- Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Bmt Yaqawiyuu Jatinom.* [http://repository.unwidha.ac.id:880/3080/%0Ahttp://repository.unwidha.ac.id:880/3080/1/Nurul Fix.pdf](http://repository.unwidha.ac.id:880/3080/%0Ahttp://repository.unwidha.ac.id:880/3080/1/Nurul%20Fix.pdf)
- Maghfiroh, N. L. (2018). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung: studi kasus pada nasabah BMT An Nur Rewwin Sidoarjo.* <http://digilib.uinsby.ac.id/25949/>
- Maufiroh, H., Diana, N., & Hidayati, I. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Periode 2019-2022 (Studi kasus pada BMT NU cabang Wringin, kab. Bondowoso).* 4(1), 484–499.
- Mauludia, Z., & Mulyani, S. (2023). *Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Anggota Untuk Menabung (Studi Pada BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syari' ah Jatim) Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.* *Perbankan Syariah*, 4, 20–38.
- MS, A. H. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat di BMT Trans Mukti Tama Syariah Masamba (Studi pada Pedagang Pasar Sentral Masamba).* *Repository.Iainpalopo.Ac.Id.* [http://repository.iainpalopo.ac.id/4030/1/abdhanan asrawi ms13.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/4030/1/abdhanan%20asrawi%20ms13.pdf)
- Mudhori dan Rohmah, F. (2022). *2.+Layout++Artikel+Mundhori+Al-Muhasib. Al-Muhasib:Journal of Islamic Accounting and Finance*, 2(1), 21–44.
- Putri, A., & Setiawan, A. (2022). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja menabung di bank syariah dengan pengetahuan sebagai variabel intervening.* *Journal of Management and Digital Business*, 2(3), 139–149. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v2i3.165>
- Rahayu, O. (2018). *Pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat menabung pada anggota bmt binamas purworejo.* *Oikonomia*, 7, 127–132.
- Ramadhani, D., & Retnosari, R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah BMT Bima terhadap Produk Simpanan dalam Berinvestasi Syariah.* *Economics and Education Journal (Ecoducation)*, 4(1), 34–51. <https://doi.org/10.33503/ecoducation.v4i1.1690>
- Wulandari, S., Sulastyawati, D., & Ilhamiwati, M. (2021). *Analisa Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah untuk Menabung di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Pat Sepakat.* <http://e-theses.iaincurup.ac.id/id/eprint/1393>
- Yuliyati, Y., & Kurniawan, I. S. (2016). *Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah Bmt Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur.* *Jurnal Manajemen*, 6(2), 29–42. <https://doi.org/10.26460/jm.v6i2.226>