

**PENGARUH STRATEGI *WORD OF MOUTH* DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG
MAHASISWA DI BANK SYARIAH (MAHASISWA EKONOMI
SYARIAH DAN PERBANKAN SYARIAH INSTITUT
PESANTREN KH. ABDUL CHALIM)**

SKRIPSI

Oleh :

Amalia Tulmafiroh

20171700229007

Dosen Pembimbing :

- 1. Diah Syifaul A'yuni, M.Pd**
- 2. Mohamad Toha, M.E**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM
MOJOKERTO**

2021

ABSTRAK

Tulmafiroh, Amalia, 2021, Pengaruh Strategi *Word of Mouth* dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim). Skripsi Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, Pembimbing I. Diah Syifaul A'yuni, M.Pd Pembimbing II. Mohamad Toha, M.E

Perkembangan perbankan syariah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia merupakan bank pertama bagi bank syariah lainnya. Dengan demikian untuk menjadikan bank syariah lebih maju lagi perlu ada strategi untuk meningkatkannya. Dengan adanya strategi *word of mout* dan religiusitas bisa membantu meningkatkan untuk seseorang tertarik dengan bank syariah. Khususnya dalam hal minat menabung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* dan religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah (mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim).

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode skala *likert*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 75 responden dan menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* dan religiusitas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah (mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim). Hal tersebut dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 26,300 dengan signifikansi 0,000. Dan secara parsial terdapat pengaruh positif dari variabel *word of moth* (X1) terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah (mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim) dengan nilai t hitung sebesar 6,659 dan niali t tabel sebesar 0,229. Untuk variabel religiusitas (X2) juga terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 4,029 dan t tabel sebesar 0,229. Darihasil R² (koefisien determinasi) sebesar 42,2% dan sisanya 57,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, Religiusitas, Minat Menabung

ABSTRACT

Tulmafiroh, Amalia, 2021, *The Influence of Word of Mouth Strategy and Religiosity on Students' Saving Interest in Islamic Banks (Students of Islamic Economics and Islamic Banking at the KH. Abdul Chalim Islamic Boarding School)*. Thesis of Sharia Economics Study Program, Sharia Faculty, Islamic Boarding School Institute KH. Abdul Chalim, Counselor I Diah Syifaul A'yuni, M.Pd Counselor II. Mohamad Toha, M.E

The development of Islamic banking is a benchmark for the success of the existence of the Islamic economy in Indonesia. Bank Muamalat Indonesia is the first bank for other Islamic banks. Thus, to make Islamic banks more advanced, there needs to be a strategy to increase them. With the word of mouth strategy and religiosity, it can help increase someone's interest in Islamic banking. Especially in terms of interest in saving. This study aims to determine the effect of word of mouth and religiosity on students' interest in saving in Islamic banks (Students of Islamic Economics and Islamic Banking, KH. Abdul Chalim Islamic Boarding School).

The data used are primary data and secondary data. This type of research is quantitative research using the Likert scale method. The number of samples used as many as 75 respondents and using multiple regression analysis techniques.

The results of this study indicate that word of mouth and religiosity simultaneously have a significant influence on students' saving interest in Islamic banks (Students of Islamic Economics and Islamic Banking at the KH. Abdul Chalim Islamic Boarding School). This is evidenced by the calculated F value of 26,300 with a significance of 0.000. And partially there is a positive effect of the word of moth variable (X1) on the interest in saving students in Islamic banks (Students of Islamic Economics and Islamic Banking at the Islamic Boarding School KH. Abdul Chalim) with a t-count value of 6.659 and a t-table value of 0.229. For the religiosity variable (X2) there is also a partially significant positive effect with a t-count value of 4.029 and a t-table of 0.229. From the results of R² (coefficient of determination) of 42.2% and the remaining 57.8% is influenced by other variables outside this research model.

Keywords: Word of Mouth, Religiosity, Interest in Saving