

***Analysis of the Influence of Savings Interest of Jabodetabek Community on PT
Bank Syariah Indonesia***

By Muhammad Fardan Subagja

ABSTRACT

Islamic banking in Indonesia operates under the principles of Islamic economics, emphasizing the prohibition of interest (riba) and financial practices that contradict Islamic teachings. This study aims to analyze the factors that influence the interest of the Jabodetabek community in choosing PT Bank Syariah Indonesia as their preferred Islamic financial institution. A quantitative method was employed, and data were collected through questionnaires distributed to 75 respondents. The analysis used Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) to determine the relationship between the independent variables—Islamic financial literacy, service quality, and promotion—and the dependent variable, namely the interest in saving. The findings reveal that Islamic financial literacy and service quality significantly and positively impact saving interest. In contrast, the promotion variable does not show a significant influence. Theoretically, this research contributes to the academic understanding of consumer behavior in Islamic banking. Practically, it provides insights for Bank Syariah Indonesia in developing more targeted marketing strategies and offers input for regulators to support Islamic banking development in Indonesia.

Keywords: *Islamic_Financial_Literacy, Promotion, Saving_Interest, Service_Quality,*

Analisis Pengaruh Minat Menabung Masyarakat Jabodetabek Pada PT Bank Syariah Indonesia

Oleh Muhammad Fardan Subagja

ABSTRAK

Perbankan syariah di Indonesia merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang menghindari praktik bunga (riba) serta transaksi yang bertentangan dengan ajaran syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Jabodetabek dalam memilih PT Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan pilihan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 75 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS), untuk mengukur hubungan antara variabel independen, yakni literasi keuangan syariah, kualitas layanan, dan promosi, terhadap variabel dependen, yaitu minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Sebaliknya, variabel promosi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dalam konteks perbankan syariah. Dari sisi praktis, hasil studi ini dapat menjadi acuan bagi PT Bank Syariah Indonesia dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran serta memberikan masukan bagi regulator dalam pengambilan kebijakan pengembangan sektor perbankan syariah di Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas_Layanan, Literasi_Keuangan_Syariah, Minat_Menabung, Promosi.