

**PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN *DIGITAL BANKING*
TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK DANAMON SYARIAH DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh

NURFADILA TAWAKAL

NPM: 2201270011



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

2026

Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan Digital Banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan

SKRIPSI

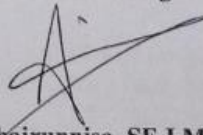
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Nurfadila Tawakal
NPM : 2201270011

Program Studi Perbankan Syariah

Pembimbing



Khairunnisa, SE.I,MM

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

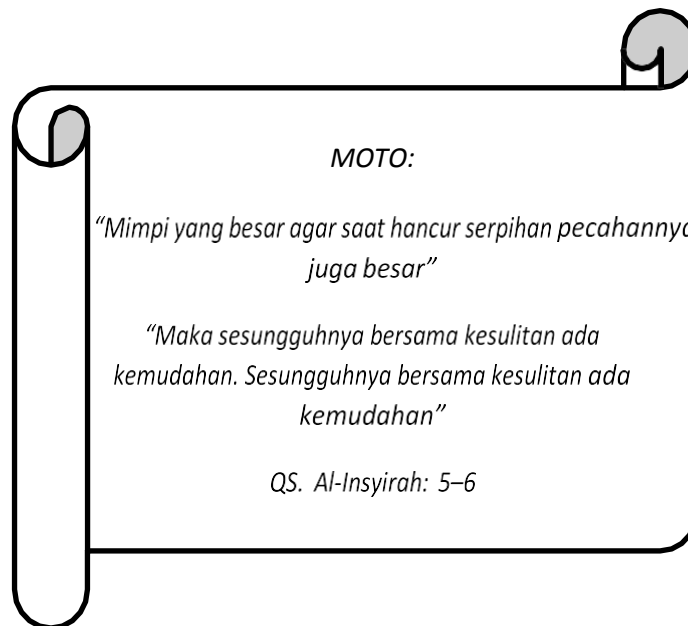
PERSEMBAHAN

“Tiada yang lebih indah dalam skripsi ini kecuali halaman persembahan.

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini kupersembahkan untuk: Kedua orang tuaku tercinta, yang doanya tak pernah terputus, yang cintanya selalu menguatkan, dan yang menjadi alasan terbesarku untuk terus melangkah. Untuk keluarga yang selalu menjadi tempat pulang paling tenang yang menguatkan tanpa banyak kata. Untuk sahabat dan teman seperjuangan yang menemani setiap proses dalam tawa, lelah, dan perjuangan yang tak mudah.”

“Dan untuk diriku sendiri,
NURFADILA TAWAKAL

“Terima kasih telah bertahan tetap melangkah meski tidak selalu mudah hingga akhirnya sampai di titik ini. Semoga setiap langkah kecil ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih besar”



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : NURFADILA TAWAKAL

Npm : 2201270011

Jenjang Pendidikan : S1(Strata Satu)

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Presepsi Kemudahan Digital Bankin Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah Di Kota Medan” merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiarisme maka saya bersedia ditinda seesuai dengan peraturan yang berlaku

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, 07 April 2026



NURFADILA TAWAKAL
2201270011

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, 8 April 2026

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Nurfadila Tawakal** yang berjudul **"Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Dan Persepsi Kemudahan Digital banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah Di Kota Medan"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Khairunnisa, SE.I,MM

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

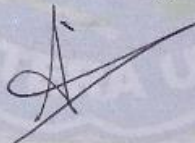
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **Nurfadila Tawakal**
NPM : **2201270011**
PROGRAM STUDI : **Perbankan Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Dan Persepsi Kemudahan Digital banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah Di Kota Medan**


Medan, 7 April 2026

Pembimbing



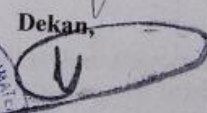
Khairunnisa, SE, I, MM

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**


Dr. Isra Hayati, M. Si

Dekan,




Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, M.A



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

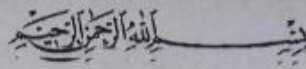
Dalam setiap mata kuliah terdapat
Nomor dan bobotnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSE Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : **Nurfadila Tawakal**
NPM : **2201270011**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Dan Persepsi Kemudahan Digital
banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah Di
Kota Medan**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 7 April 2026

Pembimbing

Khairunnisa, SE.I,MM

DISETUJUI OLEH :
KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Isra Hayati, M. Si

Dekan,

Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, M.A



BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

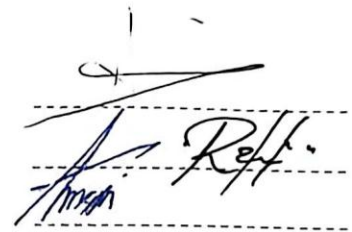
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

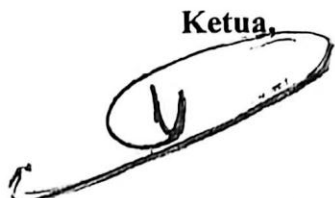
Nama Mahasiswa : Nurfadila Tawakal
NPM : 2201270011
Program Studi : Perbankan Syariah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 17/04/2026
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI


PEMBIMBING : Khairunnisa, SEI, MM
PENGUJI I : Dr. Riyan Pradesyah, M.E.I
PENGUJI II : Syahrul Amsari, SE, Sy., MSi



PANITIA PENGUJI

Ketua,

Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA



Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA**

**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987
Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
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

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◻	Fathah	a	a
◻	Kasrah	i	i
◻	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَٓ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وَٓ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...آ...ٓ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...إ...ٓ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...ؤ...ٓ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْوُضَاءِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul
munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرَّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلِيلُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

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

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- إِلِلِلِ الْمُرُجَمِيْعَا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya pemanfaatan layanan digital banking pada perbankan syariah, meskipun perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan digital semakin meningkat. Faktor pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan diduga menjadi determinan penting dalam membentuk minat menabung nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan digital banking terhadap minat menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Medan dengan kriteria tertentu, dan sampel sebanyak 85 responden diperoleh melalui teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berskala Likert, sedangkan analisis data dilakukan melalui regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial: (1) Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai $t_{hitung} 2,670 > t_{tabel} 1,989$ dan nilai Sig $0,009 < 0,05$ (2) Sikap memiliki arah hubungan positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung dengan nilai $t_{hitung} 1,603 < t_{tabel} 1,989$ dan nilai Sig $0,113 > 0,05$; (3) Persepsi Kemudahan memiliki arah hubungan positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung dengan nilai $t_{hitung} 1,717 < t_{tabel} 1,989$ dan nilai Sig $0,090 > 0,05$. Secara simultan, variabel pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Dengan demikian, temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi, pembentukan sikap positif, serta kemudahan penggunaan layanan digital menjadi faktor penting dalam mendorong minat menabung masyarakat pada perbankan syariah.

Kata Kunci: Pengetahuan, Sikap, Persepsi Kemudahan, Digital Banking, Minat Menabung

ABSTRAC

This study was motivated by the suboptimal utilization of digital banking services in Islamic banking, despite the increasing development of technology and the public's growing need for digital financial services. Factors such as knowledge, attitude, and perceived ease of use are believed to be key determinants in shaping customers' interest in saving. This study aims to analyze the influence of knowledge, attitudes, and perceptions of the ease of digital banking on the interest in saving at Bank Danamon Syariah in Medan. This study employs a quantitative approach using an associative-causal research design. The population consists of residents of Medan meeting specific criteria, and a sample of 85 respondents was selected using purposive sampling. Data collection utilized a Likert-scale questionnaire, while data analysis was conducted via multiple linear regression using SPSS version 26. The results indicate that, partially: (1) Knowledge has a positive and significant effect on the interest in saving, with a t-value of 2.670 > t-table 1.989 and a significance level (Sig) of 0.009 < 0.05 (2) Attitude has a positive direction of relationship but does not have a significant effect on the interest in saving, with a t-value of 1.603 < t-table 1.989 and a Sig value of 0.113 > 0.05; (3) Perceived Ease has a positive relationship, but does not have a significant effect on the Interest in Saving with a t-value of 1.717 < t-table 1.989 and a Sig value of 0.090 > 0.05. Simultaneously, the variables of knowledge, attitude, and perceived ease of use have a significant influence on the interest in saving. Thus, these findings indicate that improving financial literacy, fostering positive attitudes, and ensuring the ease of use of digital services are key factors in encouraging the public's interest in saving through Islamic banking.

Keywords: Knowledge, Attitude, Perceived Ease, Digital Banking, Interest in Saving

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Dan Persepsi Kemudahan *Digital banking* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah Di Kota Medan”** dengan baik.

Adapun penulisan skripsi ini guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Selama proses menyusun skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan maupun bantuan dari berbagai pihak. pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Khairuddin Daulay dan Ibunda Mulyana Laisena terimakasih atas segala kasih sayang, nasehat, doa, dukungan dan semangat kepada penulis selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Proposal ini dengan baik. Terimakasih kepada kakak saya Ranti Purnama Sari yang saya sayangi yang selalu menyemangati serta telah memberikan dukungan dan doanya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Akrim, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Asocc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Asocc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi. selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Muhammad Ruslan, M.Pd. selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Isra Hayati, M. Si Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Syahrul Amsari, SE,Sy., M. Si selaku Wakil Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Khairunnisa, SE,I,MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan yang berguna kepada penulis dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
9. Bapak/ibu seluruh dosen serta seluruh staff pegawai Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Kepada sahabat dan rekan seperjuangan saya Umilia Audina, Novita Sari Pasaribu, dan Anggi Sartika Rahman yang selalu menemani penulis dan memberikan support serta menjadi pendengar penulis dalam keadaan apapun.
11. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Perbankan Syariah khususnya kelas Internasional, serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini agar lebih bermanfaat bagi penulis dan bagi kita semua.

Medan, 7 April 2026

Penulis,

Nurfadila Tawakal

NIM. 220127001

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAC.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORITIS	12
A. Kajian Pustaka	12
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel	26
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Instrumen Penelitian	29
G. Uji Prasyarat	31
H. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	36
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	39
C. Hasil Penelitian Analisis Statistik	49

D. Pembahasan Penelitian.....	58
BAB V PENUTUP.....	63
A. Simpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Jadwal Rencana Pelaksanaan Penelitian	26
Tabel 3.2 Kriteria skala penelitian.....	29
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden.....	40
Tabel 4.3 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Pengetahuan.....	42
Tabel 4.4 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Sikap.....	44
Tabel 4. 5 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Persepsi Kemudahan	46
Tabel 4.6 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Minat Menabung.....	48
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Pengetahuan	49
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Sikap	50
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan	50
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Minat Menabung	50
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.13 Hasil Output Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.14 Hasil Output Regresi dan Uji t	55
Tabel 4.15 Hasil Output Uji F.....	56
Tabel 4.16 Hasil Output Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia per Bulan (Januari 2018-April 2023)	2
Gambar 1.2 10 Mobile Banking yang paling banyak di gunakan di Indonesia Tahun 2022	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Bank Danamon Syariah	38
Gambar 4.2 Uji Reliabilitas	51
Gambar 4.3 Uji Normalitas Data.....	52

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

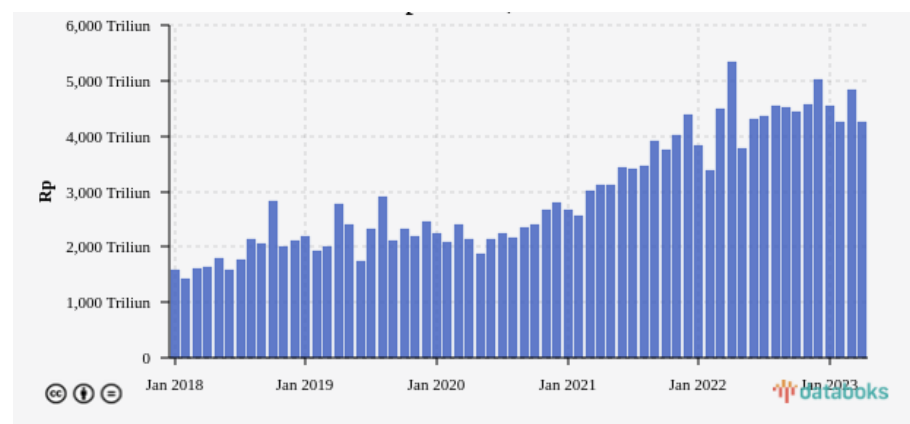
Perkembangan teknologi informasi yang signifikan telah membawa kehidupan masyarakat dunia memasuki era baru yang disebut era revolusi industri 4.0. Menurut (Fandy, 2022) Era ini dimulai dengan berkembangnya berbagai inovasi teknologi dalam pengembangan setiap industri yang ada terdorong menjadi digital seperti Internet of Things (IoT), Cloud Computing, Artificial Intelligence (AI), Cyber Security, Additive Manufacturing, System Integration dan Machine Learning.

Menurut (Gartner, 2020), digitalisasi merupakan peningkatan model bisnis yang ada, penciptaan pendapatan baru dan peluang nilai tambah dengan tambahan bantuan digital. Digitalisasi adalah pembaruan organisasi melalui teknologi informasi dan komunikasi baru (Ngamal, 2022). Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan layanan keuangan di seluruh dunia. Digitalisasi sistem pembayaran, munculnya mobile banking, dan tingkat penggunaan internet yang semakin luas mendorong transformasi signifikan dalam industri perbankan global.

Di berbagai negara, layanan perbankan digital tidak lagi hanya dianggap sebagai fitur tambahan, melainkan menjadi kebutuhan utama dalam mendukung transaksi keuangan yang cepat, aman dan efisien. Data statistik Tingkat Penetrasi Perbankan Digital tahun 2023 menunjukkan bahwa sekitar 66% penduduk AS menggunakan *digital bankin* dan diperkirakan akan melampaui 79% populasi pada tahun 2029 (Grant Ejimone, 2025).

Menurut laporan (World Bank, 2022), pandemi COVID-19 mendorong peningkatan signifikan penggunaan layanan keuangan dan pembayaran digital di negara berkembang, seiring dengan pembatasan mobilitas sosial dan meningkatnya kebutuhan akan kemudahan transaksi keuangan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa masyarakat modern semakin mengedepankan kemudahan akses, fleksibilitas, dan kepraktisan dalam mengelola keuangan mereka. Tren global tersebut turut mempengaruhi perkembangan perbankan nasional.

Di Indonesia, *digital banking* mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya penggunaan ponsel pintar, adopsi internet, serta dorongan pemerintah untuk memperluas inklusi keuangan. Sistem layanan perbankan digital memungkinkan masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi tanpa harus mengunjungi kantor cabang, mulai dari pengecekan saldo hingga pembukaan rekening secara daring. Namun tantangan seperti rendahnya literasi keuangan, kepercayaan masyarakat terhadap keamanan data, serta disparitas kemampuan teknologi di berbagai wilayah membuat pertumbuhan belum optimal.



Gambar 1.1 Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia per Bulan (Januari 2018-April 2023)

Pada sektor perbankan syariah, digitalisasi menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Pertumbuhan aset perbankan syariah nasional menunjukkan peningkatan, tetapi daya saingnya belum sepenuhnya beriringan dengan perkembangan digital. Bank Indonesia melaporkan bahwa hanya 60% nasabah syariah yang aktif menggunakan layanan digital, berarti masih ada 40% lagi nasabah yang belum menggunakan layanan digital dari perbankan syariah. Ketimpangan ini menimbulkan pertanyaan seperti faktor apa saja yang memengaruhi rendahnya penggunaan *digital banking* dan bagaimana faktor tersebut berdampak terhadap minat menabung pada bank syariah.

Dalam perspektif ekonomi Islam, urgensi peningkatan layanan digital pada bank syariah tidak hanya berkaitan dengan efisiensi transaksi, tetapi juga berhubungan dengan tujuan fundamental maqashid syariah, khususnya *hifz al-*

maal (perlindungan harta). Konsep *hifz al-maal* tidak hanya dimaknai sebagai menjaga harta dari kehilangan, tetapi mencakup pengelolaan, pengembangan, dan pemanfaatan harta secara bertanggung jawab untuk menjamin keberlanjutan kesejahteraan. Digital banking dapat mendukung tujuan ini karena menyediakan kemudahan bagi masyarakat dalam menabung, memantau transaksi secara real-time, mengurangi risiko kesalahan pencatatan, serta memperkuat disiplin finansial melalui layanan yang lebih transparan dan aman. Dengan demikian, penggunaan digital banking oleh nasabah bank syariah dapat dipandang sebagai bagian dari upaya mewujudkan prinsip perlindungan harta dalam kerangka maqashid syariah.

Selain relevan dengan tujuan syariah, digital banking juga memiliki kontribusi strategis terhadap agenda pembangunan global melalui *Sustainable Development Goal* (SDG) 8, yang menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Salah satu indikator SDG 8 adalah perluasan inklusi keuangan, di mana akses masyarakat terhadap layanan perbankan menjadi prasyarat penting untuk meningkatkan aktivitas ekonomi produktif. Layanan digital mempermudah masyarakat untuk menabung, mengakses produk keuangan, serta melakukan transaksi tanpa hambatan geografis, sehingga mendorong terbukanya peluang usaha dan penciptaan lapangan kerja baru. Dengan demikian, penguatan digital banking tidak hanya membawa manfaat individual bagi nasabah dalam pengelolaan harta, tetapi juga berperan dalam memperluas partisipasi masyarakat dalam sistem ekonomi yang lebih inklusif.

Sinergi antara prinsip *hifz al-maal* dan tujuan inklusi keuangan pada SDG 8 menunjukkan bahwa peningkatan pemanfaatan digital banking memiliki dampak yang luas, baik secara normatif maupun empiris. Namun, tingkat penggunaan digital banking pada perbankan syariah masih belum merata dan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan. Kondisi ini memperlihatkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang membentuk minat menabung nasabah pada layanan perbankan syariah berbasis digital.

(Harahap, 2021) mencantumkan pendapat Zulpahmi yang menyatakan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan jasa bank

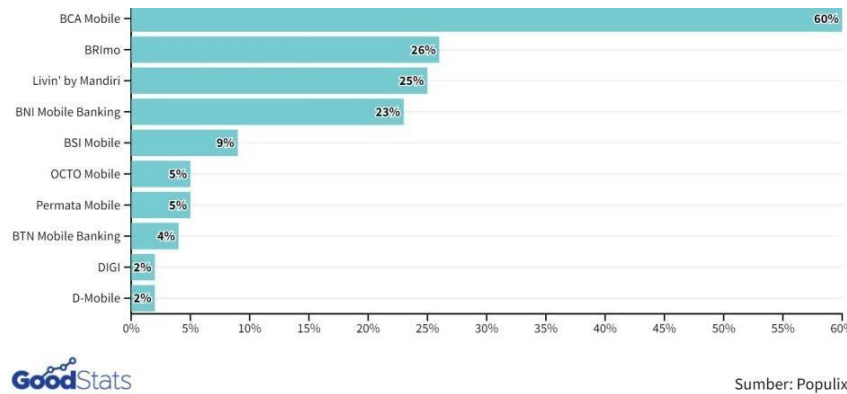
syariah adalah tidak ada riba, seluruh produk sesuai syariah, sistem bagi hasil yang adil, diinvestasikan pada pekerjaan yang halal, digunakan untuk ntuk meningkatkan ekonomi dhuafa (lemah), pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dana nasabah, produk yang beragam, lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, proses bagi hasil yang sama sama menguntungkan, fasilitas ATM dan cabang mudah ditemukan, teknologi yang semakin canggih, pelayanan yang mudah, ruangan yang bersih dan nyaman, promosi dari bank dan adanya konsep yang saling menguntungkan kepada nasabah.

Berdasarkan dari pernyataan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih bank syariah selain dari tidak adanya riba dan lokasi yang strategis adalah adanya dari dorongan lain yaitu pengetahuan, teknologi dan sikap. Bank syariah menghadapi kebutuhan untuk menyediakan layanan yang kompetitif dan setara dengan bank konvensional, terutama dalam hal kecepatan layanan, fitur aplikasi, dan efektivitas *digital banking*. Tantangan ini semakin menonjol di tengah persaingan antarbank syariah yang terus memperkuat transformasi digital mereka.

Kota Medan sebagai salah satu pusat ekonomi di Indonesia memiliki potensi besar bagi pertumbuhan bank syariah. Tingkat literasi keuangan dan penggunaan layanan digital di kota ini tergolong tinggi. Namun, persebaran minat menabung pada bank syariah tidak merata. Bank besar memperoleh porsi yang signifikan, sementara bank syariah yang bukan pemain utama menghadapi tantangan dalam membangun awareness dan menarik minat masyarakat. Kompetisi antarbank, baik konvensional maupun syariah, semakin ketat dalam memperbutkan minat menabung masyarakat.

Perbankan Elektronik ini dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif (Siregar P. S., 2023). Salah satu *E-banking* yang banyak digunakan adalah *mobile banking*, *mobile banking* memudahkan nasabah dalam transaksi baik dalam melakukan setor tunai, transfer hingga layanan yang ditawarkan oleh suatu bank.

Dalam konteks ini, penelitian ini dilakukan pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan, yang merupakan salah satu bank syariah terkemuka dengan aplikasi D-Mobile syariah yang memfasilitasi transaksi digital.



Gambar 1.2
10 Mobile Banking yang paling banyak di gunakan di Indonesia Tahun 2022

Kota Medan sebagai ibu kota provinsi Sumatera Utara dengan populasi sekitar 2,5 juta jiwa dan tingkat urbanisasi tinggi, memiliki potensi besar untuk adopsi *digital banking*, terutama dikalangan generasi muda. Namun, Tantangan utama dalam digitalisasi ekonomi di Medan adalah ketimpangan infrastruktur teknologi yang masih ada, juga rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat (Berutu, 2024)

Di balik tantangan digitalisasi masyarakat Kota Medan terdapat peluang atau potensi pasar yang cukup besar yang dapat dimanfaatkan, salah satunya adalah dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya digitalisasi pada kalangan generasi muda. Pada tahun 2018, sekitar 65% penduduk Medan sudah mengakses internet, dan pada tahun 2023, angka ini mencapai 90%. GlobalWebIndex menyebutkan, sebanyak 46% responden cenderung akan lebih sering untuk melakukan belanja online, 37% menggunakan dompet digital, dan 21% memanfaatkan jasa pesan-antar makanan (Irbah, 2023). Berdasarkan temuan dari survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan penggunaan sistem digital akan terus berkembang di masa depan. Masyarakat Islam di Sumatra Utara, khususnya di Medan, masih menghadapi tantangan

dalam memahami perbedaan antara sistem bunga yang diterapkan oleh perbankan konvensional dan sistem bagi hasil yang menjadi ciri khas perbankan syariah. Ketidapahaman tersebut seringkali membuat mereka merasa kurang nyaman atau ragu untuk bertransaksi dengan bank syariah (Riski, 2025)

PT Bank Danamon Indonesia Tbk (BEI: BDMN) didirikan pada tahun 1956. Per 30 September 2025, Danamon mengelola aset konsolidasian sebesar Rp259,5 triliun dengan anak perusahaannya, Adira Finance. Dalam melayani nasabah dari semua lini bisnis yaitu Retail, Usaha Kecil dan Menengah, serta Korporasi, Danamon didukung oleh 884 kantor cabang konvensional, Unit Usaha Syariah, dan Adira Finance; serta kantor cabang dan kantor perwakilan grup perusahaan Danamon di Indonesia. Bank Danamon Syariah senantiasa mengembangkan produk tabungan dengan prinsip syariah seperti kredit syariah, seperti, simpanan syariah, asuransi jiwa syariah, layanan zakat, serta pembiayaan syariah lainnya.

D-Bank PRO atau Layanan Mobile Banking Bank Danamon adalah layanan informasi dan transaksi perbankan yang disediakan oleh Danamon kepada Nasabah selama 24 (dua puluh empat) jam sehari dan 7 (tujuh) hari seminggu, serta dapat diakses oleh Nasabah, melalui aplikasi (mobile application). Aplikasi ini memudahkan nasabah dalam aktivitas perbankan digital seperti, qris, pembayaran, top up e – wallet, investasi, pinjaman. Lalu layanan syariah digital seperti zakat dan wakaf, amalan rutin / sedekah infaq.

Berdasarkan kondisi terkini, Bank Danamon Syariah masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan peningkatan jumlah nasabah baru dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang layanan perbankan syariah, sikap positif masyarakat terhadap Bank Danamon Syariah, dan kemudahan *digital banking* yang ditawarkan oleh Bank Danamon Syariah. Beberapa indikasi seperti rendahnya awareness masyarakat terhadap fitur digital, persepsi bahwa bank syariah besar lebih unggul, serta minimnya strategi digital marketing menunjukkan adanya hambatan praktis yang perlu ditangani.

Secara teoritis, minat menabung dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, diantaranya pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan *digital banking*. Pengetahuan berperan dalam membentuk pemahaman seseorang terhadap produk perbankan syariah, sehingga individu dengan tingkat pengetahuan tinggi cenderung lebih mampu mengambil keputusan rasional terkait aktivitas menabung. Pengetahuan atau informasi tentang perbankan bisa diketahui dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, keluarga, media cetak dan media elektronik. (Siregar P. S., 2023)

Sikap juga menjadi faktor penentu penting dalam membentuk niat berperilaku sebagaimana dijelaskan dalam *Theory Of Planned Behavior*, di mana sikap positif mendorong minat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Persepsi kemudahan *digital banking* merujuk sejauh mana seseorang menilai layanan digital mudah digunakan. Konsep ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penerimaan teknologi. Secara teoritis, berdasarkan model TAM, persepsi kemudahan dan sikap seharusnya menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat penggunaan layanan digital, termasuk dalam menabung di bank syariah. Namun, beberapa penelitian terdahulu, ditemukan hasil yang tidak konsisten, di mana tidak semua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan kondisi empiris di lapangan.

Sebagian besar penelitian terdahulu menunjukkan bahwa fokus kajian masih berkisar pada minat menggunakan aplikasi, bukan pada minat menabung sebagai perilaku keuangan inti. Seperti, yang diteliti oleh (Mainata, 2025) yang berjudul “*Exploring Mobile Banking Adoption in Indonesian Islamic Banks*” menemukan bahwa faktor seperti *effort expectancy* dan *habit* berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi, bukan terhadap perilaku finansial seperti menabung. Temuan serupa juga terlihat pada penelitian *Determinants of BSI Mobile Banking Adoption Intentions* (Sholihah, 2023) yang hanya meneliti *intention to use*, bukan *saving intention*. Hal ini menunjukkan bahwa aspek *hifz*

al-māl dalam maqashid syariah seperti perilaku menabung dan pengelolaan harta masih belum banyak disentuh dalam literatur *digital banking* syariah.

Dari perspektif geografis, penelitian digital banking syariah juga lebih banyak dipusatkan di Jawa dan Kalimantan. Studi seperti *Antecedents of Muslim Students' Adoption of Mobile Banking* (Sudarsono H. J., 2024) dan *ISLAMIC Digital Bank Adoption in Developing Countries* (Rumanto1a, 2024) dilakukan pada sampel wilayah Jawa. Bahkan penelitian kualitatif di Sumatera misalnya pada BSI Lubuk Pakam (Lubis S. Z., 2025) masih terbatas dan tidak mewakili konteks kota Medan sebagai kota besar dengan karakter sosial ekonomi berbeda. Dengan demikian, penelitian berbasis lokasi untuk wilayah Medan masih sangat jarang ditemukan.

Lebih jauh, banyak penelitian terdahulu hanya menguji variabel seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, atau *religiosity*, dan jarang memasukkan variabel pengetahuan, sikap, dan kemudahan secara bersamaan. Misalnya, Determinan intensi mahasiswa dalam menggunakan mobile banking dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Siregar T. S., 2024) hanya menilai variabel TAM klasik. Akibatnya, masih terdapat kekosongan terkait bagaimana faktor-faktor tersebut secara simultan memengaruhi minat menabung melalui layanan digital banking.

Berdasarkan berbagai kesenjangan tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji minat menabung nasabah Danamon Syariah di Medan dengan mengintegrasikan variabel pengetahuan, sikap, dan kemudahan aplikasi dalam konteks penggunaan digital banking. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kekosongan literatur pada aspek perilaku menabung, tetapi juga memberikan kontribusi empiris berbasis lokasi pada bank syariah menengah yang selama ini belum banyak dijadikan fokus penelitian.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diuraikan identifikasi masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah:

1. Pengetahuan masyarakat mengenai fitur dan manfaat *digital banking* syariah masih terbatas
2. Sikap masyarakat terhadap *digital banking* syariah belum sepenuhnya positif
3. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) belum konsisten membentuk minat menabung
4. Masih belum ada penelitian yang secara khusus menguji kombinasi variabel pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan terhadap minat menabung pada Bank Danamon Syariah Di Kota Medan

C. Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung pada Bank Danamon Syariah?
2. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat menabung?
3. Apakah persepsi kemudahan *digital banking* berpengaruh terhadap minat menabung?
4. Bagaimana pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung?

D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung.
2. Menganalisis pengaruh sikap terhadap minat menabung.
3. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan digital banking terhadap minat menabung.
4. Menganalisis pengaruh pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan secara simultan terhadap minat menabung

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur perbankan syariah melalui analisis gabungan antara pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan terhadap minat menabung. Selain itu, penelitian ini memperkaya aplikasi model TAM dan TPB dalam konteks bank syariah non dominan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Danamon Syariah

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi peningkatan minat menabung, perbaikan layanan digital, serta penyusunan program edukasi masyarakat.

b. Bagi masyarakat

Memberikan pemahaman lebih baik mengenai manfaat produk syariah dan sikap terhadap layanan digital, serta dapat meningkatkan pemanfaatan layanan *digital banking*.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Menyediakan data empiris sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya pada topik serupa, baik dalam lingkup variabel maupun objek yang berbeda.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudah penyelesaian dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai alasan dilaksanakannya penelitian serta arah penelitian yang akan dilakukan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bab ini menerapkan teori-teori dari hasil penelitian terdahulu yang relevan meliputi: kajian pustaka, kajian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini pada dasarnya mengungkapkan sejumlah cara yang menuntut uraian tentang metode dan langkah-langkah penelitian secara operasional, yang meliputi: pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan defini operasional variabel, teknik

pengumpulan data, instrumen penelitian, uji prasyarat, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang deskripsi penelitian yang mendeskripsikan tentang lokasi penelitian terkait dengan topik penelitian yang diajukan, temuan penelitian terkait dengan upaya menjawab fokus penelitian dan membahas yang memuat gagasan penelitian.

BAB V: PENUTUP

Berisi tentang simpulan serta saran-saran yang dianggap perlu berkaitan dengan penelitian untuk menjadi lebih baik.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Theory of Planned Behaviour

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan kerangka teoretis yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1991) sebagai penyempurnaan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang sebelumnya diperkenalkan oleh Ajzen pada tahun 1980. Teori ini kemudian diperbarui terus mengalami pengembangan dan penyempurnaan oleh Icek Ajzen bersama Martin Fishbein (Ajzen, 1991). Dalam teori ini, ada 3 variabel yang menjadi prediktor dari kecenderungan perilaku (*behavioural intention*) seseorang, yaitu Norma Subjektif (*subjective norm*), sikap terhadap tindakan atau perilaku (*attitude towards act or behaviour*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioural control*).

Teori ini memformulasikan bahwa kecenderungan individu untuk berperilaku (*behavioural intention*) adalah merupakan faktor utama dari perilaku seseorang (*individual behavior*). *Behavioural intention* tergantung pada sikap seseorang (*the attitude of a person*) terhadap tindakan atau perilaku, dan norma subjektif (*subjective norm*) yang ada disekitar tempat terjadinya perilaku. Penelitian ini mengadopsi Theory of Planned Behavior (TPB) secara parsial dengan menitikberatkan pada konstruk sikap, sementara norma subjektif dan *perceived behavioral control* tidak dimasukkan dalam model penelitian. aspek kontrol perilaku dalam penelitian ini telah terinternalisasi dalam variabel persepsi kemudahan dan akses teknologi, sehingga keberadaan *perceived behavioral control* berpotensi menimbulkan redundansi konseptual.

a. Pengetahuan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia Pengertian Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, berkenaan dengan berbagai hal. Pengetahuan muncul setelah seseorang melakukan pengamatan terhadap suatu objek, baik melalui pengalaman langsung maupun melalui informasi yang diperoleh dari orang lain (Notoadmojo, 2018). Oleh karena itu, pengetahuan berperan sebagai dasar berpikir

kognitif yang memengaruhi cara seseorang berpikir, menilai, dan membuat keputusan.

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), Pengetahuan berperan membentuk keyakinan (*beliefs*) individu. Dalam TPB, sikap dibangun dari *behavioral beliefs*, norma subjektif dari *normative beliefs*, dan *perceived behavioral control* dari *control beliefs*. Pengetahuan menyediakan basis kognitif bagi terbentuknya keyakinan-keyakinan tersebut. Implikasi utama dari meningkatnya pengetahuan konsumen adalah kemampuan konsumen untuk mengorganisasi informasi secara lebih sistematis, memproses informasi dengan tingkat efisiensi dan ketepatan yang lebih tinggi, serta membentuk daya ingat terhadap informasi yang lebih kuat dan berkelanjutan (Siregar I. R., 2023).

Tingkat pengetahuan yang lebih tinggi pada diri konsumen, baik secara individual maupun kolektif, memungkinkan konsumen untuk berpikir secara lebih rasional dan komprehensif dalam mempertimbangkan serta menentukan berbagai alternatif produk yang berpotensi diminati. Menurut (Notoadmojo, 2018) pengetahuan mempunyai enam tingkatan yaitu:

- 1) Tahu (*Know*). Tingkatan paling dasar adalah mengetahui (*know*), yaitu kemampuan individu untuk mengingat kembali materi yang telah dipelajari sebelumnya. Pada tahap ini, pengetahuan diukur melalui kemampuan menyebutkan, mendefinisikan, atau menguraikan suatu konsep tertentu.
- 2) Memahami (*Comprehension*). yakni kemampuan untuk menjelaskan secara tepat suatu objek atau materi yang telah diketahui serta menginterpretasikannya dengan benar. Individu yang telah mencapai tahap pemahaman mampu menerangkan, memberikan contoh, menarik kesimpulan, dan membuat prediksi terhadap objek yang dipelajari.
- 3) Aplikasi (*Application*). merujuk pada kemampuan individu dalam menggunakan pengetahuan atau materi yang telah dipelajari ke dalam situasi dan kondisi nyata.

- 4) Analisis (*Analysis*). menunjukkan kemampuan untuk menguraikan suatu materi atau objek ke dalam bagian-bagian atau komponen tertentu, sekaligus memahami keterkaitan antarbagian tersebut dalam suatu struktur yang sistematis.
- 5) Sintesis (*Synthesis*). merupakan kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai unsur atau bagian menjadi suatu bentuk atau konsep baru yang utuh.
- 6) Evaluasi (*Evaluation*), yaitu kemampuan individu untuk menilai atau melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.

Pengetahuan memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman individu terhadap layanan keuangan berbasis digital, termasuk dalam konteks perbankan syariah. Penelitian yang dilakukan oleh (Sihotang, Hasanah, & Hayati, 2024) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah masih menjadi faktor yang sangat penting dalam mendorong partisipasi masyarakat terhadap layanan keuangan digital. Individu dengan tingkat pengetahuan yang lebih baik cenderung lebih mampu memahami manfaat, risiko, serta mekanisme layanan digital, sehingga lebih rasional dalam mengambil keputusan keuangan.

b. Sikap

Sikap adalah suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikiran yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek, yang diorganisir melalui pengalaman serta pengaruh secara langsung dan atau secara tidak langsung. Sikap biasanya memainkan peran utama dalam membentuk perilaku (Peran Simanihuruk, 2020). Sikap terhadap perilaku merujuk pada evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu tindakan tertentu, yang kemudian memengaruhi kemungkinan individu tersebut untuk memiliki niat dan pada akhirnya melakukan perilaku tersebut. Sikap terhadap perilaku merupakan kecenderungan untuk menanggapi hal-hal yang disenangi ataupun yang tidak disenangi pada suatu objek, orang, institusi atau peristiwa. (Lubis, Musahidah, U., & Sa'adah, S., 2024).

Berdasarkan *theory of planned behavior*, *Attitude toward behavior* ditentukan oleh *behavioral beliefs* yaitu kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku (Antika, 2023). Menurut (Rawi, 2023) menyatakan bahwa indikator dari sikap sebagai berikut:

- 1) Pandangan bahwa menabung di bank syariah melalui layanan digital merupakan pilihan yang bijak dan bernilai positif.
- 2) Penilaian bahwa menabung secara digital di bank syariah merupakan keputusan yang baik untuk dilakukan.
- 3) Keyakinan bahwa menabung melalui digital banking syariah memberikan manfaat bagi pengelolaan keuangan pribadi

c. Minat Menabung

Minat Perilaku (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai sebuah keinginan yang dimiliki suatu individu guna melakukan perilaku tertentu. Seorang individu dapat melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan untuk melakukannya (Antika, 2023). Menurut (Nisa, 2018) minat dapat dipahami sebagai kondisi psikologis yang ditandai oleh rasa ketertarikan dan kesenangan individu terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu, yang mendorong perhatian secara berkelanjutan dan keterlibatan aktif dalam aktivitas tersebut. Individu yang memiliki minat terhadap suatu kegiatan cenderung memberikan perhatian yang konsisten disertai perasaan positif, sehingga meningkatkan kemungkinan partisipasi secara aktif dalam kegiatan yang diminatinya.

Menurut Kotler, Minat menabung dapat dianalogikan dengan minat beli, yaitu suatu kecenderungan perilaku yang muncul sebagai respons terhadap objek tertentu dan mencerminkan keinginan individu untuk melakukan tindakan pembelian atau keputusan ekonomi yang relevan. (Raihana, 2020) menyimpulkan bahwa Minat menabung merupakan suatu kekuatan yang mendorong manusia untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan dengan perasaan senang sehingga dapat memenuhi kebutuhan yaitu jaminan

berupa materi. Menurut (Rachman, 2014) menyatakan bahwa ada empat indikator untuk mengukur variabel minat menabung yaitu:

- 1) Perhatian (*Attention*). Kondisi ketika konsumen memberikan fokus yang tinggi terhadap suatu produk, baik berupa barang maupun jasa.
- 2) Ketertarikan (*Interest*). Perhatian tersebut berkembang menjadi ketertarikan, yang ditandai dengan munculnya rasa ingin mengetahui lebih jauh mengenai produk yang diperhatikan.
- 3) Keinginan (*Desire*). Yaitu dorongan psikologis dalam diri konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk tersebut. Pada tahap akhir.
- 4) Keyakinan (*Conviction*). Terbentuk keyakinan terhadap produk, yang mendorong individu untuk mengambil keputusan akhir berupa tindakan nyata dalam memperoleh produk tersebut melalui aktivitas pembelian.

2. Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model adalah teori tentang perilaku yang pertama kali dikembangkan oleh Davis tahun 1986 dalam penelitian doktornya (Davis, 1986). Dalam TAM, terdapat dua determinan utama sebagai dasar hubungan terkait penggunaan teknologi, yaitu *Perceived Ease of Use* yang diartikan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah dan *Perceived Usefulness* berarti sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan performansinya atau bermanfaat. TAM menghipotesiskan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* merupakan determinan dari *attitude to use the system*.

a. Persepsi Kemudahan *Digital Banking*

Persepsi kemudahan merupakan tingkat dimana penggunaan teknologi dapat dipahami oleh seseorang (Bayu & Dewa, 2019). TAM adalah model teori yang dikembangkan guna mengetahui tingkat penerimaan sebuah sistem teknologi baru di kalangan pelaku

pengguna teknologi informasi (Rahmawati, 2020). Model klasik TAM dipilih dari dua persepsi yaitu kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kemanfaatan (*perceived usefulness*). Hal ini menunjukkan bahwa saat persepsi kemudahan seseorang terpenuhi, maka meningkatkan minat untuk menggunakan aplikasi. Sebaliknya, jika persepsi kemudahan tidak terpenuhi, maka minat menggunakan akan semakin rendah (Al Sabaah, 2025)

Dengan demikian, persepsi terhadap kemudahan penggunaan layanan perbankan digital tidak hanya berperan dalam mendorong keputusan awal individu untuk menggunakan layanan tersebut, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan minat menabung secara berkelanjutan. Semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan dalam memahami dan mengoperasikan layanan perbankan digital syariah, semakin besar kecenderungan individu untuk menjadikan layanan tersebut sebagai alternatif utama dalam aktivitas menabung.

Indikator Kemudahan Penggunaan menurut Jugiyanto yang memodifikasi instrumen dari Davis (Nurul Haqiqi, 2020) diantaranya yaitu:

- 1) Mudah dipelajari, kemudahan layanan digital banking untuk dipelajari.
- 2) Mudah dipahami, kemudahan dalam memahami fitur dan alur transaksi.
- 3) Sempel, kesederhanaan tampilan dan proses penggunaan.
- 4) Mudah Pengoperasiannya, kemudahan dalam mengoperasikan layanan secara keseluruhan

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu disusun dengan tujuan memperoleh rujukan ilmiah yang relevan sebagai landasan dan acuan dalam penulisan penelitian sesuai dengan topik yang dikaji. Pada bagian ini, peneliti menyajikan sejumlah hasil penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai bahan telaah dan referensi dalam pengembangan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu yang dikaji

memiliki kesamaan atau keterkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan digital banking terhadap minat menabung. Kajian tersebut dimanfaatkan sebagai bahan perbandingan sekaligus gambaran empiris yang dapat memperkuat dan mendukung pelaksanaan penelitian. Selanjutnya, disajikan tabel perbandingan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1	Lubis & Khairunnisa (2024)	Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah	Religiulitas, Literasi Keuangan Syariah, Minat Menjadi Nasabah	Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah	Menguatkan variabel pengetahuan, namun objek dan fokus masih pada minat menjadi nasabah, bukan minat menabung melalui <i>digital banking</i>
2	(Chairunisa, 2022)	Pengaruh Layanan Digital dan Non Digital terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah	Layanan digital, layanan non digital, kepuasan nasabah	Layanan digital dan non digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank	Relevan dalam menjelaskan peran layanan digital perbankan syariah, namun fokus pada kepuasan nasabah, bukan

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
		Indonesia)		syariah	minat menabung
3	(Pradesyah, 2020)	Pengaruh Promosi dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi di Bank Syariah (Studi Kasus Desa Rahuning)	Promosi, pengetahuan, minat transaksi	Pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat bertransaksi di bank syariah	Relevan pada variabel pengetahuan dan minat, tetapi belum mengkaji konteks digital banking
4	Rizkyla dkk. (2025)	Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Minat Menggunakan Digital Banking	Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, Minat Menggunakan	Persepsi kemudahan dan kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan digital banking	Menguatkan pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat, meskipun belum spesifik pada perbankan syariah dan minat menabung
5	Nugroho dkk. (2024)	Intention to Use Digital Bank: Perceived Ease	Persepsi Kemudahan, Pengetahuan, Minat	Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan,	Memberi dasar empiris bahwa pengetahuan nasabah perlu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
		of Use dan Customer Knowledge	Menggunakan	sedangkan pengetahuan menunjukkan pengaruh yang bervariasi	diuji secara kontekstual, seperti pada bank syariah
6	Fitri Yenti dkk. (2023)	Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Penggunaan Mobile Banking Syariah	Pengetahuan, Kepercayaan, Kemudahan, Penggunaan	Pengetahuan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking syariah	Relevan untuk variabel pengetahuan dan kemudahan dalam konteks perbankan syariah
7	Marwah (2025)	Pengaruh Literasi Digital, Usability, dan Convenience terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Syariah	Literasi Digital, Kemudahan, Minat	Kemudahan dan literasi digital berpengaruh signifikan terhadap minat	Memberi perspektif digital banking syariah dari sisi kemudahan dan literasi
8	(Agustya,	Pengaruh	Persepsi	Persepsi	Sangat relevan

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
	2025)	Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko, dan Sosial terhadap Minat dengan Sikap sebagai Mediasi (Studi pada Pengguna Mobile Banking Livin' by Mandiri di Pemasang)	Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Pengaruh Sosial, Sikap, Minat	manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap dan minat; sikap memediasi pengaruh variabel persepsi terhadap minat	untuk variabel sikap dan persepsi kemudahan; menjadi dasar empiris bahwa sikap dapat memengaruhi minat dalam layanan digital banking
9	(Lubis, Musahidah, U., & Sa'adah, S., 2024)	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee Live Menggunakan Theory Of Planned Behavior	Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Minat/Keputusan	Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat dan keputusan pembelian	Relevan secara teoritis untuk memperkuat peran sikap dalam membentuk minat, meskipun berbeda objek penelitian
10	(Sodik, 2022)	Analisis Minat Penggunaan	Persepsi Kemudahan,	Persepsi kemudahan	Sangat relevan dalam

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
		pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB	Persepsi Manfaat, Sikap, Norma Subjektif, Minat	dan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan	mengintegrasikan TAM-TPB pada bank syariah dan variabel minat

Sumber: data diolah

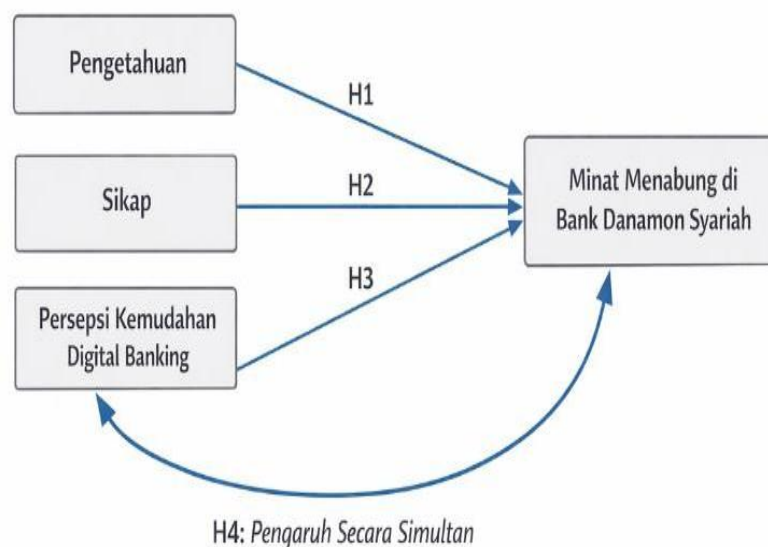
C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibangun berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Pengetahuan nasabah mengenai digital banking dan perbankan syariah dipandang sebagai faktor kognitif yang memengaruhi kecenderungan perilaku menabung. TPB dipilih karena mampu menjelaskan perilaku seseorang berdasarkan faktor-faktor psikologis yang mendasari keinginan atau niat melakukan suatu tindakan, khususnya melalui komponen sikap terhadap tindakan tersebut. Dalam konteks penelitian ini, minat menabung dianggap sebagai bentuk niat perilaku yang dipengaruhi oleh penilaian individu terhadap kegiatan menabung melalui layanan perbankan digital syariah.

Di sisi lain, *Technology Acceptance Model* (TAM) digunakan secara parsial sebagai kerangka pendukung untuk menjelaskan aspek penerimaan teknologi, terutama persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi kemudahan ini ditempatkan sebagai faktor teknologi yang memengaruhi penilaian individu terhadap penggunaan perbankan digital, sehingga berkontribusi dalam pembentukan minat menabung. Dengan demikian, penggunaan TPB dan TAM dalam penelitian ini dilakukan secara terpisah dan saling melengkapi, di mana TPB berperan sebagai dasar utama dalam menjelaskan perilaku, sedangkan

TAM digunakan untuk memperkuat pemahaman mengenai faktor-faktor teknologi dalam konteks perbankan digital syariah.

Kerangka Pemikiran Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan Digital Banking Terhadap Minat Menabung pada Bank Danamon Syariah



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: data diolah

Berdasarkan pada gambar 2.1 memperlihatkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan, Sikap dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menabung baik secara parsial maupun simultan.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau pernyataan yang masih bersifat sementara dan masih harus diuji kebenarannya sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah, karena jawaban tersebut hanya didasarkan pada teori yang relevan dan hasil penelitian sebelumnya. Hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada pokok permasalahan dan tujuan penelitian maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H01 = Tidak adanya pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung

Ha1 = Adanya pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung

H02 = Tidak Adanya pengaruh Sikap terhadap Minat Menabung

Ha2 = Adanya Pengaruh Sikap terhadap Minat Menabung

H03 = Tidak adanya pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menabung

H3 = Adanya pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menabung

H04 = Tidak adanya pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Perspektif Kemudahan terhadap Minat Menabung secara simultan

Ha4 = Adanya pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Perspektif Kemudahan terhadap Minat Menabung secara simultan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Menurut Kurniawan dalam (Hasman H. C., 2024), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menekankan pada analisis data berbentuk numerik serta penggunaan uji statistik yang disesuaikan dengan perumusan dan identifikasi masalah yang diteliti. Penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan hubungan atau pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, serta mengukur tingkat kekuatan dan signifikansi hubungan atau pengaruh tersebut (sugiyono, 2020).

Penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengetahuan (X1), Sikap (X2), dan Persepsi Kemudahan (X3). Variabel terikatnya adalah Minat Menabung (Y). Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menabung atau yang disebut variabel terikat dengan menggunakan pengujian hipotesis dan statistika.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Medan dengan objek penelitian pada Bank Danamon Syariah Medan Diponegoro yang berlokasi di Jl. Pangeran Diponegoro No.35, Madras Hulu, Kec. Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera Utara.

Penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang lebih enam bulan (6) bulan yaitu mulai bulan November 2025 – April 2026. Adapun tabel tentang jadwal rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jadwal Rencana Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan	November			Desember			Januari			Februari			Maret			April		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Pengajuan Judul																		
Penyusunan Proposal																		
Bimbingan Proposal																		
Seminar Proposal																		
Bimbingan Skripsi																		
Sidang Akhir																		

Sumber: data diolah

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan elemen atau objek yang menjadi sasaran penelitian, yang dapat mencakup manusia, hewan, tumbuhan, fenomena alam, nilai, peristiwa, maupun sikap dan perilaku tertentu, sehingga keseluruhan elemen tersebut berpotensi menjadi sumber data dalam suatu penelitian (Hafrida, 2020). Target populasi merupakan sekumpulan unit pengamatan atau objek penelitian yang memiliki karakteristik serta informasi yang relevan dan dibutuhkan oleh peneliti untuk mencapai tujuan penelitian (Lukitaningsih, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Medan yang memenuhi kriteria pengguna potensial layanan digital banking Danamon Syariah.

2. Sampel

Menurut (sugiyono, 2020), sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Dalam penelitian ini, teknik

pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling, (sugiyono, 2020) menjelaskan bahwa non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Salah satu bentuk dari teknik ini adalah purposive sampling, yaitu metode penentuan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Artinya, pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah dijustifikasi oleh peneliti.

Dalam pengambilan sampel ini, kriteria yang peneliti pilih adalah penduduk Kota Medan, berusia minimal 17 tahun, pengguna smartphone, dan sudah mengenal produk Danamon Syariah. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Hair (Joseph F. Hair, 2021). Rumus ini digunakan karena populasi yang belum diketahui dan menyarankan bahwa ukuran sampel 5 sampai 10 dikali indikator dari variabel. Berdasarkan indikator penelitian yang berjumlah 17 indikator, maka jumlah sampel minimum adalah ($17 \times 5 = 85$ responden) dari target 100 responden. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan sebanyak 85 responden yang telah memenuhi kriteria kecukupan sampel.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

(sugiyono, 2020) menyatakan bahwa variabel penelitian merupakan segala bentuk fenomena atau objek yang ditetapkan oleh peneliti untuk ditelaah dan dikaji, sehingga menghasilkan informasi yang relevan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu: Variabel Independen (X) atau variabel bebas, yaitu variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab terjadinya perubahan pada variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Sikap

X_3 = Persepsi Kemudahan

Variabel Dependen (Y) atau variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah:

Y = Minat Menabung

2. Definisi Operasional

a. Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel Bebas adalah tipe variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain. Keberadaan variable independent tidak tergantung pada adanya variabel yang lain atau bebas dari ada atau tidaknya variabel. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan.

b. Variabel terikat (*Dependent variable*)

Variabel Terikat Adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dinamakan Variabel terikat karena kondisi atau variasinya terikat atau dipengaruhi oleh variasi variabel lain, yaitu dipengaruhi variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Menabung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat teknik pengumpulan data beserta masing-masing perangkat pengumpulan datanya. Adapun metode pengumpulan data adalah sebagai berikut.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Hasman H. C., 2024). Kuesioner berisi daftar pertanyaan secara tertulis mengenai permasalahan pada penelitian ini yang meliputi variabel Pengetahuan, Sikap Dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menabung. Instrumen untuk mengumpulkan data pada

penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan kajian teoritis dalam bentuk Skala Likert.

Skala Likert merupakan suatu pertanyaan yang menunjukkan nilai tingkat kesetujuan atau tidak setuju. Dinamakan skala likert karena dikembangkan oleh Rensis Likert. Kemudian dari jawaban itu diberikan skor dalam tabel berikut. Skala likert dalam penelitian ini dibedakan atas 5 skala, yaitu:

Tabel 3. 2 Kriteria skala penelitian

Jawaban	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini juga menggunakan teknik skala likert dalam pengujian atau pemecahan masalahnya. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut gambar tabel instrumen penelitian.

Tabel 3.3 Instrumen Penelitian

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala Pengukuran
Pengetahuan (X1)	(Notoadmojo, 2018) menjelaskan bahwa Pengetahuan muncul	Menurut (Notoadmojo, 2018) pengetahuan mempunyai enam	<i>Likert</i>

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala Pengukuran
	setelah seseorang melakukan pengamatan terhadap suatu objek, baik melalui pengalaman langsung maupun melalui informasi yang diperoleh dari orang lain.	tingkatan yaitu: 1. Tahu 2. Memahami 3. Aplikasi 4. Analisis 5. Sintesis 6. Evaluasi	
Sikap (X2)	(Rawi, 2023) menyatakan bahwa sikap adalah perasaan positif atau negatif seseorang terhadap suatu perilaku atau suatu obyek.	(Rawi, 2023) menyatakan bahwa indikator dari sikap sebagai berikut: 1. Perasaan. 2. Perilaku Individu. 3. Keyakinan.	<i>Likert</i>
Persepsi Kemudahan (X3)	Persepsi kemudahan merupakan tingkat dimana penggunaan teknologi dapat dipahami oleh seseorang (Bayu & Dewa, 2019).	Indikator Kemudahan Penggunaan menurut Jugiyanto yang memodifikasi instrumen dari Davis (Nurul Haqiqi, 2020) diantaranya yaitu : 1. Mudah dipelajari 2. Mudah dipahami	<i>Likert</i>

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala Pengukuran
		3. Sempel 4. Mudah Pengoperasiannya	
Minat Menabung (Y)	(Raihana, 2020) menyimpulkan bahwa Minat menabung merupakan suatu kekuatan yang mendorong manusia untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan dengan perasaan senang sehingga dapat memenuhi kebutuhan yaitu jaminan berupa materi	Menurut (Rachman, 2014) menyatakan bahwa ada empat indikator untuk mengukur variabel minat menabung yaitu: 1. Perhatian (Attention). 2. Ketertarikan (Interest). 3. Keinginan (Desire). 4. Aksi (Action).	<i>Likert</i>

G. Uji Prasyarat

1. Uji Validitas

Menurut (Arikunto, 2010) Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Butir-butir pertanyaan dalam kuesioner merupakan instrumen atau alat ukur yang

harus mengukur apa yang menjadi tujuan penelitian sehingga tiap butir pertanyaan dalam kuesioner harus diukur validitasnya. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Uji yang dilakukan terhadap masing-masing item pertanyaan, yaitu dengan mengorelasikan antara item-item pertanyaan dengan total skor yang diperoleh.

Pengujian dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Di uji validitas ini peneliti akan menyebarkan kuesioner sebanyak 30 kuesioner dalam perusahaan, yaitu dengan cara:

- a) Jika r hitung $>$ r tabel maka instrument dianggap valid.
- b) Jika r hitung $<$ r tabel maka instrument dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang menggunakan kuesioner. Tujuannya adalah untuk menilai apakah pengukuran yang digunakan tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Alat ukur yang reliable mempunyai tingkat reliabilitas tinggi yang ditentukan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas berkisar antara 0-1. Semakin tinggi koefisien reliabilitas yaitu mendekati angka satu maka alat ukurnya semakin reliable.

Teknik yang digunakan peneliti dalam uji reliabilitas adalah teknik Alpha Cronbach karena yang paling umum dipakai. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2021). Koefisien Alpha Cronbach minimal 0,60 menunjukkan bahwa kuesioner memiliki tingkat reliabilitas cukup baik.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu variabel seperti jumlah rata-rata, standar deviasi, nilai terendah maupun nilai tertinggi (Ghozali, 2021). Statistika deskriptif mempelajari tata cara penyusunan dan penyajian data yang dikumpulkan dalam suatu riset. Tujuannya untuk mendapatkan gambaran atau mendeskripsikan sekumpulan data hasil pengamatan sehingga mudah dipahami, dibaca dan digunakan sebagai informasi.

Umumnya, komponen dasar dari metode analisis deskriptif terdiri dari mean, median, modus, simpangan baku dan varian. Hasil analisa data dengan menggunakan metode analisa data deskriptif disajikan dalam berbagai bentuk. Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan tabel frekuensi terhadap Bank Danamon Syariah berdasarkan jenis kelamin,usia,pendidikan terakhir dan pendapatan.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melakukan peramalan ataupun prediksi. Dalam analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi suatu masalah. Ada pengujian asumsi klasik yang harus dilakukan dalam model regresi linear berganda, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis,apakah penyebarannya dibawah kurva normal atau tidak. Pendekatan yang digunakan untuk menguji normalitas data,yaitu metode uji one-sample Kolmogorov-smirnov. Dengan Kriteria residual berdistribusi normal

- 1) Jika nilai signifikansi perhitungan data (sig) $>$ 5% maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi perhitungan data (sig) $<$ 5% maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent (Ghozali, 2021). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya.Uji multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF).

Bila hasil perhitungan nilai tolerance mendekati 1,maka model tersebut bebas dari gejala multikolinieritas,sebaliknya menjauh dari nilai 1 maka terindikasi gejala multikolinieritas. Jika nilai variance inflation factor (VIF)

tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dan dapat digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2021)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi metode Uji Glejser dimana dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya dengan kriteria:

- 1) Terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $< 0,05$.
- 2) Tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$

3. Analisis Linier Berganda

Analisis linear berganda merupakan analisis yang menghubungkan antara dua variabel independent atau lebih dengan variabel dependen. Adapun bentuk umum persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Minat Menabung

A = Konstanta

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Sikap

X₃ = Persepsi Kemudahan

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi Berganda

e = Standar Error

a. Uji Parsial/Secara individu (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji apakah variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian

menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Uji t dilakukan untuk menguji signifikan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dapat dilihat dengan perbandingan antara *t* tabel dengan *t* hitung. Untuk memenuhi t_{tabel} menggunakan rumus t_{tabel} .

Setelah ditemukan nilai dari *t* tabel kemudian nilai t_{tabel} dibandingkan dengan nilai *t* hitung dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika nilai *t* hitung lebih besar dari t_{tabel} maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan dan jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} maka variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

b. Uji Simultan Secara Serentak (Uji F)

Uji statistic F merupakan Uji simultan (keseluruhan atau bersama-sama). Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel Pengetahuan, Sikap dan Persepsi Kemudahan terhadap minat menabung. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik yaitu:

- 1) Jika nilai probabilitas signifikan > 0.05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai probabilitas signifikan F_{tabel} maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak di tolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan tingkat keepatan garis regresi perhitungan koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan nilai r . Nilai r berkisar antara 0 sampai 1. Dan nilai r yang mendekati 1 maka hubungan sangat erat, tetapi jika mendekati 0 hubungan semakin lemah.

Koefisiensi determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen atau terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Bank Danamon Syariah

PT Bank Danamon Indonesia Tbk (BEI: BDMN) didirikan pada tahun 1956. Per 30 September 2025, Danamon mengelola aset konsolidasian sebesar Rp259,5 triliun dengan anak perusahaannya, Adira Finance. Dalam hal kepemilikan saham, 92,47% saham Danamon dimiliki oleh MUFG Bank, Ltd. (langsung dan tidak langsung) dan 7,53% lainnya dimiliki oleh publik. Dalam melayani nasabah dari semua lini bisnis yaitu Retail, Usaha Kecil dan Menengah, serta Korporasi, Danamon didukung oleh 884 kantor cabang konvensional, Unit Usaha Syariah, dan Adira Finance; serta kantor cabang dan kantor perwakilan grup perusahaan Danamon di Indonesia.

Sebagai anak perusahaan dari MUFG yang merupakan salah satu grup jasa keuangan terbesar di dunia, Danamon didukung oleh jaringan global MUFG dan bank mitranya: Krungsri di Thailand, Security Bank di Filipina, dan VietinBank di Vietnam. Danamon juga diperkuat oleh jaringan lokal dari grup perusahaannya yaitu Adira Finance, Home Credit Indonesia, dan Zurich Asuransi Indonesia, serta mitra strategisnya.

Bersama MUFG, grup perusahaan serta mitra strategisnya, Danamon berkomitmen untuk terus bertransformasi sebagai Satu Grup Finansial, guna menjadi mitra keuangan terpercaya yang berorientasi pada nasabah dan selalu berinovasi, demi memenuhi kebutuhan pemegang saham, nasabah, karyawan, dan regulator dengan menghadirkan solusi finansial holistik agar dapat tumbuh bersama. Seiring dengan perkembangan industri perbankan syariah, Bank Danamon Syariah terus mengembangkan berbagai produk dan layanan yang berlandaskan prinsip syariah. Produk-produk tersebut meliputi simpanan syariah, pembiayaan syariah, asuransi jiwa syariah, layanan zakat, serta berbagai layanan keuangan syariah lainnya yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah Muslim secara komprehensif.

Selain penguatan produk, Bank Danamon juga melakukan transformasi digital melalui pengembangan layanan perbankan berbasis teknologi. Salah satu inovasi yang dihadirkan adalah D-Bank PRO, yaitu layanan mobile banking yang memungkinkan nasabah mengakses informasi dan melakukan transaksi perbankan selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu melalui aplikasi mobile. D-Bank PRO menyediakan berbagai fitur transaksi digital seperti QRIS, pembayaran, top up e-wallet, investasi, dan pinjaman, serta layanan digital berbasis syariah, antara lain pembayaran zakat dan wakaf, serta fasilitas sedekah dan infak. Kehadiran layanan digital ini diharapkan dapat meningkatkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan, termasuk pada layanan perbankan syariah.

2. Visi dan Misi Bank Danamon Syariah

Visi

“Kita Peduli dan Membantu Jutaan Orang untuk Mencapai Kesejahteraan. Danamon berkeyakinan bahwa keberadaannya adalah untuk mewujudkan kepeduliannya kepada nasabah, karyawan, serta masyarakat luas dan membantu kesemuanya itu bertumbuh kembang mencapai kesejahteraan yang lebih baik”.

Misi

- a. Danamon bertekad untuk menjadi “Lembaga Keuangan Terkemuka di Indonesia” yang keberadaannya diperhitungkan.
- b. Suatu organisasi yang berpusat pada nasabah, yang melayani semua segmen dengan menawarkan nilai yang unik untuk masing-masing segmen, berdasarkan keunggulan penjualan dan pelayanan, serta didukung oleh teknologi kelas dunia.
- c. Aspirasi kami adalah menjadi perusahaan pilihan untuk berkarya dan yang dihormati oleh nasabah, karyawan, pemegang saham, regulator dan komunitas di mana kami berada.

3. Struktur Organisasi Bank Danamon Syariah

Struktur organisasi PT Bank Danamon Indonesia Tbk (Januari 2026) disusun secara hierarkis dengan pemisahan fungsi pengawasan, pengelolaan, dan operasional. Struktur ini mencerminkan penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (good corporate governance) dengan pemisahan yang jelas antara fungsi pengawasan, pengendalian risiko, kepatuhan, dan operasional bisnis, termasuk penguatan fungsi perbankan syariah dalam kerangka organisasi Bank Danamon secara keseluruhan.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Bank Danamon Syariah
Sumber: Website Bank Danamon Syariah

a. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Merupakan organ tertinggi perusahaan yang memiliki kewenangan strategis dan pengambilan keputusan utama.

b. Dewan Komisaris

Bertugas melakukan pengawasan terhadap kebijakan dan kinerja Direksi, serta memastikan penerapan tata kelola perusahaan yang baik, didukung oleh Dewan Pengawas Syariah. Komite di bawah Dewan Komisaris:

- 1) Komite Audit
- 2) Komite Pemantau Risiko
- 3) Komite Nominasi dan Remunerasi
- 4) Komite Tata Kelola Terintegrasi

c. Presiden Direktur

Bertanggung jawab atas pengelolaan dan operasional bank secara keseluruhan.

d. Komite di bawah Direksi

Berfungsi mendukung pengambilan keputusan manajerial dan pengendalian risiko, meliputi:

- 1) Komite Manajemen Risiko Terintegrasi
- 2) Komite Pengarah Teknologi Informasi
- 3) Komite Aset dan Liabilitas (ALCO)
- 4) Komite Kredit/Pembiayaan
- 5) Komite Kebijakan Perkreditan dan Pembiayaan

e. Unit dan Direktorat Fungsional Utama

- 1) Syariah: mengelola bisnis dan produk perbankan berbasis prinsip syariah
- 2) Internal Audit: melakukan pengawasan dan audit internal terhadap seluruh aktivitas bank
- 3) *Compliance*: memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan ketentuan hukum
- 4) *Finance*: mengelola perencanaan, pengendalian, dan pelaporan keuangan
- 5) *Risk Management*: mengidentifikasi, mengukur, dan mengendalikan risiko bank
- 6) *Global Alliance Strategy*: menangani kolaborasi bisnis, inovasi, dan kemitraan strategis
- 7) *Corporate Strategy Office*: bertanggung jawab atas perencanaan strategis, hubungan investor, transformasi organisasi, dan pemasaran

B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

1. Analisis Deskriptif Responden

Populasi yang diteliti adalah Masyarakat di Kota Medan dengan beberapa kriteria yang sudah penulis tentukan. Responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik responden, yaitu berdasarkan usia dan jenis kelamin.

a. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Kriteria Jenis Kelamin

Berdasarkan Jenis Kelamin Responden dalam penelitian ini dibedakan menjadi 2 kelompok jenis kelamin, karakteristik responden pada Masyarakat Kota Medan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Skor Jawaban	
		F	%
1	Laki-Laki	27	31,8%
2	Perempuan	58	68,2%
Total		85	100%

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.1 yang menyajikan deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 85 orang. Dari total tersebut, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang atau sebesar 31,8%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 58 orang atau sebesar 68,2%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan. Persentase responden perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan responden laki-laki, sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini lebih banyak berasal dari kelompok perempuan yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian.

b. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Kriteria Usia

Berdasarkan Usia Responden dalam penelitian ini dibedakan menjadi 3 kelompok usia responden pada Masyarakat Kota Medan berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden

No.	Usia Responden	Skor Jawaban	
		F	%
1	17-20 Tahun	12	14,1 %

2	21-23 Tahun	58	68,2%
3	>23 Tahun	15	17,6%
Total		85	100%

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.2 yang menyajikan deskripsi responden berdasarkan usia, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 85 orang yang dikelompokkan ke dalam tiga kategori usia. Responden berusia 17–20 tahun berjumlah 12 orang atau sebesar 14,1%. Responden yang berada pada rentang usia 21–23 tahun berjumlah 58 orang atau sebesar 68,2%. Sementara itu, responden yang berusia lebih dari 23 tahun berjumlah 15 orang atau sebesar 17,6%.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada kelompok usia 21–23 tahun. Persentase kelompok usia ini merupakan yang terbesar dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Rentang usia tersebut termasuk dalam kelompok *early adulthood* yang sebagian besar berasal dari generasi Z. Generasi Z dikenal sebagai digital native, yaitu generasi yang sejak kecil telah terbiasa menggunakan perangkat digital seperti smartphone, internet, dan berbagai aplikasi berbasis teknologi. Kondisi ini membuat mereka memiliki tingkat literasi yang tinggi dan lebih mudah beradaptasi dengan berbagai layanan berbasis digital, termasuk layanan digital banking yang disediakan oleh Bank Danamon Syariah.

2. Analisis Deskriptif Variabel

Analisis statistik deskriptif penelitian dibuat untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yang menggambarkan persepsi atau opini responden atas pernyataan yang diajukan. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan dalam perhitungan deskriptif adalah Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan digital banking terhadap minat menabung. Analisis statistik deskriptif menggunakan angka indeks untuk mengetahui besaran derajat persepsi responden terhadap indikator variabel penelitian.

Berikut merupakan penentuan kelas interval yang diberlakukan untuk semua variabel. Nilai terendah dan tertinggi skala adalah sebagai berikut:

1= Sangat Tidak Setuju (STS)

2= Tidak Setuju (TS)

3= Kurang Setuju (KS)

4= Setuju (S)

5= Sangat Setuju (SS)

a. **Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan (X1)**

Pengetahuan pada setiap individu merujuk pada tingkat pemahaman seseorang terhadap suatu informasi, konsep, atau objek tertentu yang diperoleh melalui proses pembelajaran, pengalaman, maupun akses terhadap berbagai sumber informasi. Pengetahuan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi cara individu dalam menilai, memahami, dan mengambil keputusan terhadap suatu layanan atau produk.

Pada bagian analisa variabel bebas ini penulis mencoba menganalisa jawaban responden berdasarkan frekuensi dan persentase pada setiap alternatif jawaban yang tersedia dalam skala likert. Melalui analisis tersebut dapat diketahui kecenderungan pemahaman responden terhadap informasi yang berkaitan dengan layanan digital banking. Hasil pengolahan data kemudian disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam melihat penyebaran jawaban responden pada setiap pernyataan yang merepresentasikan variabel pengetahuan.

Tabel 4.3 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Pengetahuan

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		N		TS		STS		JUMLAH	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	22	25.9%	54	63,5%	8	9.4%	1	1.2%	0	0%	85	100%
2	44	51.8%	26	30.6%	13	15.3%	2	2.4%	0	0%	85	100%
3	22	25.9%	55	64.7%	6	7.1%	2	2.4%	0	0%	85	100%
4	44	51.8%	26	30.6%	13	15.3%	2	2.4%	0	0%	85	100%

5	19	22.4%	51	60.0%	11	12.9%	4	4.7%	0	0%	85	100%
---	----	-------	----	-------	----	-------	---	------	---	----	----	------

Sumber : Hasil Jawaban Responden (Diolah, 2026)

Dari tabel sebelumnya dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang pernyataan “Saya mengetahui bahwa Bank Danamon Syariah menyediakan layanan digital banking” mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 54 orang atau 63.5%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan responden terhadap keberadaan layanan digital banking relatif baik. Dengan kata lain, responden tidak hanya mengenal Bank Danamon Syariah sebagai lembaga perbankan, tetapi juga mengetahui bahwa bank tersebut telah menyediakan fasilitas layanan perbankan berbasis digital yang dapat digunakan untuk mempermudah transaksi nasabah.
- 2) Jawaban responden tentang pernyataan “Saya memahami kegunaan utama layanan digital banking yang disediakan oleh Bank Danamon Syariah” mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang atau 51.8%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman responden terhadap fungsi layanan digital banking tergolong baik.
- 3) Jawaban responden tentang pernyataan “Saya mengetahui manfaat penggunaan digital banking syariah dalam kegiatan menabung” mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 55 orang atau 64.7%. Hal ini menunjukkan bahwa responden telah memiliki pemahaman mengenai manfaat utama digital banking, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan secara online, efisiensi waktu, serta kemudahan akses layanan perbankan tanpa harus datang langsung ke kantor bank.
- 4) Jawaban responden tentang pernyataan “Saya memahami perbedaan prinsip digital banking syariah dengan digital banking konvensional” mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang atau 51.8%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memahami perbedaan prinsip antara digital banking syariah dan digital banking konvensional.
- 5) Jawaban responden tentang pernyataan “Saya mengetahui cara menggunakan fitur digital banking Bank Danamon Syariah untuk

keperluan menabung”, responden yang menyatakan setuju berjumlah 51 orang atau 60,0% dan sangat setuju sebanyak 19 orang atau 22,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden telah mengetahui cara menggunakan fitur digital banking Bank Danamon Syariah untuk keperluan menabung.

b. Analisis Deskriptif Variabel Sikap (X2)

Variabel Sikap menggambarkan bagaimana pandangan dan penilaian responden terhadap penggunaan layanan digital banking pada Bank Danamon Syariah. Sikap responden tercermin dari tingkat persetujuan mereka terhadap berbagai pernyataan yang berkaitan dengan persepsi positif maupun negatif terhadap penggunaan layanan tersebut. Pada bagian analisa variabel bebas ini penulis mencoba menganalisa jawaban responden berdasarkan frekuensi dan persentase pada setiap alternatif jawaban yang tersedia dalam skala Likert.

Tabel 4.4 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Sikap

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		N		TS		STS		JUMLAH	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	18	21.2%	59	69.4%	8	9.4%	0	0%	0	0%	85	100%
2	39	45.9%	29	34.1%	15	17.6%	2	2.4%	0	0%	85	100%
3	21	24.7%	55	64.7%	7	8.2%	2	2.4%	0	0%	85	100%
4	38	44.7%	27	31.8%	18	21.2%	2	2.4%	0	0%	85	100%
5	24	28.2%	49	57.6%	11	12.9%	1	1.2%	0	0%	85	100%

Sumber : Hasil Jawaban Responden (Diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.4 yang menyajikan skor angket responden terhadap variabel sikap, dapat dijelaskan distribusi jawaban responden pada setiap pernyataan sebagai berikut.

- 1) Pada pernyataan pertama yaitu “Menurut saya, menggunakan digital banking syariah untuk menabung merupakan pilihan yang baik”, mayoritas responden memberikan penilaian positif. Sebanyak 59 responden atau 69,4% menyatakan setuju dan 18 responden atau 21,2%

menyatakan sangat setuju. Sementara itu, hanya 8 responden atau 9,4% yang memilih netral dan tidak terdapat responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Proporsi jawaban ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memandang penggunaan digital banking syariah sebagai alternatif yang tepat dalam melakukan aktivitas menabung.

- 2) Pada pernyataan kedua yaitu “Saya menilai layanan digital banking Bank Danamon Syariah bermanfaat bagi saya”, terlihat bahwa 39 responden atau 45,9% menyatakan sangat setuju dan 29 responden atau 34,1% menyatakan setuju. Sebanyak 15 responden atau 17,6% berada pada kategori netral, sedangkan 2 responden atau 2,4% menyatakan tidak setuju. Tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai layanan digital banking Bank Danamon Syariah memiliki manfaat nyata bagi aktivitas keuangan mereka.
- 3) Pada pernyataan ketiga yaitu “Saya memiliki pandangan yang positif terhadap penggunaan digital banking syariah”, mayoritas responden memberikan respons yang cenderung positif dengan persentase 64,7% atau 55 responden yang menyatakan setuju dan 24,7% atau 21 responden yang menyatakan sangat setuju. Selain itu, 7 responden atau 8,2% memilih netral dan 2 responden atau 2,4% menyatakan tidak setuju. Tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju. Distribusi jawaban ini menunjukkan bahwa persepsi umum responden terhadap digital banking syariah berada pada kategori positif. Sikap positif tersebut dapat dipengaruhi oleh pemahaman responden mengenai prinsip syariah yang diterapkan dalam layanan perbankan serta kepercayaan terhadap sistem operasional yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.
- 4) Pada pernyataan keempat yaitu “Saya percaya bahwa menabung melalui digital banking Bank Danamon Syariah adalah keputusan yang tepat”, sebanyak 38 responden atau 44,7% menyatakan sangat setuju dan 27 responden atau 31,8% menyatakan setuju. Sementara itu, 18

responden atau 21,2% memilih netral dan 2 responden atau 2,4% menyatakan tidak setuju. Tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap penggunaan digital banking sebagai sarana menabung. Kepercayaan tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh persepsi keamanan sistem, kemudahan penggunaan, serta keyakinan bahwa layanan tersebut dapat mendukung aktivitas keuangan secara efektif.

- 5) Pada pernyataan kelima yaitu “Saya merasa nyaman jika harus menabung menggunakan layanan digital banking syariah”, sebanyak 49 responden atau 57,6% menyatakan setuju dan 24 responden atau 28,2% menyatakan sangat setuju. Selain itu, 11 responden atau 12,9% menjawab netral dan hanya 1 responden atau 1,2% yang menyatakan tidak setuju. Tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju. Distribusi jawaban ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan tingkat kenyamanan yang cukup tinggi dalam menggunakan layanan digital banking syariah. Kenyamanan tersebut dapat berkaitan dengan kemudahan akses layanan melalui perangkat digital, fleksibilitas waktu dalam melakukan transaksi, serta kemudahan fitur yang tersedia dalam aplikasi digital banking.

c. **Analisis Deskriptif Variabel Persepsi kemudahan (X3)**

Persepsi kemudahan merujuk pada sejauh mana individu meyakini bahwa suatu sistem atau layanan dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Persepsi ini berkaitan dengan penilaian subjektif seseorang terhadap tingkat kemudahan dalam memahami, mempelajari, serta mengoperasikan suatu teknologi atau layanan. Pada bagian analisa variabel bebas ini penulis mencoba menganalisa jawaban responden berdasarkan frekuensi dan persentase pada setiap alternatif jawaban yang tersedia dalam skala Likert.

Tabel 4. 5 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Persepsi Kemudahan

Alternatif Jawaban

No	SS		S		N		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	38	44.7%	27	31.8%	18	21.2%	2	2.4%	0	0%	85	100%
2	44	51.8%	29	34.1%	10	11.8%	2	2.4%	0	0%	85	100%
3	20	23.5%	53	62.4%	10	11.8%	2	2.4%	0	0%	85	100%
4	43	50.6%	29	34.1%	11	12.9%	1	1.2%	1	1.2%	85	100%

Sumber : Hasil Jawaban Responden (Diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.5 yang menyajikan skor angket responden terhadap variabel sikap, dapat dijelaskan distribusi jawaban responden pada setiap pernyataan sebagai berikut.

- 1) Pada pernyataan pertama, yaitu “Layanan digital banking Bank Danamon Syariah mudah dipelajari”, mayoritas responden memberikan tanggapan positif. Sebanyak 38 responden (44,7%) menyatakan sangat setuju dan 27 responden (31,8%) menyatakan setuju. Dengan demikian, total 76,5% responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna menilai bahwa layanan digital banking Bank Danamon Syariah memiliki proses pembelajaran yang relatif mudah.
- 2) Pada pernyataan kedua, yaitu “Fitur-fitur yang terdapat dalam digital banking Bank Danamon Syariah mudah dipahami”, hasil yang diperoleh menunjukkan tingkat persetujuan yang lebih tinggi dibandingkan pernyataan pertama. Sebanyak 44 responden (51,8%) menyatakan sangat setuju dan 29 responden (34,1%) menyatakan setuju. Dengan demikian, total 85,9% responden menyatakan persetujuan terhadap kemudahan memahami fitur yang tersedia.
- 3) Pada pernyataan ketiga, yaitu “Proses penggunaan digital banking Bank Danamon Syariah tergolong sederhana dan tidak rumit”, mayoritas responden juga memberikan penilaian positif. Sebanyak 20 responden (23,5%) menyatakan sangat setuju dan 53 responden (62,4%) menyatakan setuju, sehingga total 85,9% responden menyatakan bahwa proses penggunaan layanan tersebut tergolong sederhana.

- 4) Pada pernyataan keempat, yaitu “Saya dapat mengoperasikan layanan digital banking Bank Danamon Syariah dengan mudah”, tanggapan responden kembali didominasi oleh kategori persetujuan. Sebanyak 43 responden (50,6%) menyatakan sangat setuju dan 29 responden (34,1%) menyatakan setuju, sehingga secara keseluruhan 84,7% responden merasa mampu mengoperasikan layanan digital banking tersebut dengan mudah.

d. **Analisis Deskriptif Variabel Minat Menabung (Y)**

Minat menabung merupakan salah satu indikator penting yang menunjukkan sejauh mana nasabah memiliki dorongan untuk menyimpan dana secara berkelanjutan pada lembaga perbankan. Semakin tinggi minat menabung yang dimiliki oleh nasabah, maka semakin besar pula kemungkinan nasabah untuk memanfaatkan produk dan layanan perbankan yang tersedia. Pada bagian analisa variabel terikat ini penulis mencoba menganalisa jawaban responden berdasarkan frekuensi dan persentase pada setiap alternatif jawaban yang tersedia dalam skala Likert.

Tabel 4.6 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Minat Menabung Alternatif Jawaban

No	SS		S		N		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	15	17.6%	55	64.7%	12	14.1%	3	3.5%	0	0%	85	100%
2	41	48.2%	27	31.8%	14	16.5%	3	3.5%	0	0%	85	100%
3	20	23.5%	46	54.1%	14	16.5%	5	5.9%	0	0%	85	100%
4	42	49.4%	29	34.1%	11	12.9%	2	2.4%	1	1.2%	85	100%

Sumber : Hasil Jawaban Responden (Diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.6 yang menyajikan skor angket responden terhadap variabel sikap, dapat dijelaskan distribusi jawaban responden pada setiap pernyataan sebagai berikut:

- 1) Pada pernyataan pertama, yaitu “Saya tertarik untuk menabung menggunakan layanan digital banking Bank Danamon Syariah”, hasil jawaban responden menunjukkan bahwa 15 responden (17,6%) menyatakan sangat setuju dan 55 responden (64,7%) menyatakan

setuju. Dengan demikian, total 82,3% responden menunjukkan ketertarikan untuk menabung melalui layanan digital banking tersebut.

- 2) Pada pernyataan kedua, yaitu “Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan digital banking Bank Danamon Syariah sebagai sarana menabung”, diperoleh hasil bahwa 41 responden (48,2%) menyatakan sangat setuju dan 27 responden (31,8%) menyatakan setuju. Secara keseluruhan, 80% responden menunjukkan adanya keinginan untuk menggunakan layanan digital banking sebagai sarana menabung.
- 3) Pada pernyataan ketiga, yaitu “Saya berencana menabung menggunakan layanan digital banking Bank Danamon Syariah dalam waktu dekat”, hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa 20 responden (23,5%) menyatakan sangat setuju dan 46 responden (54,1%) menyatakan setuju. Dengan demikian, 77,6% responden memiliki rencana untuk menabung menggunakan layanan digital banking tersebut.
- 4) Pada pernyataan keempat, yaitu “Saya bersedia memilih layanan digital banking Bank Danamon Syariah sebagai cara menabung dibandingkan alternatif lainnya”, sebanyak 42 responden (49,4%) menyatakan sangat setuju dan 29 responden (34,1%) menyatakan setuju. Dengan demikian, total 83,5% responden menunjukkan kesediaan untuk memilih layanan digital banking Bank Danamon Syariah sebagai sarana menabung.

C. Hasil Penelitian Analisis Statistik

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil analisis data penelitian berdasarkan jawaban responden oleh peneliti dapat diketahui dari pernyataan tersebut. Dalam perhitungan validitas ini membandingkan nilai pearson correlation dengan r tabel, dimana r tabel diperoleh berdasarkan rumus $df = n-2$ ($85-2 = 83$), sehingga didapatkan nilai r tabel sebesar 0,213, dapat dikatakan valid apabila r hitung > r tabel.

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Pengetahuan

Pernyataan	Pearson Correlation	R _{tabel}	Keterangan
------------	---------------------	--------------------	------------

X1.1	0,522	0,213	Valid
X1.2	0,747	0,213	Valid
X1.3	0,623	0,213	Valid
X1.4	0,588	0,213	Valid
X1.5	0,655	0,213	Valid

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan perhitungan data jawaban responden pada uji validitas terhadap variabel pengetahuan (X1) di atas yang terdiri dari 5 pertanyaan dengan 85 responden dapat diketahui bahwa semua pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan nilai r_{tabel} 0,213.

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Sikap

Pernyataan	Pearson Correlation	R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,514	0,213	Valid
X2.2	0,715	0,213	Valid
X2.3	0,464	0,213	Valid
X2.4	0,680	0,213	Valid
X2.5	0,512	0,213	Valid

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan perhitungan data jawaban responden pada uji validitas terhadap variabel sikap (X2) di atas yang terdiri dari 5 pertanyaan dengan 85 responden dapat diketahui bahwa semua pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan nilai r_{tabel} 0,213.

Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan

Pernyataan	Pearson Correlation	R_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,689	0,213	Valid
X3.2	0,591	0,213	Valid
X3.3	0,575	0,213	Valid
X3.4	0,620	0,213	Valid

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan perhitungan data jawaban responden pada uji validitas terhadap variabel persepsi kemudahan (X3) di atas yang terdiri dari 4 pertanyaan dengan 85 responden dapat diketahui bahwa semua pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan nilai r_{tabel} 0,213.

Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Minat Menabung

Pernyataan	Pearson Correlation	R _{tabel}	Keterangan
Y.1	0,454	0,213	Valid
Y.2	0,658	0,213	Valid
Y.3	0,677	0,213	Valid
Y.4	0,627	0,213	Valid

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan perhitungan data jawaban responden pada uji validitas terhadap variabel persepsi minat menabung (Y) di atas yang terdiri dari 4 pertanyaan dengan 85 responden dapat diketahui bahwa semua pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan nilai r tabel 0,213.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil analisis data jawaban responden yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui dari pernyataan tersebut. Maka hasil perhitungan uji reliabilitas ialah:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	18

Gambar 4.2 Uji Reliabilitas
Sumber : Data Diolah (2026)

Dari hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui nilai Cronbach's Alpha instrumen penelitian. Nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan pada 4 variabel yaitu Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan dinyatakan reliabel dengan nilai reliabilitas $\geq 0,60$.

3. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan melihat nilai signifikansi (Asymp. Sig.) dari residual yang dihasilkan.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi perhitungan data (sig) $> 0,05\%$ maka data berdistribusi normal.

- 2) Jika nilai signifikansi perhitungan data (sig) < 0,05% maka data tidak berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		85	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.24919275	
Most Extreme Differences	Absolute	.067	
	Positive	.067	
	Negative	-.057	
Test Statistic		.067	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.454	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.442
		Upper Bound	.467

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Gambar 4.3 Uji Normalitas Data

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada Gambar 4.2, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat koefisien *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Bila hasil perhitungan nilai tolerance mendekati 1, maka model tersebut bebas dari gejala Multikolinearitas, sedangkan menjauh dari nilai 1 maka terindikasi gejala Multikolinearitas. Jika nilai variance inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dan dapat digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2021)

Berikut adalah hasil uji multikolinearitas dari output SPSS Versi 26.0 yang dilakukan.

Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	6.091	1.551		3.926	.000		
	TOTAL_X1	.222	.083	.310	2.670	.009	.558	1.793

TOTAL_X2	.163	.101	.206	1.603	.113	.456	2.194
TOTAL_X3	.180	.105	.205	1.717	.090	.528	1.895

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Diolah (2026)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 untuk variabel penelitian Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual, dengan kriteria:

- 1) Terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual < 0,05.
- 2) Tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual > 0,05.

Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.014	.930		4.317	<.001
	TOTAL_X2	-.093	.061	-.238	-1.535	.129
	TOTAL_X3	.013	.063	.031	.213	.832
	TOTAL_X1	-.057	.050	-.159	-1.135	.260

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Data Diolah, (2026).

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.12, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Pengetahuan (X1) sebesar 0,260, Sikap (X2) sebesar 0,129, dan Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 0,832. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas..

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pengetahuan (X_1), sikap (X_2) dan persepsi kemudahan (X_3) terhadap minat menabung (Y) dapat diketahui seperti tabel berikut ini :

Tabel 4.13 Hasil Output Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6.091	1.551		3.926	.000		
	TOTAL_X1	.222	.083	.310	2.670	.009	.558	1.793
	TOTAL_X2	.163	.101	.206	1.603	.113	.456	2.194
	TOTAL_X3	.180	.105	.205	1.717	.090	.528	1.895

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Diolah (2026).

Pengaruh positif antara pengetahuan (X_1), sikap (X_2) dan persepsi kemudahan (X_3) terhadap minat menabung (Y) ini juga dapat dilihat dari besarnya intersep yang diperoleh dari hasil perhitungan yang digunakan alat bantu SPSS 26.0 besarnya konstanta $Y\alpha = 6.091$, $bx_1 = 0.222$, $bx_2 = 0.163$ dan $bx_3 = 0.180$. Dari besarnya nilai α dan bx_1 tersebut selanjutnya dimasukkan ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 6.091 + 0.222 X_1 + 0.163 X_2 + 0.180 X_3$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 6,091 menunjukkan bahwa ketika variabel Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan dianggap konstan, maka nilai Minat Menabung berada pada tingkat dasar sebesar 6,091. Dengan kata lain, sebelum dipengaruhi oleh ketiga variabel independen tersebut, responden pada dasarnya telah memiliki tingkat minat menabung pada tingkat tertentu.
- 2) Koefisien regresi variabel Pengetahuan (X_1) sebesar 0,222 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pengetahuan akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,222 dengan asumsi variabel lain konstan.

- 3) Koefisien variabel Sikap (X2) sebesar 0,163 menunjukkan arah hubungan positif, namun tidak signifikan secara statistik..
- 4) Koefisien variabel Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 0,180 juga menunjukkan arah hubungan positif, namun tidak signifikan secara statistik.

b. Uji Parsial/Secara individu (Uji T)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dapat dilihat dengan perbandingan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Untuk memenuhi t_{tabel} menggunakan rumus t_{tabel} . Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pengetahuan (X1), sikap (X2) dan persepsi kemudahan (X3) terhadap minat menabung (Y) dapat diketahui dari tabel uji t dengan menggunakan tabel Coefficients seperti tabel berikut ini :

Tabel 4.14 Hasil Output Regresi dan Uji t

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6.091	1.551		3.926	.000		
	TOTAL_X1	.222	.083	.310	2.670	.009	.558	1.793
	TOTAL_X2	.163	.101	.206	1.603	.113	.456	2.194
	TOTAL_X3	.180	.105	.205	1.717	.090	.528	1.895

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Diolah, (2026).

1) Uji T (Pengetahuan X1 Terhadap Y Minat Menabung)

Berdasarkan Tabel 4.14 juga diketahui nilai t_{hitung} variabel Pengetahuan sebesar 2,670 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,988 serta nilai Sig $0,009 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dalam uji t, yaitu apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis alternatif (H_{a1}) diterima dan hipotesis nol (H_{01}) ditolak.

Dengan demikian, variabel pengetahuan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y). Hal ini menunjukkan, bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan responden, maka semakin tinggi pula minat menabung pada bank syariah.

2) Uji T (Sikap X2 Terhadap Y Minat Menabung)

Berdasarkan Tabel 4.14 juga diketahui nilai t_{hitung} variabel Sikap sebesar $1,603 < \text{nilai } t_{tabel}$ sebesar $1,988$ serta nilai $\text{Sig } 0,113 > 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dalam uji t, yaitu apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Dengan demikian, variabel sikap (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menabung (Y). Hal ini menunjukkan, bahwa sikap responden terhadap penggunaan digital banking belum menjadi faktor utama dalam menentukan minat menabung pada bank syariah.

3) Uji T (Persepsi Kemudahan X3 Terhadap Y Minat Menabung)

Berdasarkan Tabel 4.14 juga diketahui nilai t_{hitung} variabel Persepsi Kemudahan sebesar $1,717 < \text{nilai } t_{tabel}$ sebesar $1,988$ dan nilai $\text{Sig } 0,090 > 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dalam uji t, yaitu apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Dengan demikian, variabel persepsi kemudahan (X3) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menabung (Y). Hal ini menunjukkan, bahwa kemudahan penggunaan digital banking tidak lagi menjadi faktor penentu dalam meningkatkan minat menabung.

c. Uji Simultan Secara Serentak (Uji F)

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan pengaruh (signifikan) secara serentak perlu dilakukan pengujian nilai F hitung yang dapat dilihat pada tabel Anova berikut :

Tabel 4.15 Hasil Output Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115.318	3	38.439	17.273	.000 ^b
	Residual	180.258	81	2.225		
	Total	295.576	84			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

Sumber: Data Diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui nilai $F_{hitung} = 17.273$ dan nilai F_{tabel} dengan jumlah $n = 85$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ diperoleh sebesar 2.71. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $17.273 > 2.71$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dalam uji f, yaitu apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel, maka hipotesis alternatif (H_{a4}) diterima dan hipotesis nol (H_{04}) ditolak. Dengan demikian, variabel Pengetahuan (X_1), Sikap (X_2), dan Persepsi Kemudahan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung (Y).

d. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis adanya pengaruh variabel Pengetahuan (X_1), Sikap (X_2) dan Persepsi Kemudahan (X_3) terhadap Minat Menabung (Y) dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS 26.0 seperti tabel di bawah ini:

Tabel 4.16 Hasil Output Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.625 ^a	.390	.368	1.492	1.459

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, menurut klasifikasi tingkat pengaruh antara pengetahuan (X_1), sikap (X_2) dan keterampilan kerja (X_3) terhadap minat menabung (Y) memiliki tingkat kekuatan yang kuat karena nilai R^2 semakin besar (mendekati satu) dan diketahui bahwa pengaruh antara pengetahuan (X_1), sikap (X_2) dan persepsi kemudahan (X_3) terhadap minat menabung (Y) sebesar 0,390 atau 39,0 % sedangkan sisanya sebesar 61% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui ada pengaruh pengetahuan secara parsial terhadap minat menabung Masyarakat Kota Medan pada Bank Danamon Syariah, hal ini diketahui dari nilai t_{hitung} variabel Pengetahuan sebesar 2,670 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,989. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $t_{hitung} 2,670 > t_{tabel} 1,989$ dan nilai Sig $0,009 < 0,05$ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang berarti pengetahuan memiliki pengaruh nyata terhadap minat menabung.

Secara ilmiah, temuan ini menunjukkan bahwa aspek kognitif memiliki peran dominan dalam membentuk minat menabung. Individu yang memiliki tingkat pengetahuan yang baik mengenai layanan digital banking meliputi pemahaman tentang fungsi, manfaat, serta cara penggunaannya cenderung lebih yakin dan percaya dalam menggunakan layanan tersebut. Keyakinan ini kemudian mendorong terbentuknya minat untuk menabung melalui layanan digital banking.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pengetahuan menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital banking syariah. Semakin baik tingkat literasi responden terhadap layanan perbankan digital, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakan layanan tersebut dalam aktivitas keuangan, termasuk menabung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dipaparkan oleh (Ajzen, 1991) bahwa Pengetahuan berperan membentuk keyakinan (*beliefs*) individu. Pengetahuan menyediakan basis kognitif bagi terbentuknya pembentukan niat perilaku. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi digital banking dapat secara langsung meningkatkan minat menabung masyarakat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Harahap, 2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini memperkuat bahwa literasi

keuangan, khususnya terkait layanan digital, merupakan faktor kunci dalam mendorong perilaku keuangan masyarakat.

2. Pengaruh Sikap terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel sikap tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan. Hal ini diketahui dari $t_{hitung} 1,603 < t_{tabel} 1,989$ dan nilai $Sig 0,113 > 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan adanya pengaruh sikap terhadap minat menabung tidak terbukti secara empiris dalam penelitian ini.

Secara teoritis, sikap merupakan salah satu determinan utama dalam Theory of Planned Behavior yang mempengaruhi niat seseorang. Namun, dalam konteks penelitian ini, sikap tidak mampu menjadi prediktor yang signifikan terhadap minat menabung. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara teori dan temuan empiris.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui karakteristik responden yang cenderung homogen dan didominasi oleh generasi muda yang telah terbiasa dengan teknologi digital. Meskipun mayoritas responden memiliki sikap yang positif terhadap digital banking, variasi sikap antar responden relatif rendah (homogen), sehingga tidak cukup kuat untuk menjelaskan perbedaan minat menabung.

Kondisi ini dalam analisis statistik dikenal sebagai ceiling effect, di mana nilai variabel cenderung tinggi dan seragam sehingga pengaruhnya menjadi tidak signifikan. Selain itu, tidak signifikannya sikap juga mengindikasikan bahwa dalam konteks ini, minat menabung lebih dipengaruhi oleh faktor rasional (pengetahuan) dibandingkan faktor afektif (sikap). Artinya, responden tidak hanya mempertimbangkan apakah mereka menyukai layanan tersebut, tetapi lebih pada apakah mereka memahami dan merasa yakin terhadap manfaatnya.

Temuan ini berbeda dengan penelitian (Miseani, 2020) yang menemukan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap minat menabung. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pengaruh sikap bersifat kontekstual dan

sangat dipengaruhi oleh karakteristik responden serta tingkat kematangan penggunaan teknologi.

3. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Persepsi Kemudahan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan. Hal ini diketahui dari t_{hitung} 1,717 < t_{tabel} 1,989 dan nilai Sign 0,090 > 0,05 yang berarti variabel persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap minat menabung Masyarakat Kota Medan pada Bank Danamon Syariah. Dengan demikian, hipotesis ketiga tidak terbukti secara empiris.

Dalam Technology Acceptance Model, persepsi kemudahan merupakan faktor penting dalam menentukan penerimaan teknologi. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak lagi menjadi faktor utama dalam membentuk minat menabung. Temuan ini sekilas tidak sejalan dengan teori Technology Acceptance Model yang menyatakan bahwa kemudahan merupakan salah satu faktor utama dalam mendorong niat penggunaan teknologi

Hal ini dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden yang didominasi oleh generasi Z di Kota Medan merupakan generasi yang telah terbiasa menggunakan teknologi digital (*digital native*), sehingga kemudahan penggunaan bukan lagi menjadi faktor pembeda. Dengan kata lain, kemudahan telah menjadi standar minimum (*basic expectation*), bukan faktor yang mampu meningkatkan minat secara signifikan. Selain itu, berdasarkan hasil analisis deskriptif, persepsi kemudahan memiliki nilai yang tinggi dan relatif seragam di antara responden. Kondisi ini menunjukkan adanya variansi yang rendah, sehingga kontribusi variabel ini dalam menjelaskan perubahan minat menabung menjadi terbatas secara statistik.

Temuan ini mengindikasikan bahwa ketika suatu teknologi sudah dianggap mudah oleh hampir seluruh pengguna, maka faktor tersebut kehilangan daya pengaruhnya terhadap perilaku. Oleh karena itu, faktor lain

seperti kepercayaan, keamanan, atau manfaat layanan kemungkinan memiliki peran yang lebih dominan dalam mempengaruhi minat menabung.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Nerry Kristina, 2020) yang menunjukkan bahwa pada generasi Z, *perceived ease of use* tidak lagi menjadi faktor dominan dalam memengaruhi minat penggunaan, karena mereka sudah menganggap kemudahan sebagai sesuatu yang “*given*” atau default. Bahkan dalam konteks perbankan digital di Indonesia, ditemukan bahwa pengaruh *perceived usefulness* dan *trust* lebih kuat dibandingkan *perceived ease of use* dalam mendorong niat penggunaan (Zhavira Rizkyla, 2024). Dengan kata lain, bagi generasi Z di Kota Medan yang hidup di lingkungan dengan penetrasi teknologi yang tinggi, kemudahan bukan lagi keunggulan kompetitif, melainkan prasyarat dasar. Oleh karena itu, faktor lain seperti manfaat nyata (*usefulness*), kepercayaan (*trust*), atau bahkan pengalaman pengguna menjadi lebih menentukan dalam membentuk minat penggunaan.

Yang berarti, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aplia Rahmi Nasution, 2023) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menabung. Perbedaan ini kembali menegaskan bahwa pengaruh suatu variabel sangat bergantung pada konteks dan karakteristik responden.

4. Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F untuk mengetahui apakah variabel pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai $17.273 > 2.71$ dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung dapat diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial tidak semua variabel berpengaruh signifikan, namun secara bersama-sama ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi minat menabung. Hal ini mengindikasikan bahwa minat menabung merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor, bukan hanya dipengaruhi oleh satu variabel secara terpisah, tetapi lebih tepat dipahami sebagai hasil dari interaksi beberapa faktor psikologis dan kognitif yang dimiliki oleh individu.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,390, dapat disimpulkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan sebesar 39% variasi minat menabung, sedangkan sisanya sebesar 61% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep dalam Theory of Planned Behavior yang menyatakan bahwa niat atau minat seseorang dalam melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Dalam konteks penelitian ini, pengetahuan dapat memperkuat keyakinan individu mengenai manfaat layanan digital banking, sikap mencerminkan evaluasi individu terhadap penggunaan layanan tersebut, sedangkan persepsi kemudahan berkaitan dengan keyakinan individu mengenai kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi tersebut. Ketika ketiga faktor ini berada pada kondisi yang baik, maka kecenderungan individu untuk memiliki minat menabung melalui layanan digital banking juga akan meningkat.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Yaniza Novitri, 2023) (Aplia Rahmi Nasution, 2023) yang menemukan bahwa pengetahuan dan persepsi kemudahan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Temuan ini memperkuat asumsi dalam Theory of Planned Behavior bahwa pengetahuan berperan sebagai faktor kognitif utama, sementara sikap dan persepsi kemudahan berkontribusi secara kolektif dalam membentuk minat menabung, meskipun tidak dominan secara individu.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah menganalisis teori dan menguji data maka diperoleh hasil penelitian yang akan diuraikan dalam kesimpulan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan responden mengenai layanan digital banking, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung. Dengan demikian, rumusan masalah pertama yang menyatakan adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung terbukti secara empiris dalam penelitian ini
2. Variabel sikap memiliki arah hubungan positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan. Meskipun mayoritas responden memiliki sikap yang positif terhadap digital banking, namun tidak cukup kuat untuk mendorong minat menabung. Dengan demikian, rumusan masalah kedua tidak terbukti secara empiris.
3. Variabel persepsi kemudahan memiliki arah hubungan positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan layanan digital banking belum menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat menabung responden. Dengan demikian, rumusan masalah ketiga tidak terbukti secara empiris.
4. Variabel pengetahuan, variabel sikap, dan variabel persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi yang berarti dalam menjelaskan minat menabung, meskipun secara parsial tidak semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian,, rumusan masalah keempat terbukti secara empiris.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung. Oleh karena itu, Bank Danamon Syariah disarankan untuk meningkatkan program literasi dan edukasi terkait layanan digital banking syariah kepada masyarakat. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui sosialisasi, edukasi keuangan digital, seminar, serta optimalisasi media sosial agar informasi mengenai manfaat dan penggunaan layanan digital banking dapat tersampaikan secara lebih luas dan efektif.
2. Meskipun tidak berpengaruh signifikan secara parsial, variabel sikap dan persepsi kemudahan tetap perlu diperhatikan karena berpotensi menjadi faktor pendukung dalam jangka panjang, Bank Danamon Syariah tetap perlu menjaga dan meningkatkan kualitas layanan digital banking agar tetap mudah digunakan, aman, dan nyaman. Peningkatan pengalaman pengguna (user experience), inovasi fitur, serta jaminan keamanan sistem dapat memperkuat kepercayaan dan mendorong minat masyarakat untuk menabung.
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada variabel yang digunakan, di mana hanya mampu menjelaskan sebesar 39,0% variasi minat menabung, sedangkan sisanya sebesar 61,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, persepsi risiko, kualitas layanan, maupun faktor sosial agar dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif, guna menggali lebih dalam alasan di balik perilaku responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustya, P., Suciningtyas, S., Handayani, T., & Prasetya, V. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko, dan Sosial Terhadap Minat dengan Sikap Sebagai Mediasi (Studi pada Pengguna Mobile Banking Livin' by Mandiri di Pemalang). *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(1), 134–148.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- Anjani, N. I., & Khairina, N. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Online Dalam Digitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Medan , Provinsi Sumatera Utara. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(2), 119–125.
- Antika, Z. R., Rusmana, O., & Widianingsih, R. (2023). Analisis Determinasi Minat dan Penggunaan Financial Technology Payment Menggunakan Theory of Planned Behavior : Studi pada Mahasiswa Unsosed (Analysis of Determination of Interest and Use of Financial Technology Unsosed Students). *Jurnal Ilmu Siber Dan Teknologi Digital (JISTED)*, 1(2), 111–124.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bank Danamon Syariah. (2023). *Syariah Persona*. Danamon Syariah. <https://www.danamon.co.id/syariah/syariah-personal>
- Berutu, I. D., & Silalahi, P. R. (2024). Digitalisasi Ekonomi Kota Medan : Peran E-Commerce dan Startup Lokal dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 30(1), 106–118.
- Chairunisa, L., & Rahmayati. (2022). Pengaruh Layanan Digital Dan Non Digital Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia). *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 881–886.
- Davis, F. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. Massachusetts Institute of Technology (MIT).
- Fandy, A. (2022). *Gramedia Blog*. Gramedia. <https://www.gramedia.com/best-seller/revolusi-industri-4-0/>
- Gartner. (2020). *Digitization 2020*. GartnerITGlossary. <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digitization>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro (UNDIP).
- Grant Ejimone. (2025). *Online banking penetration rate in the United States from*

2019 to 2029. Statista. <https://www.statista.com>

- Haqiqi, N., Lasiyono, U., & Prabowo, T. A. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 1(1), 317–328.
- Harahap, N. (2021). *Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, Lokasi Dan E-Banking Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Febi IAIN Padangsidempuan)*. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu : Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT.Refika Aditama.
- Joseph, F., & Hair, J. G. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Kristina, N., & Harris, I. (2020). The Technology Acceptance Model of Mobile Payment Usage on Generation Z. *Binus Business Review*, 11(3), 149–156. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6394>
- Lubis, S. Z., & Hamdani, M. F. (2025). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204), 149–157.
- Lubis, Z. A., Musahidah, U., & Sa'adah, S. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee Live Menggunakan Theory Of Planned Behavior. *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 236–251.
- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 89–96.
- Mainata, D., Septia, R., & Giovani, R. M. (2025). Exploring Mobile Banking Adoption In Indonesian Islamic Banks: An Application Of The UTAUT2 Model. *Journal of Management and Islamic Finance*, 5(1), 60–77.
- Misaeni, Achdiyat, Y., & Machmud, A. (2020). Pengaruh Sikap Mahasiswa Mengenai Sistem Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 2(1), 120–128.
- Ngamal, Yohanes, & Perjaka, M. A. (2021). Penerapan Model Manajemen Risiko Teknologi Digital Di Lembaga Perbankan Berkaca Pada Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 3(1), 59–74.
- Nisa, A., & Renata, D. (2018). Analisis Minat Belajar Siswa dan Implikasinya

Terhadap Layanan Bimbingan dan Konseling. *KONSELI: Jurnal Bimbingan Dan Konseling (E-Journal)*, 05(2), 119–130.

- Notoadmojo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Novitri, Y., Thahirah, K. A., & Fernanda, D. (2023). Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 536–547.
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122.
- Putri, A. (2022). Pengaruh Literasi Dan Sikap Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 111. <https://doi.org/10.20473/jhi.v11i1.8679>
- Rachman, F., & Ginting, R. (2015). Pengaruh Stimulus Produk , Harga , dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Baru Jenis Fashion yang Dipasarkan di Forum Jual Beli Kaskus. *Epigram*, 12(1), 27–34.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK. ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.
- Raihana, S., & Azhary, R. A. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 110–123.
- Rajaguguk, I. (2024). *Pengaruh Persepsi Pengetahuan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Produk Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan Pada Masyarakat Di Kecamatan Medan Helvetia*. Universitas Medan Area.
- Rawi, J. D. N., Luthfiyanti, Y., & Widyaning, M. (2023). Pengaruh Theory Of Planned Behavior Terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN RMS Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Sakti (JES)*, 12(1), 31–46.
- Ridwan, A. R. N. M. (2023). Pengaruh Persepsi, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Potensi Utama). *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 1(2), 777–788.
- Riski, B., & Setiawan, A. (2025). Persepsi Nasabah terhadap Implementasi Prinsip Syariah dalam Operasional Bank Syariah di Kecamatan Medan

- Marelan. *JUMA – Jurnal UMKM, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 32–42.
- Rizkyla, Z., Meuthia, R. F., & Rosita, I. (2024). The Influence of Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness , and Trust as Intervening Variables on Interest in Using Digital Banks among Millennial Generation (Gen Y) & Generation Z (Gen Z). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 7(1), 94–107.
- Rumanto, A. (2024). Islamic Digital Bank Adoption In Developing Countries: A Case Study On Millennials In Indonesia. *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 10(1), 20–32.
- Sabaah, R. Al, Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2025). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Intention To Use Dengan Attitude Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus E-Wallet Di Yogyakarta). *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), 457–470.
- Saputri, A. Y., Hasman, H. C. P., & Suryani, W. (2024). Pengaruh Brand Equity Terhadap Purchase Intention Produk Es Krim Cornetto Disc Oreo pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23), 148–163.
- Sholihah, E., Septiana, I., Antari, W., & Rochimawati, R. F. (2023). Determinants of BSI mobile banking adoption intentions : DeLone & McLean and UTAUT Model integration with religiosity. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 5(1), 1–17.
- Sihotang, M. K., Hasanah, U., & Hayati, I. (2024). Determinant Models of Sharia Financial Literacy Muslim Students in Indonesia : A Multidimensional Approach. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 707–722.
- Silalahi, M. E. (2022). *Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Rumah Makan Berkah Zam-Zam Jl.Dr Mansyur Kota Medan)*. Universitas Medan Area Medan.
- Simanihuruk, P. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 20(1), 119–140.
- Siregar, I. R. (2022). *Pengaruh Consumer Knowledge Dan Promosi Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Sipirok)*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Siregar, P. S. (2022). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Siswa SMKN 4 Padangsidempuan Jurusan Perbankan Menggunakan Mobile Banking*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

- Siregar, T. S. (2024). *Determinan Intensi Mahasiswa Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI : Pendekatan TAM Dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53.
- Sudarsono, H., El, N., Saddam, J., Shidiqie, A., & Supriani, I. (2024). Antecedents of Muslim Students ' Adoption of M obile Banking : An Extended TAM and UTAUT Approach. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 20(1), 114–128. <https://doi.org/10.33830/jom.v20i1.7514.2024>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- World Bank. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital payments, and resilience in the age of COVID-19*. World Bank Group. The Global Findex. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099818107072234182/pdf/IDU06a834fe908933040670a6560f44e3f4d35b7.pdf>

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN DIGITAL BANKING TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK DANAMON SYARIAH DI KOTA MEDAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya adalah mahasiswa yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan, sikap, dan persepsi kemudahan memberikan pengaruh terhadap minat menabung.

Penelitian ini digunakan untuk menyusun tugas akhir skripsi dengan judul "**Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Dan Persepsi Kemudahan Digital Banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah Di Kota Medan**". Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini.

Seluruh jawaban bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.

Terima kasih atas partisipasinya, saya ucapkan ribuan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Berikan tanda centang () pada salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara/i

Skala Penilaian :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
2. Tidak Setuju (TS) = 2
3. Netral (N) = 3
4. Setuju (S) = 4
5. Sangat Setuju (SS) = 5

Bagian 1: Karakteristik Responden

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Apakah Anda berdomisili di Kota Medan?
 - Ya
 - Tidak
4. Berapa usia Anda saat ini?
 - 17–20 tahun
 - 21–23 tahun
 - >23 tahun
5. Apakah Anda menggunakan smartphone dalam aktivitas sehari-hari?
 - Ya
 - Tidak
6. Apakah smartphone Anda memiliki akses internet aktif?
 - Ya
 - Tidak
7. Apakah Anda pernah menggunakan atau minimal mengetahui layanan digital banking (mobile banking / internet banking)?
 - Ya
 - Tidak

Bagian 2:

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	PENGETAHUAN (X1)					

1.	Saya mengetahui bahwa Bank Danamon Syariah menyediakan layanan digital banking.					
2.	Saya memahami kegunaan utama layanan digital banking yang disediakan oleh Bank Danamon Syariah.					
3.	Saya mengetahui manfaat penggunaan digital banking syariah dalam kegiatan menabung.					
4.	Saya memahami perbedaan prinsip digital banking syariah dengan digital banking konvensional.					
5.	Saya mengetahui cara menggunakan fitur digital banking Bank Danamon Syariah untuk keperluan menabung.					
SIKAP (X2)						
1.	Menurut saya, menggunakan digital banking syariah untuk menabung merupakan pilihan yang baik					
2.	Saya menilai layanan digital banking Bank Danamon Syariah bermanfaat bagi saya.					
3.	Saya memiliki pandangan yang positif terhadap penggunaan digital banking syariah.					
4.	Saya percaya bahwa menabung melalui digital banking Bank Danamon Syariah adalah keputusan yang tepat.					
5.	Saya merasa nyaman jika harus menabung menggunakan layanan digital banking syariah.					
PERSEPSI KEMUDAHAN (X3)						
1.	Layanan digital banking Bank Danamon Syariah mudah dipelajari.					
2.	Fitur-fitur yang terdapat dalam digital banking Bank Danamon Syariah mudah dipahami.					

3.	Proses penggunaan digital banking Bank Danamon Syariah tergolong sederhana dan tidak rumit.					
4.	Saya dapat mengoperasikan layanan digital banking Bank Danamon Syariah dengan mudah.					
	MINAT MENABUNG (Y)					
1.	Saya tertarik untuk menabung menggunakan layanan digital banking Bank Danamon Syariah.					
2.	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan digital banking Bank Danamon Syariah sebagai sarana menabung.					
3.	Saya berencana menabung menggunakan layanan digital banking Bank Danamon Syariah dalam waktu dekat.					
4.	Saya bersedia memilih layanan digital banking Bank Danamon Syariah sebagai cara menabung dibandingkan alternatif lainnya.					

Lampiran 2

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

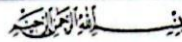
df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PESAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Akreditasi & Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PA/Akre-PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fa.umsu.ac.id | fa@umsu.ac.id | f | unsumedan | unsumedan | unsumedan | unsumedan



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada Yth :
Dekan FAI UMSU

13 Jumadil Awal 1447 H
03 November 2025 M

Di -
Medan

Dengan Hormat,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurfadila Tawakal
NPM. : 2201270011
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumulatif : 3,85



Mengajukan Judul sebagai berikut:

No	Pilihan Judul	Pilihan Tugas Akhir		Persetujuan Prodi	Usulan Pembimbing	Persetujuan Dekan
		Skripsi	Jurnal			
1	Analisis Faktor-Faktor Penghambat Akses UMKM terhadap Pembiayaan Berbasis Syariah di Kab. Deli Serdang					
2	Peran Keputusan Nasabah dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Bank terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kalangan Mahasiswa FAI UMSU					
3	Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan Digital Banking terhadap minat menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan			<p>FFP</p> <p>4-11-2025</p>	<p>Khairun</p>	

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan Wassalamualaikum

Hormat Saya

Nurfadila Tawakal

Keterangan:

Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :

1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU

2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi

3. Asli untuk etua/Sekretaris Program Studi yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Program Studi pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Silahkan menyalin surat ini agar diketahui Nomor dan tanggalnya.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id>
fai@umsu.ac.id
[umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan)
[umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan)
[umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)


BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

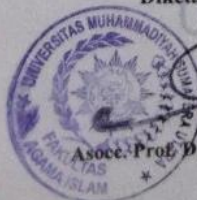
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : SI (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M. Si
 Dosen Pembimbing : Khairunnisa, SE.I,MM

Nama Mahasiswa : Nurfadila Tawakal
 Npm : 2201270011
 Semester : VII
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Dan Persepsi Kemudahan Digital Banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah Di Kota Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
19/11-2025	Perbaikan struktur bab 1 font, struktur, typo, referensi		
2/12-2025	Perbaikan referensi, penambahan teori & kutipan		
16/12-2025	Perbaikan kerangka pemikiran & cara menentukan sampel perbaiki salah ketik		
30/12-2025	Memperbaiki metode sesuai masalah		
12/01-2026	Acc		

Medan, 12 Januari 2026

Diketahui/Disetujui
Dekan

Asoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, M.A

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Isra Hayati, M. Si

Pembimbing Proposal

Khairunnisa, SE.I,MM



UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

Bila mengimbas orang lain agar melakukan
Negeri dan bangsanya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 663 1003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada Hari **Senin, 19 Januari 2026** dengan ini menerangkan bahwa :

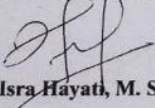
Nama : Nurfadila Tawakal
Npm : 2201270011
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan Digital Banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

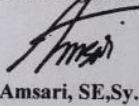
Medan, 19 - 01 - 2026

Tim Seminar

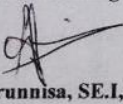
Ketua Program Studi


(Dr. Isra Hayati, M. Si)

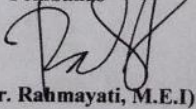
Sekretaris Program Studi


(Syahrul Amsari, SE, Sy., M. Si)

Pembimbing

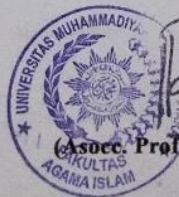

(Khairunnisa, SE, I, MM)

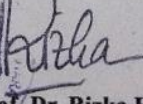
Pembahas


(Assoc Dr. Rahmayati, M. E. I)

Diketahui/ Disetujui

**A.n Dekan
Wakil Dekan I**




(Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M. Psi.)



UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

Wala' matjandi surat ini agar dibubuhkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | M fai@umsu.ac.id | f unsumedan | IG unsumedan | Y unsumedan

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH/ BISNIS MANAJEMEN SYARIAH

Pada hari Senin, 19 Januari 2026 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nurfadila Tawakal
Npm : 2201270011
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan Digital Banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	OK
Bab I	OK
Bab II	tersebut pemoran best vertikalnya - kriptosis perbaiki
Bab III	- 21k populasi Pashtun - Pashtun ternit Supel - Indikator perilaku jumlah pengetahuan spiritual
Lainnya	-
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 19 - 01 - 2026

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Dr. Isra Hayati, M. Si)

Sekretaris Program Studi

(Syahrul Amsari, SE, Sy., M. Si)

Pembimbing

(Khairunnisa, SE, I, MM)

Pembahas

(Assoc Dr. Rahmayati, M.E.I)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M. Si
Dosen Pembimbing : Khairunnisa, SE.I,MM
Nama Mahasiswa : Nurfadila Tawakal
Npm : 2201270011
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Dan Persepsi Kemudahan Digital banking Terhadap Minat Menabung Pada Bank Danamon Syariah Di Kota Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
11/03-2026	Bimbingan kuesioner, perbaikan profil responden & literatur		
13/03-2026	masih banyak salah etik, interpretasi hasil & pembahasan masih seperti minggu		
6/04-2026	tambahkan sintesa dari beberapa penelitian u kontras ataupun penguatan di pembahasan		
7/04-2026	acc proposal		

Medan, 7 April 2026

Diketahui/Disetujui
Dekan



Asoc. Prof. Dr. Zulfani, S.Pd.I, M.A

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Isra Hayati, M. Si

Pembimbing Skripsi

Khairunnisa, SE.I,MM

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Nurfadila Tawakal

NPM : 22201270011

Program Studi : Perbankan Syariah

Semester : VIII (Delapan)

Kelas : PBS Internasional

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Kemudahan Digital Banking Terhadap Minat Menabung pada Bank Danamon Syariah di Kota Medan.

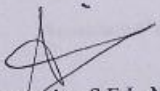
Menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Saya telah melaksanakan riset di sekitaran wilayah kota Medan pada hari 02 Februari 2026.
2. Riset yang saya lakukan kepada beberapa masyarakat Kota Medan yang berinteraksi dengan digital banking untuk memahami tingkat pengaruhnya.
3. Riset yang saya lakukan di sekitar kota Medan dengan metode kuesioner.

Demikian Surat Keterangan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 6 April 2026

Pembimbing Proposal


Khairunnisa, S.E.I., M.M.
NIDN: 0131088903

Yang membuat pernyataan



Nurfadila Tawakal
Npm: 2201270011

Diketahui/disetujui oleh
Ketua Program Studi


Dr. Isra Hayati, S.Pd., M.Si
NIDN: 0104048601