SKRIPSI

PENGARUH INOVASI PRODUK KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KC PAREPARE

OLEH:

NUR'AINUN J
NIM: 2120203862201059

PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

PENGARUH INOVASI PRODUK KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KC PAREPARE

OLEH

NUR'AINUN J
2120203862201059

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S.Tr.Ak.) Pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare
Nama Mahasiswa	: Nur'Ainun J
NIM	: 2120203862201059
Program Studi	: Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakults Ekonomi dan Bisnis Islam No. B-4607/In.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama	: Dr. Sri Wahyuni Nur, S.E., M.Ak.	(.....)
NIP	: 19890208 201903 2 012	

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Andi Bahri S.M.E.,M.Fil.I.
NIP. 197811012009121003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	: Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare
Nama Mahasiswa	: Nur'Ainun J
NIM	: 2120203862201059
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing	: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : B-4607/In.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2024
Tanggal Ujian	: 22 September 2026

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Sri Wahyuni Nur, S.E., M.Ak.	(Ketua)	(.....)
Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M	(Anggota)	(.....)
Misdar, S.E., M.M	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:
Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Andi Bahri, S.M.E.,M.Fil.I.
NIP. 197811012009121003

KATA PENGANTAR

بِسْـــــــــــــمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah swt. Berkat hidayah, taufik, rahmat, dan karunia-Nya, penuis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare". Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.semoga shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad Saw. Rasul yang dipilih membawa cahaya penerang dengan ilmu pengetahuan. Tidak ada manusi yang lahir dengan sempurna, begitupun dengan penulis, yang dilahirkan dengan keterbatasan sehingga membutuhkan bantuan dari berbagai pihak yang memberi kontribusi baik moril maupun materi.

Penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Jamaluddin dan Ibunda Yuliana. Mereka adalah pilar utama dalam hidup Penulis. Sejak kecil, mereka telah memberikan kasih sayang, bimbingan, dan dukungan yang tiada henti. Setiap pengorbanan yang mereka lakukan, baik waktu, tenaga, maupun materi, telah memberikan penulis kesempatan untuk mengejar pendidikan yang lebih baik. Tanpa dukungan dan doa yang selalu mereka panjatkan, saya tidak akan bisa mencapai titik ini. Mereka selalu ada di setiap langkah saya, memberikan semangat ketika saya merasa lelah dan bingung. Terima kasih telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi yang tak pernah padam. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga besar Penulis. Yang telah memberikan dukungan moral dan emosional yang sangat berarti selama proses

penyusunan skripsi ini. Setiap kata-kata penyemangat, tawa, dan kebersamaan yang kami bagi telah membuat perjalanan ini lebih berwarna dan bermakna.

Penulis juga mendapat banyak bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat selesai. Untuk itu perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih pula yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag, M.Pd. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah meneglola lemabaga Pendidikan yang ada di IAIN Parepare ini menjadi lebih baik.
2. Bapak Dr. Andi Bahri, M.E. sebagai Dekan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdiannya dalam menciptakan suasana Pendidikan yang nyaman bagi para mahasiswa/i.
3. Ibu Ira Sahara, M. A.k. Selaku Ketua dari Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah.
4. Ibu Dr. Sri Wahyuni Nur, S.E, M. Ak. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingannya kepada penulis.
5. Bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. dan Bapak Misdar, S.E., M.M. selaku penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberi arahan penulis dalam mengurus administrasi selama studi di IAIN Parepare.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang senantiasa memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama masa studi di IAIN Parepare.

8. Teman-teman seperjuangan di kampus Fadia Nurulinaya, St.Nurhalisah, Army, dan Inaya Fauziah terima kasih atas kebersamaan dan diskusi yang selalu memotivasi, serta dukungan dan semangat yang tak pernah surut.
9. Teman-teman sebaya Fadia, Lisa, Ayu, dan Bahtiar terima kasih atas kebersamaan yang selalu memotivasi, serta dukungan dan semangat yang tak pernah surut.
10. Teman-teman Posko 48 Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) Desa Kalempang, terima kasih telah mendukung dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman- teman seluruh Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, terima kasih atas kerja sama dan pertemanan yang telah terjalin. Serta dukungan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Sebagai hasil karya seseorang, penulis tentunya menyadari bahwa masih terdapat banyak kelemahan dan kesalahan dalam tulisan ini. Oleh karena itu, masukan dan kritik yang kontruktif dari pembaca sangat diharapkan untuk meningkatkan kualitas karya ini. Sebuah harapan yang mendalam, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua yang membutuhkannya, Aamiin.

Pinrang, 04 Juni 2026

Penulis,



Nur'Ainun J

Nim. 2120203862201059

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Nur'Ainun J
NIM	:	2120203862201059
Tempat/Tgl. Lahir	:	10 September 2002
Program Studi	:	Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	:	Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skipsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 04 Juni 2026
18 Dzulhijah 1447 H

Penulis,



Nur´Aınun J
Nim 2120203862201059

ABSTRAK

Nur'ainun j. (*Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah Terhadap Minat Menanbung Generasi Milenial Pada Bank Muamalat Indonesia kc Pareppare*) (dibimbing oleh Dr. Sri Wahyuni Nur).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk keuangan syariah terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 188 orang yang merupakan nasabah aktif Bank Muamalat Indonesia KC Parepare dan termasuk dalam kategori generasi milenial. Data penelitian dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 30 melalui analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, koefisien determinasi, dan koefisien korelasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk keuangan syariah memiliki nilai rata-rata sebesar 41,13 dengan standar deviasi 7,602, sedangkan variabel minat menabung memiliki nilai rata-rata sebesar 51,51 dengan standar deviasi 9,587. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel penelitian dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,907 untuk variabel inovasi produk keuangan syariah dan 0,934 untuk variabel minat menabung, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 sehingga data berdistribusi normal.

Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan Y = 3,715 + 1,162X. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa peningkatan inovasi produk keuangan syariah diikuti oleh peningkatan minat menabung. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 32,331 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga inovasi produk keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,921 menunjukkan hubungan yang positif dan kuat, sedangkan nilai R Square sebesar 0,849 menunjukkan bahwa inovasi produk keuangan syariah mampu menjelaskan 84,9% variasi minat menabung, sementara 15,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: *Inovasi Produk Keuangan Syariah, Minat Menabung, Generasi Milenial, Bank Muamalat.*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI iii
KATA PENGANTAR iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI viii
ABSTRAK ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
PEDOMAN TRANSLITERASI xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 13
C. Tujuan Penelitian 13
D. Kegunaan Penelitian 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 15
A. Tinjauan Penelitian Relevan 15
B. Tinjauan Teori 21
1. Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of innovation Theory*) 21
2. *Technology Acceptance Model* (TAM) 25
3. *Theory of Planned Behavior* (TPB) 26
C. Kerangka Pikir 38
D. Hipotesis 38

BAB III METODE PENELITIAN 40
A. Jenis Penelitian 40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 40
C. Jenis dan Sumber Data 40
D. Populasi dan Sampel 41
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data 42
F. Definisi Operasional Variabel 43
G. Instrumen Penelitian 44
H. Teknik Analisis Data 44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 53
A. Deskripsi Hasil Penelitian 53
b) Pengujian Persyaratan Analisis Data 63
c) Pengujian Hipotesis 69
d) Pembahasan Hasil Penelitian 73
BAB V PENUTUP 79
A. Kesimpulan 79
B. Saran 80
DAFTAR PUSTAKA 82
LAMPIRAN 86
BIOGRAFI PENULIS 119

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Nasabah Milenial	22
3.1	Skala Likert	51
3.2	Definisi Operasional Variabel	52
4.1	Deskriptif Statistik	51
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	53
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Nasabah	56
4.7	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Inovasi Produk Keuangan Syariah (X)	57
4.8	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Minat Menabung Generasi Milenial (Y)	59
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk Keuangan Syariah (X)	61
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung Generasi Milenial (Y)	62
4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk Keuangan Syariah (X)	63
4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung Generasi Milenial (Y)	64
4.13	Hasil Uji Normalitas	64
4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	65
4.15	Hasil Uji t	67
4.16	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	68

4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.18	Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)	70

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	47
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran	Halaman
01	Data Responden	93
02	Deskripsi jawaban responden	106
03	Surat penetapan pembimbing	122
04	Surat Izin Penelitian kampus	123
05	Surat keterangan Telah Meneliti	124
06	Surat izin DPMPTSP	125
07	Out put penguji SPSS	132
08	Tabel r	136
09	Dokumentasi	137

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi Arab-Latin

1. 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 lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	s}	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau menoftong dan vokal rangkap atau diftong.Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A

اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَي	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : h}aula

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ/ يَ	fathah dan alif atau ya	a>	a dan garis di atas
ي	kasrah dan ya	i>	i dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : Ma>ta

رَمَى : Rama>

قِيْلَ : Qīla

يَمُوْتُ : Yamūtu

4. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

a. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
b. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata tersebut terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha(h).*

Contoh :

رَوْضَةُ الأَطْفَالِ : Rauḍah al-aṭfāl

المَدِيْنَةُ الفَاضِلَةُ : Al-madīnah al-fāḍilah

الحِكْمَةُ : Al-hikmah

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydidyang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh :

رَبَّنَا *Rabbana>*

نَجَّيْنَا *Najjaina>*

الحَقُّ *Al-Ḥaqq*

الحَجُّ *Al-hajj*

نُعِّمَ *Nu‘‘ima*

عَدُوٌّ *‘Aduwwn*

Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah maka ia ditransliterasikan sebagai huruf *maddah* (i).

Contoh :

عَرَبِيٌّ ‘arabi (bukan ‘arabiyy atau ‘araby)

عَلِيٌّ ‘ali (bukan ‘alyy atau ‘aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma’rifah). Dalam pedoman transiliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya.Kata sandang

ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya :

الشَّمْسُ : Al-Syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : Al-Zalzalah (bukan az-zalzalah)

الفَلْسَفَةُ : Al-Falsafah

البِلَادُ : Al-Bila>dua

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (’) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمُرُوْنَ : Ta’murūna

النَّوْءُ : An-Nau’

شَيْءٌ : Syai’un

أُمِرْتُ : Umirtu

8. Penulisan Kata Bahasa Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam Bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara

transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *sunnah,* khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

Fi> z}ila>l al-qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-ibara>t bi 'umum al-lafz} la> bi khusus al-sabab

9. Lafz al- Jalalah (ٱلله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh

دِيْنُ اللهِ Dīnullāh بِاللهِ Bi>lla>h

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [*t*].

Contoh :

هُمْ فِيْ رَحْمَةِ اللهِ Hum fi rahmatillah

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal

nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

Wa ma> muhammadun illa> rasu>l

Inna awwala baitin wudi' alinna>si lalladhi> bi Bakkata muba>rakan

Syahru ramadan al-ladh>i unzila fih al-Qur'an

Nazir al-Din al-Tusi>

Abu> Nasr al- Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu> al-Walid Muhammad Ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu> al-Wali>d Muhammad (bukan : Rusyd, Abu> al-Walid Muhammad Ibnu)

Nas}r Hamid Abu> Zaid, ditulis menjadi: Abu> Zaid, Nas}r Hami>d (bukan: Zaid, Nas}r Hami>d Abu>)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah :

a. Swt. = *subhanahu wa ta'ala*

b. Saw. = *sallallahu 'alaihi wasallam*

c. a.s. = '*alaihi al-sallam*

d. r.a = *radiallahu 'anhu*

e. QS…/…4 = QS. Al-Baqarah/2:4 atau QS. Al-Imran/3:4

f. HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحة

دو = بدونمكان

صهعى = صلىاللهعليهوسلم

ط = طبعة

دن = بدوننناشر

الخ = إلىآخره/لىآخرها

خ = جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata "editor" berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

etal. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring.Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawankawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris.Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagai

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi syariah secara global telah berkembang pesat sejak akhir abad ke-20, didorong oleh prinsip-prinsip Islam yang menekankan keadilan, etika, dan keberlanjutan. Prinsip dasar ekonomi syariah meliputi larangan riba (bunga), spekulasi (gharar), dan investasi yang tidak halal (haram), yang membedakannya dari sistem ekonomi konvensional. Di Indonesia, ekonomi syariah mulai berkembang sejak pendirian Bank Muamalat Indonesia pada 1991, yang menjadi pionir perbankan syariah di negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Perkembangan ini didukung oleh Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang memberikan landasan hukum untuk ekspansi sektor ini. Secara global, aset perbankan syariah mencapai lebih dari USD 3 triliun pada tahun 2022 menurut *Islamic Financial Services Board/IFSB*, sementara di Indonesia, sektor ini tumbuh dengan CAGR *(Compound Annual Growth Rate*) sekitar 10-15% per tahun, menjadikannya salah satu pilar ekonomi nasional.[1]

Istilah bank bukan sebuah istilah baru di era modern yang telah kita jalani. Banyaknya jumlah bank yang semakin menjamur bahkan sudah sampai dipelosok negeri tentu kita akan sangat familiar dengan kata Bank. Selain itu, tak menutup kemungkinan kita ini adalah sebagai konsumen dari produk dari

[1] Islamic Financial Services Board, "Islamic Financial Services Industry Stability Report 2022," n.d.

jasa bank. Di era yang serba modern ini hampir tak bisa lepas dari peranan dan jasa bank itu sendiri.[2]

Perbankan syariah memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi melalui mekanisme pembiayaan yang berbasis bagi hasil (mudharabah, musyarakah), yang mendorong investasi produktif dan mengurangi risiko spekulatif. Perbankan syariah beroperasi sebagai manifestasi epistemologi ekonomi Islam yang menegasikan instrumen ribawi (bunga), gharar (asimetri informasi/ketidakpastian), dan maisir (spekulasi) dalam setiap lini artikulasi transaksionalnya. Rekonstruksi model operasional ini tidak semata-mata diorientasikan pada maksimalisasi profit laba konvensional (profit-maximization), melainkan dijangkar pada pengarusutamaan nilai etika sosioreligius serta distributif keadilan ekonomi.[3]

Di Indonesia, bank syariah berkontribusi terhadap inklusi keuangan dengan menyediakan layanan bagi masyarakat yang menghindari bunga, termasuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dan individu berpenghasilan rendah. Selain itu, sektor ini mendukung pembangunan berkelanjutan dengan fokus pada proyek-proyek hijau dan sosial, seperti pembiayaan energi terbarukan atau pendidikan. Misalnya, perbankan syariah membantu mengurangi kesenjangan ekonomi di daerah-daerah terpencil, di mana akses keuangan konvensional terbatas, sehingga meningkatkan produktivitas nasional dan mengurangi kemiskinan.

---

[2] Arwin, Sutrisno, and Besse Faradiba, *Manajemen Kesehatan Bank* (Makassar: Cendekia Publisher, 2022).

[3] Muflihatussholeha et al., "Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Febi Iain Parepare)," *Science and Education Journal (SICEDU)* 5, no. 2 (2026).

Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), aset perbankan syariah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan signifikan, dari sekitar Rp 50 triliun pada 2008 menjadi lebih dari Rp 700 triliun pada akhir 2022, dengan pangsa pasar sekitar 10% dari total aset perbankan nasional. Pertumbuhan ini mencerminkan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap produk syariah, terutama di tengah tren kesadaran etika dan keberlanjutan global. Data ini menunjukkan pentingnya sektor syariah sebagai alternatif bagi sistem keuangan konvensional, yang sering kali dikritik karena volatilitas dan ketidakadilan. Dengan demikian, perbankan syariah tidak hanya menjadi instrumen ekonomi tetapi juga agen perubahan sosial di Indonesia.[4]

Inovasi produk keuangan syariah telah berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern sambil tetap mematuhi prinsip syariah, seperti larangan riba dan spekulasi. Contoh produk inovatif meliputi tabungan syariah berbasis wadiah (penitipan aman), deposito mudharabah (bagi hasil), dan produk digital seperti *e-wallet* syariah (misalnya, *GoPay* Syariah atau Dana Syariah) yang memungkinkan transaksi tanpa bunga. Inovasi ini membedakan perbankan syariah dari konvensional karena berfokus pada keadilan dan etika, di mana keuntungan dibagi berdasarkan risiko bersama, bukan bunga tetap. Misalnya, tabungan syariah menawarkan fitur seperti bonus bagi hasil atau integrasi dengan aplikasi mobile, yang membuatnya lebih fleksibel dan menarik bagi nasabah yang peduli dengan nilai-nilai Islam, berbeda dari

[4] Otoritas Jasa Keuangan, "Statistik Perbankan Syariah 2024" (Jakarta, 2024).

tabungan konvensional yang sering kali bergantung pada suku bunga tinggi untuk daya tarik.

Dari perspektif teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Rogers menjelaskan proses bagaimana inovasi diperkenalkan dan diadopsi ole h masyarakat melalui lima tahapan, yaitu *knowledge* (pengetahun)*persuasion* (pembujukan), *decision* (keputusan), *implementation* (penerapan), dan *confirmation* (konfirmasi). Proses ini dipengaruhi oleh empat elemen utama: inovasi itu sendiri, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Dalam konteks perbankan syariah, teori ini relevan karena inovasi produk (misalnya tabungan digital syariah, mobile banking, e-wallet halal) harus melewati tahap pengetahuan hingga adopsi oleh nasabah, khususnya generasi milenial.Generasi milenial termasuk kelompok *early adopter*, yang cenderung cepat menerima inovasi teknologi, sehingga menjadi kunci sukses dalam difusi produk keuangan syariah. Selain itu, atribut inovasi seperti *relative advantage* (keunggulan relatif), *compatibility* (kesesuaian dengan nilai), *complexity* (tingkat kemudahan), *trialability* (dapat dicoba), dan *observability* (mudah diamati) sangat menentukan kecepatan adopsi. Produk syariah yang memiliki fitur digital, sesuai prinsip Islam, dan mudah digunakan akan lebih cepat diadopsi oleh milenial.[5]

Penelitian oleh Hartono yang berjudul "Strategi Pemasaran Bank Muamalat dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Milenial". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi layanan, keterlibatan komunitas, dan inovasi produk menjadi pilar utama dalam

[5] Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations (5th Ed.)* (Free Press, 2003).

menarik minat menabung generasi muda. Hal ini sesuai dengan konsep Rogers bahwa inovasi harus memberikan relative advantage agar diterima luas oleh pengguna.[6] Penelitian yang dilakukan oleh Ramadanti tahun 2023, menemukan bahwa pemahaman terhadap produk syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Temuan ini mendukung aspek *compatibility* dalam teori Rogers, di mana penerimaan inovasi meningkat ketika nilai dan prinsipnya selaras dengan keyakinan pengguna.[7] Penelitian ini sendiri melengkapi hasil penelitian sebelumnya dengan fokus yang lebih spesifik pada variabel inovasi produk keuangan syariah dan minat menabung generasi milenial di Bank Muamalat Indonesia KC Parepare. Penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa keberhasilan penyebaran inovasi dalam sistem perbankan syariah tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh kemampuan bank dalam menyesuaikan inovasi dengan nilai dan kebutuhan generasi milenial yang menjadi target utama. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk keuangan syariah (X) memiliki potensi besar dalam meningkatkan minat menabung generasi milenial (Y), terutama melalui kemudahan akses digital, kesesuaian nilai syariah, dan transparansi bagi hasil. Namun, tingkat efektivitasnya perlu diuji secara empiris, khususnya di konteks lokal seperti Bank Muamalat Indonesia KC Parepare, di mana faktor sosial, ekonomi, dan digitalisasi memiliki dinamika tersendiri. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji

[6] Ongky parmadhie putra dan Erni Lubis Donny Hartono, "Strategi Pemasaran Bank Muamalat Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Milenial" 2, no. 3 (n.d.): 4066–72.

[7] Millenia Prita Ramadanti, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Di Bank Muamalat," 2023.

pengaruh inovasi produk keuangan syariah terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare.

Bukti ini menunjukkan bahwa inovasi produk syariah secara signifikan meningkatkan adopsi di kalangan masyarakat muslim. Misalnya, studi oleh digital syariah, seperti mobile banking, meningkatkan tingkat adopsi hingga 25% di negara-negara Muslim, karena kemudahan akses dan kesesuaian dengan gaya hidup modern.[8] Di Indonesia, penelitian dari Universitas Indonesia mengungkapkan bahwa inovasi seperti tabungan syariah berbasis aplikasi meningkatkan minat nasabah muslim muda, dengan peningkatan adopsi sebesar 15-20% dalam dua tahun terakhir[9]. Penelitian Rahman *Islamic Marketing* menunjukkan bahwa inovasi produk syariah yang menggabungkan teknologi blockchain untuk transparansi bagi hasil mendorong loyalitas nasabah, terutama di kalangan milenial yang menghargai keberlanjutan dan etika. Data ini mendukung bahwa inovasi bukan hanya respons terhadap permintaan pasar, tetapi juga pendorong inklusi keuangan syariah.[10]

Generasi milenial, yang lahir antara 1981 dan 1996, merupakan kelompok demografis utama di Indonesia dengan populasi sekitar 80 juta orang, yang kini memasuki fase produktif. Mereka ditandai oleh kecenderungan digital tinggi, di mana teknologi seperti media sosial dan aplikasi mobile menjadi bagian integral kehidupan sehari-hari, sehingga mereka lebih responsif terhadap produk keuangan yang inovatif dan mudah

---

[8] Islamic Research and Training Institute, "Islamic Fintech Report 2020" (Jeddah, 2020).

[9] Universitas Indonesia, *Pengaruh Inovasi Produk Digital Syariah Terhadap Minat Nasabah Muslim Muda Di Indonesia* (Depok, Indonesia: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Indonesia, 2019).

[10] M. Ahmad, K.; Rahman, "Blockchain-Based Innovation in Islamic Banking: Enhancing Transparency and Customer Loyalty," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 4 (2021): 721–735.

diakses. Selain itu, milenial memiliki kesadaran sosial yang kuat, dengan preferensi terhadap keberlanjutan dan etika, seperti investasi hijau atau produk yang mendukung komunitas. Ini membuat mereka lebih tertarik pada perbankan syariah yang menekankan nilai-nilai Islam, berbeda dari generasi sebelumnya yang mungkin lebih fokus pada keuntungan finansial semata.

Minat menabung generasi milenial dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pendapatan yang sering kali tidak stabil akibat fluktuasi pekerjaan *gig economy*, literasi keuangan yang masih rendah (hanya sekitar 30-40% menurut survei Bank Indonesia), dan pengaruh inovasi produk. Teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) oleh Icek Ajzen menjelaskan bahwa minat menabung terbentuk dari sikap positif, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, di mana inovasi produk syariah dapat meningkatkan sikap melalui fitur digital yang menarik. Model Penerimaan Teknologi (TAM) menambahkan bahwa kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan dari produk inovatif (seperti aplikasi tabungan syariah) langsung memengaruhi niat untuk menabung, terutama bagi milenial yang tech-savvy. Dengan demikian, inovasi produk syariah dapat mengatasi hambatan seperti kompleksitas literasi dengan menyediakan edukasi terintegrasi dan pengalaman pengguna yang intuitif.[11]

Data ini menunjukkan bahwa tingkat tabungan generasi milenial di Indonesia masih rendah, dengan survei Bank Indonesia melaporkan bahwa hanya 20-30% milenial yang memiliki tabungan rutin, dibandingkan dengan

[11] I. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processe*, 1991.

generasi X yang mencapai 40%.[12] Studi dari Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Universitas Indonesia mengungkapkan bahwa rendahnya minat menabung disebabkan oleh prioritas pengeluaran untuk gaya hidup digital dan kurangnya kepercayaan terhadap produk keuangan konvensional.[13] Namun, penelitian terkini dari OJK menunjukkan peningkatan minat menabung syariah di kalangan milenial sebesar 15% pasca-pandemik, didorong oleh inovasi digital. Ini menekankan perlunya pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik milenial untuk meningkatkan inklusi keuangan.[14]

Bank Muamalat Indonesia, sebagai bank syariah pertama dan terbesar di Indonesia dengan aset lebih dari Rp 100 triliun pada menurut OJK, telah menjadi pionir dalam inovasi produk keuangan syariah. Produk inovatifnya meliputi tabungan haji digital yang memungkinkan nasabah mendaftar dan memantau setoran haji melalui aplikasi mobile, serta investasi syariah seperti reksa dana mudharabah yang terintegrasi dengan platform digital untuk akses mudah. Inovasi ini tidak hanya mematuhi prinsip syariah tetapi juga menyesuaikan dengan kebutuhan modern, seperti fitur cashback bagi hasil atau notifikasi otomatis untuk pengingat tabungan, yang membedakan Muamalat dari bank syariah lainnya.[15]

---

[12] Bank Indonesia, "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2022" (jakarta, 2022).

[13] Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Universitas Indonesia, "Perilaku Keuangan Generasi Milenial Di Era Digital" (Depok, Indonesia, 2021).

[14] Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023" (Jakarta, Indonesia, 2023).

[15] Bank Muamalat Indonesia, "Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia 2023" (Jakarta, Indonesia, 2023).

Inovasi produk pada Bank Muamalat Indonesia merupakan upaya pengembangan produk dan layanan perbankan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat serta tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Inovasi tersebut dapat dilihat dari pengembangan produk penghimpunan dana seperti tabungan dan deposito syariah, serta produk pembiayaan untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Selain itu, Bank Muamalat juga melakukan inovasi melalui layanan perbankan digital Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan secara digital. Pengembangan produk juga mencakup layanan yang mendukung kebutuhan khusus nasabah, seperti pembiayaan kepemilikan rumah, kebutuhan haji dan umrah, serta pembiayaan bagi pelaku usaha. Dengan demikian, inovasi produk Bank Muamalat tidak hanya berorientasi pada kemudahan dan kebutuhan nasabah, tetapi juga diarahkan agar produk dan jasa yang ditawarkan tetap memenuhi ketentuan dan prinsip syariah.[16]

Meskipun inovatif, Bank Muamalat menghadapi tantangan spesifik seperti persaingan ketat dengan bank konvensional (misalnya, BCA atau Mandiri) yang menawarkan suku bunga tinggi, serta bank digital seperti Gojek atau OVO yang lebih gesit dalam teknologi. Tantangan ini diperparah oleh stigma bahwa produk syariah lebih kompleks atau kurang menguntungkan. Namun, potensi inovasi besar untuk meningkatkan minat menabung, seperti pengembangan *AI-driven advisory* untuk rekomendasi tabungan syariah yang disesuaikan dengan gaya hidup milenial, atau

[16] Adiwarman Azwar Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).

kolaborasi dengan fintech untuk integrasi e-wallet. Dengan memanfaatkan keunggulan etis dan digital, Muamalat dapat menarik milenial yang mencari alternatif berkelanjutan, sehingga mengubah tantangan menjadi peluang untuk pertumbuhan.

Bank Muamalat Indonesia KC Parepare, sebagai salah satu cabang Bank Muamalat di Sulawesi Selatan, beroperasi di wilayah dengan populasi muslim yang tinggi sekitar 90% berdasarkan data BPS dan pertumbuhan ekonomi regional yang didorong oleh sektor pertanian, perdagangan, dan UMKM.[17] Generasi milenial di Parepare, yang mencapai sekitar 40% dari populasi kota berdasarkan proyeksi BPS, memiliki akses terbatas ke layanan perbankan modern dibandingkan kota besar seperti Makassar, sehingga inovasi produk syariah di Muamalat dapat menjadi solusi untuk meningkatkan inklusi keuangan.[18]

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Milenial

Tahun	Jumlah Nasabah Milenial
2024	150
2025	206
Jumlah	**356**

Sumber : Observasi awal pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare, 2025

Data spesifik dari Bank Muamalat KC Parepare menunjukkan pertumbuhan nasabah milenial yang signifikan, dari 150 orang pada 2024 menjadi 206 orang pada 2025, mencerminkan peningkatan minat terhadap

[17] Badan Pusat Statistik, "Statistik Indonesia 2022: Hasil Sensus Penduduk Berdasarkan Generasi" (jakarta, 2022).

[18] Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Parepare, "Laporan Ekonomi Daerah Kota Parepare" (Parepare, 2024).

produk syariah inovatif di kalangan generasi muda. Lokasi ini relevan karena Parepare merupakan pusat ekonomi kecil di Sulawesi, di mana milenial sering kali bekerja di sektor informal, sehingga minat menabung dipengaruhi oleh produk yang mudah dan etis.

Lokasi Bank Muamalat Indonesia KC Parepare relevan karena Sulawesi Selatan memiliki populasi muslim terbesar di Indonesia sekitar 8,5 juta jiwa, dengan tingkat penetrasi perbankan syariah yang masih rendah hanya sekitar 5-7% dari total nasabah perbankan, menurut OJK tahun 2023, dibandingkan nasional yang mencapai 10%.[19] Di Parepare, sebagai kota dengan ekonomi regional yang bergantung pada UMKM dan remittance dari migran, inovasi produk syariah dapat mengatasi kesenjangan akses, terutama bagi milenial yang kurang terjangkau oleh bank konvensional. Pertumbuhan nasabah milenial pada tabel di atas, menunjukkan potensi besar untuk studi kasus, karena Parepare mewakili tantangan umum di daerah non-urban Indonesia, di mana perbankan syariah dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal melalui peningkatan adopsi produk inovatif.

Dengan demikian, fokus pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare langsung menghubungkan ke judul penelitian: "Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung Generasi Milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare". Inovasi produk syariah (sebagai variabel independen) diukur melalui indikator seperti kemudahan akses digital dan fitur etis, sedangkan minat menabung milenial (variabel dependen) dievaluasi berdasarkan survei tentang frekuensi dan motivasi tabungan. Metode analisis

[19] (OJK), “Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023.”

regresi linier berganda digunakan untuk mengukur hubungan kausal, dengan kontrol variabel seperti pendapatan dan literasi keuangan, untuk menguji hipotesis bahwa inovasi meningkatkan minat menabung secara signifikan di konteks lokal ini, di mana data pertumbuhan nasabah meningkat sehinggah memberikan dasar empiris untuk analisis.

Meskipun literatur terkait inovasi produk keuangan syariah telah berkembang secara luas, terdapat kesenjangan penelitian spesifik mengenai dampak inovasi tersebut terhadap minat menabung generasi milenial di lokasi regional seperti Kantor Cabang Parepare, di mana data lokal masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada kota metropolitan seperti Jakarta atau Surabaya, sehingga kurangnya kajian di wilayah non-urban seperti Parepare menciptakan kesenjangan dalam pemahaman adaptasi inovasi syariah terhadap konteks ekonomi lokal

Penelitia ini memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur perbankan syariah dengan menyediakan wawasan praktis mengenai strategi peningkatan minat menabung generasi milenial melalui inovasi produk, khususnya di wilayah terpencil. Hasil kajian dapat mendorong Bank Muamalat Indonesia dan lembaga perbankan syariah lainnya untuk mengadopsi rekomendasi, seperti pengembangan fitur digital yang lebih personal serta edukasi keuangan terintegrasi, guna menarik generasi milenial yang lebih responsif terhadap teknologi dan etika. Secara lebih luas, kajian ini mendukung agenda inklusi keuangan nasional, dengan potensi untuk meningkatkan tingkat tabungan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah penelitian ini adalah, Apakah inovasi produk keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka tujuan penelitian ini adalah, Untuk menguji pengaruh inovasi produk keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada bank muamalat indonesia KC parepare.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini menggunakan teori inovasi *schumpeter* menjelaskan inovasi adalah kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan produk, proses, atau model bisnis baru. Dalam konteks keuangan syariah, inovasi produk yang sesuai dengan prinsip syariah dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern menjadi faktor penting untuk menarik minat nasabah, terutama generasi milenial.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Peneliti

      Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai Pengaruh Inovasi Produk

Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan ilmiah, sehinggah dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya dan diharapkan penelitian ini dapat melengkapi penelitian terdahulu.

c. Bagi Pihak Bank

Lebih meningkatkan upaya sosialisasi generasi milenial mengenai institusi keuangan syariah secara lebih insentif.

d. Bagi pihak otoriras jasa keuangan

Bisa memberikan dukungan kepada Bank Syariah dan Bank Indonesia dalam menyebarkan informasi dan memberikan pembelajaran mengenai prinsip, produk dan layanan Perbankan Syariah untuk meningkatkan wawasan generasi milenial.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

1. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pinta Gustiana Masda tahun 2015 dengan judul "*Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Galamai di Kota Payakumbuh"* menyimpulkan bahwa dalam mengambil keputusan pembelian galamai di kota Payakumbuh, inovasi produk bukanlah sebagai faktor penting. Selain itu ada beberapa hal yang menjadi penyebab tidak berhasilnya inovasi suatu produk yaitu karena masyarakat telah terbiasa dengan produk lama, sehingga ketika produk yang baru muncul akan membuat konsumen merasa aneh karena merasa tidak cocok dengan produk yang baru sehingga inovasi produk tidak memberikan pengaruh terhadap masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian.

   Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang ada tidaknya pengaruh inovasi produk dalam hal penekanan pada inovasi produk sebagai variabel utama yang memengaruhi perilaku konsumen melalui pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan kausal. Namun, perbedaannya terletak pada jenis produk - produk konsumen non-keuangan seperti Galamai versus produk keuangan syariah - serta variabel dependen yang lebih spesifik pada minat menabung generasi milenial, konteks lokasi yang lebih terbatas di daerah non-urban, dan pengecualian variabel harga, yang menjadikan kajian ini sebagai perluasan ke domain perbankan syariah

dengan integrasi tren digital terkini. Analisis ini menegaskan posisi penelitian sebagai kontribusi terhadap literatur inovasi produk dalam konteks etika dan inklusi keuangan.[20]

2. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yul Safira, Muslihun dan Pongky Are Wijaya pada tahun 2024, dengan judul "Pengaruh Digitalisasi Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Kota Mataram". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan generasi Z dalam konteks menabung. Kesimpulan ini memberikan arahan bagi lembaga keuangan dan pendidikan untuk fokus pada upaya meningkatkan pemahaman keuangan nasabah generasi Z sebagai strategi efektif dalam mendorong kebiasaan menabung. Dengan demikian, literasi keuangan dapat dianggap sebagai kunci utama dalam membentuk perilaku keuangan yang positif pada generasi Z.[21]

   Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diatas, terdapat persamaan serta perbedaan antara judul jurnal akan diteliti. Adapun persamaannya yaitu, menunjukkan fokus bersama pada isu generasi muda dan upaya mereka dalam berinteraksi dengan dunia keuangan, terutama perbankan syariah. Persamaan mendasar terletak pada variabel terikat yang dikaji, yaitu tentang keinginan (Minat) dan tindakan nyata (Perilaku) Menabung di kalangan generasi muda yang digital native. Keduanya

[20] Pinta Gustiana Masda, "'Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh'','" *Jurnal Ekonomi Syariah* 2 (2015).

[21] Yul Safirah, Muslihun, and Pokngky Arie Wijaya, "Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Menabung Generasi Z Di Kota Mataram," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 08, no. 01 (2024): 58–61.

secara implisit maupun eksplisit mengangkat tema modernisasi perbankan syariah. Namun, perbedaannya sangat penting bagi analisis literatur. Penelitian lebih bersifat luas dan berfokus pada tiga variabel eksternal yang kompleks (Digitalisasi, Literasi, dan Gaya Hidup) terhadap Perilaku Menabung Generasi Z (rentang usia yang lebih muda) di tingkat kota. Sementara itu, penelitian bersifat lebih spesifik dan internal, hanya menguji satu variabel kunci bank, yaitu Inovasi Produk Keuangan Syariah, terhadap Minat Menabung Generasi Milenial (rentang usia yang lebih tua) pada objek tunggal, yaitu Bank Muamalat KC Parepare. Singkatnya, Penelitian melihat faktor pendorong dari sisi nasabah (eksternal dan psikologis), sedangkan Penelitian melihat faktor penarik dari sisi bank (internal dan produk/layanan).

3. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Donny Hartono, Ongky Parmadhie Putra dan Erni Lubis pada tahun 2025, dengan judul "Strategi Pemasaran Bank Muamalat dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Milenial". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa Bank Muamalat menerapkan strategi pemasaran terpadu yang berfokus pada tiga pilar utama: digitalisasi layanan, keterlibatan komunitas, dan inovasi produk. Strategi digitalisasi diwujudkan melalui optimalisasi aplikasi mobile banking, pemasaran konten di media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta kolaborasi dengan influencer keuangan yang relevan dengan audiens milenial. Dari sisi keterlibatan komunitas, Bank Muamalat aktif mendukung dan menyelenggarakan acara yang diminati kaum muda, seperti seminar kewirausahaan dan webinar literasi keuangan syariah.

Inovasi produk yang ditawarkan mencakup produk tabungan dengan fitur fleksibel dan imbal hasil kompetitif yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup generasi milenial. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kombinasi pendekatan digital yang masif, personalisasi layanan, dan pembangunan citra merek yang modern dan inklusif menjadi kunci keberhasilan Bank Muamalat dalam menarik minat menabung segmen milenial di tengah persaingan industri perbankan yang ketat.[22]

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diatas, terdapat persamaan dan perbedaan antara judul jurnal yang akan diteliti. Adapun persamaannya yaitu memiliki persamaan dalam fokus utama yaitu meningkatkan minat menabung generasi milenial di Bank Muamalat. Keduanya menyoroti segmen milenial sebagai target pasar dan berupaya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku menabung mereka. Perbedaannya terletak pada pendekatan dan variabel yang diteliti; judul pertama lebih menitikberatkan pada strategi pemasaran secara umum, sedangkan judul kedua lebih spesifik mengkaji pengaruh inovasi produk keuangan syariah sebagai variabel utama dalam meningkatkan minat menabung, serta membatasi ruang lingkup penelitian pada Kantor Cabang (KC) Parepare. Dengan demikian, judul pertama bersifat lebih luas dan strategis, sementara judul kedua lebih fokus pada aspek inovasi produk dan lokasi penelitian.

4. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Millenia Prita Ramadanti pada tahun 2023, dangan judul “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan syariah

[22] Donny Hartono, “Strategi Pemasaran Bank Muamalat Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Milenial.”

Mahasiswa Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan di Bank Muamalat". Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah (X) memiliki nilai sigfnifikan yaitu 0,000 dan T hitung sebesar 33.933 lebih besar dari T tabel 0,172, Nilai R2 64,0% variabel minat menggunakan produk tabungan di pengaruhi literasi keuangan syariah. Sedangkan sisanya (100% - 64,0%) adalah 36% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat.[23]

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diatas, terdapat persamaan dan perbedaan antara judul skripsi yang akan diteliti. memiliki persamaan dalam fokusnya pada faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung nasabah muda di Bank Muamalat, khususnya generasi milenial atau mahasiswa sebagai subjek penelitian. Keduanya meneliti variabel yang berperan dalam meningkatkan penggunaan produk tabungan syariah, dengan tujuan memahami bagaimana aspek tertentu dapat mendorong minat menabung. Perbedaannya terletak pada variabel utama yang diteliti; judul pertama menitikberatkan pada tingkat literasi keuangan syariah sebagai faktor penentu minat, sedangkan judul kedua lebih fokus pada inovasi produk keuangan syariah sebagai pendorong minat menabung. Selain itu, judul kedua juga membatasi ruang lingkup penelitian pada Kantor Cabang Parepare, sementara judul pertama lebih umum pada mahasiswa tanpa batasan lokasi spesifik. Dengan demikian, meskipun

[23] Ramadanti, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Di Bank Muamalat."

keduanya berorientasi pada peningkatan minat menabung melalui pendekatan yang berbeda, keduanya saling melengkapi dalam memahami perilaku nasabah muda di bank syariah.

5. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuris Huswatun Hasanah, Sitti Fatimah, Samsul, Kamaruddin dan Supriadi pada tahun 2025. Dengan judul "Pengaruh Tingkat Religiusits dan Pendapatan Tehadap Minat Menabung di Bank Muamalat KCP Gowa". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung serta dapat disimpulkan bahwa pengaruh Tingkat religiusitas dan pendapatan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Adapun implikasi dalam penelitian tersebut diharapkan dapat diadikan sebagai masukan dan informasi bagi bank syariah agar tetap memperhatikan segala kekurangan-kekurangan yang ada dan selalu melakukan sosialiasi kepada masyarakat mengenai banksyariah terutama di bagian pedesaan. Bagi masyarakat hendaknya selalu mencoba mencari informasi tentang dunia perbankan khususnya perbankan syariah. Masyarakat diharapkan dapat mempertahankan persepsi positif yang ia miliki mengenai perbankan syariah dan meningkatkan minat menabung di bank syariah.[24]

[24] Yuris Huswatun Hasanah and Sitti Fatimah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Muamalat KCP Gowa," *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner* 2, no. 01 (2025): 1686–97.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diatas, terdapat pesamaan dan perbedaan antara judul jurnal yang akan diteliti. memiliki persamaan dalam fokusnya pada faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung nasabah di Bank Muamalat, dengan penekanan pada aspek yang dapat meningkatkan ketertarikan terhadap produk tabungan syariah. Keduanya juga membatasi ruang lingkup penelitian pada kantor cabang tertentu, yaitu KCP Gowa dan KC Parepare, sehingga memberikan konteks geografis yang spesifik. Perbedaannya terletak pada variabel yang diteliti; judul pertama menyoroti pengaruh tingkat religiusitas dan pendapatan sebagai faktor psikologis dan ekonomi yang memengaruhi minat menabung, sedangkan judul kedua lebih fokus pada inovasi produk keuangan syariah sebagai faktor utama yang mendorong minat menabung generasi milenial. Dengan demikian, meskipun keduanya bertujuan memahami motivasi menabung di bank syariah, pendekatan dan variabel yang digunakan berbeda, sehingga saling melengkapi dalam memberikan gambaran komprehensif tentang perilaku nasabah di segmen yang berbeda.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of innovation Theory*)

Artikel berjudul *The People's Choice* yang ditulis oleh Paul Lazalfeld, Bernard Barelson, dan H. Gudet pada tahun 1944 menjadi titik awal munculnya teori defusi inovasi. Di dalam teori ini dikatakan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang. Dengan demikian adanya inovasi

(penemuan), lalu disebarkan (difusi) melalui media massa akan kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya

Teori ini di awal perkembangannya mendudukan peran pemimpin opini dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Artinya media massa mempunyai pengaruh yang kuat dalam menyebarkan penemuan baru. Apa lagi penemuan baru itu kemuadian di teruskan oleh para pemuka masyarakat. Akan tetapi defusi-inovasi juga bisa berlangsung mengenai khalayak. Menurut Rogers dan Shoemaker tahun 1971 difusi adalah proses dimana penemuan disebarkan kepada masyarakat yang menjadi anggota sistem sosial.

Rogers menjelaskan bahwa ada empat teori utama yang berhubungan dengan difusi inovasi, yaitu: teori proses keputusan inovasi, teori inovasi individu, teori tingkat adopsi, dan teori atribut yang dirasakan.

a. Teori proses keputusan inovasi

Teori ini berbasis pada waktu dan lima tahap yang berbeda yaitu:

1) Pengetahuan, potensi pengadopsi harus terlebih dahulu belajar tentang inovasi.
2) Persuasi, mereka harus dibujuk tentang manfaat dari inovasi.
3) Keputusan, mereka harus memutuskan untuk mengadopsi inovasi
4) Implementasi, setelah mereka mengadopsi inovasi, mereka harus menerapkannya.
5) Konfirmasi, mereka harus mengkonfirmasi bahwa keputusan mereka untuk mengadopsi adalah keputusan yang tepat. Setelah tahap ini tercapai, maka diperoleh hasil difusi.

b. Teori inovasi individu

Di dasarkan pada siapa pengadopsi inovasi dan kapan. Kurva berbentuk lonceng sering digunakan untuk menggambarkan persentase individu yang mengadopsi suatu inovasi.

c. Teori tingkat adopsi

Teori tingkat adopsi menunjukkan bahwa adopsi inovasi yang terbaik diwakili oleh s-kurva. Teori ini menyatakan bahwa adopsi suatu inovasi tumbuh perlahan dan bertahap diawal. Kemudian akan mewakili periode pertumbuhan cepat yang akan berangsur-angsur berkurang (*taper off*) dan menjadi stabil dan akhirnya menurun.

d. Teori atribut persepsi

Teori ini didasarkan pada gagasan bahwa individu akan mengadopsi suatu inovasi jika mereka menganggap bahwa inovasi tersebut memiliki atribut sebagai berikut:

1) Inovasi harus memiliki beberapa keuntungan relatif lebih dari inovasi yang ada atau status quo.
2) Inovasi harus kompatibel dengan nilai-nilai dan praktik-praktik yang ada.
3) Inovasi tidak bisa terlalu rumit.
4) Inovasi harus memiliki kemampuan percobaan yang berarti inovasi dapat diuji untuk waktu yang terbatas tanpa adopsi.
5) Inovasi harus menawarkan hasil yang dapat diamati.

Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di

antara para anggota suatu sistem sosial. Dia menggambarkan sebuah inovasi sebagai ide baru, praktek, atau objek dianggap baru untuk individu. Dia menjelaskan bahwa teknologi adalah desain untuk tindakan instrumental yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab akibat yang terlibat dalam mencapai hasil yang diinginkan. Dia menjelaskan bahwa teknologi adalah informasi, bukan hanya peralatan. Kebanyakan teknologi memiliki komponen hardware dan software. Aspek hardware terdiri dari "alat yang mewujudkan teknologi sebagai objek material atau fisik," dan aspek software terdiri dari "basis informasi untuk alat".

Berdasarkan definisi Rogers, literasi media adalah inovasi teknologi karena dianggap menjadi ide baru oleh pengadopsi potensial. Konsep literasi media telah berkembang selama beberapa tahun, tetapi sedang "dipasarkan" sebagai ide baru dalam bentuk yang sekarang. Pendidik, kelompok peminat, dan orang tua telah menyadari kebutuhan untuk meningkatkan literasi media di kalangan anak muda. Oleh karena itu, gagasan media literacy sedang disajikan sebagai ide baru dan segar untuk pengadopsi potensial.

Literasi media merupakan inovasi teknologi yang berguna untuk menerapkan prinsip-prinsip teori difusi untuk lebih memahami difusi literasi media ke dalam sistem sosial. Hal ini dilakukan karena beberapa alasan, sebagai berikut:

1) Teori difusi menyediakan kerangka kerja yang membantu pendukung literasi media memahami mengapa literasi media

diadopsi oleh beberapa individu dan bukan oleh orang lain. Teori difusi membantu masyarakat literasi media mengidentifikasi kualitas yang akan membuat inovasi media literasi lebih menarik bagi pengadopsi potensial.

2) Teknologi media yang terus berubah dan memperkenalkan hardware dan software baru. Oleh karena itu, sangat penting untuk memiliki pemahaman yang solid tentang bagaimana memperkenalkan ide-ide baru ke dalam sistem sosial. Teori difusi membantu pemahaman tersebut lebih lanjut.
3) Penelitian difusi menyediakan beberapa model yang sukses dapat digunakan untuk mengembangkan kampanye difusi sukses untuk literasi media.

2. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap teknologi informasi. Model ini menyatakan bahwa penerimaan suatu teknologi ditentukan oleh dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja, sedangkan *perceived ease of use* mengacu pada keyakinan bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar.

Dalam penelitian ini, TAM digunakan sebagai teori pendukung untuk menjelaskan penerimaan teknologi yang melekat pada inovasi

produk keuangan syariah. Inovasi produk keuangan syariah saat ini banyak berbasis teknologi digital, seperti mobile banking, layanan tabungan berbasis aplikasi, dan pembukaan rekening secara daring. Oleh karena itu, persepsi kemudahan dan kegunaan menjadi faktor penting dalam menentukan apakah inovasi produk tersebut dapat diterima oleh generasi milenial.

Produk keuangan syariah yang dipersepsikan mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan kemudahan pengelolaan keuangan, cenderung lebih mudah diterima oleh nasabah. Dengan demikian, TAM memperkuat variabel inovasi produk keuangan syariah dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap minat menabung.[25]

3. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) dikemukakan oleh Ajzen untuk menjelaskan hubungan antara sikap, niat, dan perilaku individu. Teori ini menyatakan bahwa perilaku aktual dipengaruhi secara langsung oleh niat perilaku (*behavioral intention*), sedangkan niat perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Dalam penelitian ini, minat menabung diposisikan sebagai bentuk *behavioral intention*. Sikap terhadap menabung mencerminkan penilaian individu terhadap manfaat dan pentingnya menabung, norma subjektif mencerminkan pengaruh lingkungan sosial seperti keluarga

[25] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989): 319–340, https://doi.org/10.2307/249008.

dan teman, sedangkan kontrol perilaku yang dirasakan mencerminkan persepsi kemudahan dan kemampuan individu dalam melakukan aktivitas menabung.

TPB digunakan sebagai teori pendukung karena minat menabung tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik produk, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial. Inovasi produk keuangan syariah yang menarik dan mudah diakses dapat membentuk sikap positif, meningkatkan persepsi kemudahan, serta memperkuat niat menabung generasi milenial pada bank syariah.[26]

Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai teori pendukung memberikan dasar teoretis yang saling melengkapi. TAM menjelaskan bagaimana inovasi produk keuangan syariah diterima dari sisi teknologi, sedangkan TPB menjelaskan bagaimana penerimaan tersebut membentuk minat menabung sebagai niat perilaku. Dengan demikian, kedua teori ini relevan dan konsisten dalam menjelaskan pengaruh inovasi produk keuangan syariah terhadap minat menabung generasi milenial.

a) Inovasi Produk Keuangan Syariah

a. Pengertian inovasi produk keuangan syariah

Inovasi produk keuangan syariah dapat diartikan sebagai pengembangan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan

[26] Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.

prinsip-prinsip syariah Islam, seperti larangan riba*, gharar* (ketidak jelasan), dan *maysir* (spekulasi).

Menurut Ascarya, inovasi produk keuangan syariah adalah proses pengembangan produk, layanan, dan sistem keuangan berbasis prinsip syariah yang kreatif,efisien, serta sesuai kebutuhan masyarakat modern tanpa melanggar ketentuan syariah.[27]

Sementara itu, menurut Otoritas Jasa Keuangan OJK, tahun 2020, inovasi produk dan layanan dalam industri keuangan syariah bertujuan untuk memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah yang efisien, transparan, dan inklusif.[28]

Dengan demikian, inovasi produk keuangan syariah mencakup segala bentuk pembaharuan, baik dari sisi akad, fitur, teknologi, maupun mekanisme transaksi, dengan tetap berpedoman pada ketentuan Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

b. Landasan regulasi inovasi produk keuangan syariah

Inovasi produk dalam lembaga keuangan syariah di atur oleh berbagai regulasi dan Fatwah, antara lain :

1. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 13/POJK.03/2021 tentang penyelenggaraan produk bank umum.[29]
2. Fatwa DSN-MUI, seperti:
    a. Fatwa No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah.[30]

---

[27] Ascarya, *Inovasi Keuangan Syariah* (Jakarta: Bank Indonesia Institute, 2019).

[28] Otoritas Jasa Keuangan, "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020" (Jakarta, 2020).

[29] Dewan Komisioner and Otoritas Jasa, "LEMBARAN NEGARA," no. 164 (2021).

b. Fatwa No. 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang Musyarakah.[31]
c. Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Mudharabah.[32]
d. Fatwa No.117/DSN MUI/II/2018 tentang Layanan Keuangn Digital Syariah.[33]
e. Fatwa No. 140/DSN-MUI/VIII/2021 tentang Penerapan Teknologi Informasi dalam Akad Syariah.[34]

Regulasi ini menjadi dasar hukum agar setiap bentuk inovasi tetap mematuhi *sharia compliance* (kepatuhan syariah) dan menjaga keabsahan produk dalam perspektif fiqih muamalah.

c. Indikator inovasi produk keuangan syariah

Bentuk inovasi produk keuangan syariah dapat dikategorikan ke dalam empat jenis utama:

1. Inovasi Produk Pembiayaan (*Financing Innovation*)

Meliputi pengembangan akad seperti Musyarakah Mutanaqisah (MMQ), Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT), dan Murabahah bil Wakalah, yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar modern seperti pembiayaan rumah, kendaraan, atau usaha mikro.

2. Inovasi Produk Tabungan dan Investasi

---

[30] Asriadi Arifin, "Fatwa DSN-MUI No . 04 / DSN-MUI / IV / 2000 Tentang Murabahah : Refleksi Kritis Terhadap Implementasi BSI Dimensi Ekonomi Islam" 5, no. 1 (2023): 1–11.

[31] Pembiayaan Musyarakah, "Fatwa No. 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Musyarakah," 2000.

[32] Fatwa Dewan Syari et al., "Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Mudharabah," 2000.

[33] Dewan Syariiih and Nasionat Mui, "Er Fl," n.d.

[34] Dewan Syariah and Nasional-majelis Ulama Indonesia, "Fatwa No. 140/DSN-MUI/VIII/2021 Tentang Penerapan Teknologi Informasi Dalam Akad Syariah," no. 19 (n.d.).

Misalnya tabungan haji digital, tabungan pendidikan berbasis Mudharabah, serta investasi syariah berbasis aplikasi seperti Sukuk Retail Online atau Reksa Dana Syariah Digital.

3. Inovasi Teknologi Keuangan Syariah (*Financial Technology Syariah / Fintech Syariah)*

Contohnya seperti mobile banking syariah, digital zakat, peer-to-peer lending syariah, dan e-wallet halal yang memanfaatkan teknologi digital untuk kemudahan dan transparansi.[35]

4. Inovasi Layanan (*Service Innovation*)

Seperti pelayanan *customer-centric* berbasis nilai syariah, chatbot syariah, dan sistem edukasi keuangan berbasis aplikasi interaktif untuk meningkatkan literasi masyarakat terhadap produk syariah.

d. Tujuan dan Manfaat Inovasi Produk Keuangan Syariah

Tujuan utama inovasi produk keuangan syariah meliputi:

1. Meningkatkan daya saing lembaga keuangan syariah terhadap konvensional.
2. Memenuhi kebutuhan nasabah modern tanpa melanggar prinsip syariah.
3. Mendorong inklusi keuangan syariah melalui digitalisasi layanan.

[35] Antonio, "Inovasi Produk Keuangan Syariah Di Era Digital," 2019.

4. Menarik minat generasi muda dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Adapun manfaat inovasi bagi nasabah antara lain kemudahan akses, efisiensi waktu, transparansi transaksi, dan keyakinan bahwa produk yang digunakan sesuai dengan prinsip syariah.

b) Minat Menabung

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), menabung merupakan menyimpan uang (di celengan, pos, bank, dan sebagainya). Menabung berarti menyimpan pendapatan yang tidak dibelanjakan untuk keperluan konsumsi. Menabung dalam hal ini bukan berarti sisa pendapatan setelah semua keperluan konsumsi dipenuhi, melainkan suatu pilihan antara membelanjakannya atau tidak.[36] Menurut Kotler tahun 2016, minat menabung adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan menyimpan sebagian pendapatannya dengan tujuan memperoleh manfaat di masa depan. Dalam konteks perbankan, minat menabung menggambarkan kecenderungan seseorang untuk menyimpan uang di lembaga keuangan karena adanya rasa aman, kemudahan, serta keuntungan yang diperoleh.[37]

Minat memiliki makna yang luas karena dengan minat dapat membuat sesuatu menjadi jelas. Jadi minat merupakan kecenderungan seseorang yang berkaitan dengan sebuah perasaan senang (positif)

---

[36] Syahriyah Semaun et al., "Pengaruh Karakteristik Sharia Marketing Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pinrang," *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 2, no. 1 (2022).

[37] Kotler, *Marketing Management*, 15th ed. (Harlow, England: Pearson Education Limited, 2016).

terhadap sesuatu yangdianggap bermanfaat dan dapat dipercaya serta sesuai dengan kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya.[38]

Menurut Schiffman dan Kanuk 2010, minat terbentuk melalui proses kognitif dan afektif, di mana individu menilai dan merasakan manfaat suatu produk sebelum memutuskan untuk bertindak. Artinya, minat menabung muncul setelah seseorang memahami manfaat menabung, merasa tertarik terhadap produk tabungan, dan memiliki niat untuk melakukannya secara berulang.[39]

Dalam konteks keuangan syariah, menabung juga memiliki dimensi spiritual. Berdasarkan prinsip Islam, kegiatan menabung merupakan bentuk ikhtiar dalam menjaga keberlangsungan hidup serta menghindarkan diri dari kesulitan ekonomi di masa depan. Hal ini sejalan dengan Qs. An-Nisa ayat 9:

سَدِيدًا قَوْلًا وَلْيَقُولُوا۟ ٱللَّهَ فَلْيَتَّقُوا۟ عَلَيْهِمْ خَافُوا۟ ضِعَٰفًا ذُرِّيَّةً خَلْفِهِمْ مِنْ تَرَكُوا۟ لَوْ ٱلَّذِينَ وَلْيَخْشَ

Terjemahnya:

> *Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar*.

Ayat ini menekankan pentingnya perencanaan finansial, termasuk menabung, sebagai wujud tanggung jawab terhadap diri dan generasi berikutnya.

---

[38] Nurfitriani and Ulfa Hidayati, "Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Polewali," *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2021).

[39] Schiffman, *Consumer Behavior*, 10th ed. (Pearson Education, 2010).

Dalam sistem perbankan syariah, menabung juga merupakan bentuk muamalah yang dilakukan berdasarkan prinsip akad wadiah (titipan) atau mudharabah (bagi hasil), sehingga aktivitas ini bukan hanya bersifat ekonomi, tetapi juga bernilai ibadah karena sesuai dengan prinsip halal dan keadilan.

Dengan demikian, minat menabung dapat diartikan sebagai dorongan dan niat yang timbul dari dalam diri seseorang untuk menyimpan dana secara rutin di lembaga keuangan syariah karena adanya motivasi keamanan, keuntungan, kemudahan layanan, dan keyakinan terhadap prinsip syariah.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

    a) Kepercayaan terhadap Lembaga Keuangan, terutama pada aspek keamanan, transparansi, dan reputasi bank.
    b) Kemudahan Akses dan Layanan, seperti ketersediaan mobile banking, ATM, dan layanan digital.
    c) Prinsip dan Nilai Keagamaan, khususnya bagi nasabah muslim yang mengutamakan prinsip halal dalam pengelolaan dana.
    d) Promosi dan Inovasi Produk, di mana variasi produk tabungan dan kemudahan transaksi dapat meningkatkan daya tarik nasabah.
    e) Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup, di mana pengaruh teman, keluarga, dan tren digital dapat membentuk kebiasaan finansial generasi muda.

b. Indikator Minat Menabung

a) Keinginan untuk menabung secara rutin.
b) Ketertarikan terhadap produk tabungan syariah.
c) Keyakinan terhadap prinsip halal dalam produk.
d) Kemudahan dan kenyamanan layanan tabungan.
e) Kepercayaan terhadap bank syariah sebagai tempat menyimpan dana.[40]

c. Minat menabung Menurut Perspektif Islam

Menurut perspektif islam minat menabung adalah menyisihkan harta kita untuk mempersiapkan suatu pengeluaran penting pada masa yang akan datang, sehingga pada saatnya tiba telah tersedia dana yang memadai. Minat menabung bentuk dari pengendali diri. Dengan menabung artinya kita tidak terbawa hawa nafsu untuk memenuhi keinginan untuk kepuasan belaka melainkan kita dapat mengendalikan keinginan kita untuk kebutuhan masa yang akan datang yang jauh lebih penting.

Dalam al –qur'an terdapat ayat yang tidak secara langsung telah memerintahkan kita kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok secara baik. Q.S An-nisa ayat 9:

وَلۡيَخۡشَ ٱلَّذِينَ لَوۡ تَرَكُواْ مِنۡ خَلۡفِهِمۡ ذُرِّيَّةٗ ضِعَٰفًا خَافُواْ عَلَيۡهِمۡ فَلۡيَتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلۡيَقُولُواْ قَوۡلٗا سَدِيدًا ٩

Terjemahnya:

"*Dan hendaklah takut (kepada Allah) orangorang yang sekiranya meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang*

[40] N. Ananda, R.; Huda, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 11, no. 2 (2023): 95–108.

mereka yang mereka khawatirkan terhadap (kesejahteraannya) Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar.[41]

Dari ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersapsiap mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/taqwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu perencanaannya adalah dengan menabung.

c) Hubungan inovasi produk keuangan syariah dengan minat menabung

Inovasi produk keuangan syariah memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan minat menabung di kalangan masyarakat.

Berikut adalah beberapa poin yang menjelaskan hubungan tersebut:

1. Menarik segmen pasar yang lebih luas
   a) Inovasi produk memungkinkan lembaga keuangan syariah untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk generasi muda, profesional, dan mereka yang sebelumnya tidak tertarik dengan produk konvensional.
   b) Produk yang inovatif seringkali dirancang dengan fitur-fitur yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan spesifik berbagai kelompok masyarakat.[42]
2. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman
   a) Inovasi dalam produk keuangan syariah sering kali disertai dengan upaya edukasi yang lebih intensif. Hal ini membantu meningkatkan

[41] PT : Toha, *Al-Quranul Karim* (semarang, n.d.).

[42] Z. Hasan, "Islamic Banking and Finance: On Its Way to Globalization," in *Management of Islamic Finance: Principle and Practice* (Pearson Malaysia, 2011).

kesadaran dan pemahamn masyarakat tentang prinsip-prinsip syariah dan manfaat produk keuangan syariah.

b) Dengan pemahaman yang lebih baik, masyarakat menjadi lebih percaya dan termotivasi untuk menggunakan produk-produk tersebut.[43]

3. Menawarkan nilai tambah

a) Produk keuangan syariah yang inovatif sering kali menawarkan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan produk konvensional. Misalnya, produk tabungan yang terhubung dengan investasi sosial atau lingkungan.

b) Nilai tambah ini tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga memberikan kepuasan spiritual dan sosial bagi para nasabah.[44]

4. Mempermudah Akses

a) Inovasi teknologi, seperti mobile banking dan platform digital, mempermudah akses masyarakat terhadap produk keuangan syariah.

b) Kemudahan ini sangat penting, terutama bagi mereka yang tinggal di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan waktu.[45]

5. Menciptakan Produk yang Lebih Kompetitif

---

[43] Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia (sebagai nama Organisasi)., "Laporan Tahunan Keuangan Syariah 2020 (Gunakan Italic Untuk Judul Laporan).," 2020.

[44] M. I. Khan, M. F. ; Bhatti, "Islamic Banking and Finance: On Its Way to Globalization," *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance* 4, no. 1 (2008): 1–12.

[45] Bank Indonesia, "Laporan Keuangan Syariah Indonesia" (jakarta, 2020).

a) Inovasi membantu menciptakan produk keuangan syariah yang lebih kompetitif dengan produk konvensional.
b) Dengan fitur-fitur yang lebih menarik dan manfaat yang lebih besar, produk syariah menjadi pilihan yang lebih menarik bagi masyarakat.[46]

6. Mendukung Tujuan Keuangan yang Beragam:
   a) Inovasi produk memungkinkan lembaga keuangan syariah untuk menawarkan solusi yang lebih beragam untuk berbagai tujuan keuangan, seperti pendidikan, pernikahan, kepemilikan rumah, dan persiapan pensiun.
   b) Dengan adanya pilihan yang lebih banyak, masyarakat dapat lebih mudah merencanakan dan mencapai tujuan keuangan mereka.

Ada pun Contoh Inovasi Produk Keuangan Syariah yang Meningkatkan Minat Menabung:

a) Tabungan Haji dengan Fitur Otomatis: Memudahkan calon jamaah haji untuk menabung secara rutin dan terencana.
b) Tabungan Pendidikan Anak: Dirancang khusus untuk membantu orang tua mempersiapkan dana pendidikan anak-anak mereka.
c) Platform Crowd funding Syariah: Memungkinkan masyarakat untuk berinvestasi dalam proyek-proyek sosial dan lingkungan yang sesuai dengan prinsip syariah.[47]

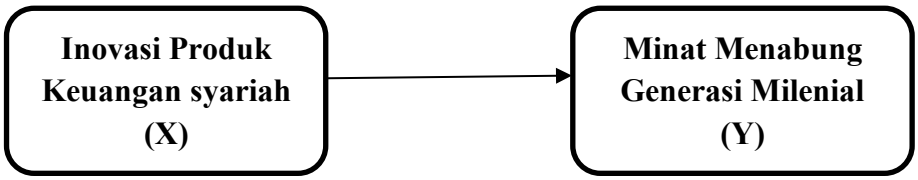
---

[46] M. U. Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective* (The Islamic Foundation, 2000).

[47] H. Ahmed, "Product Development in Islamic Banks," in *Edinburgh Guide to Islamic Finance* (Edinburgh University Press, 2011).

C. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antar konsep dan variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap variabel penelitian. Kerangka pikir biasanya dikemukakan dalam bentuk skema atau bagan.[48]



Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan yang pada waktu diungkapkan belum diketahui kebenarannya, tetapi memungkinkan untuk diuji dalam kenyataan empiris. Hipotesis memungkinkan kita menghubungkan teori dengan pengamatan, atau pengamatan dengan teori. Hipotesis mengemukakan pernyataan tentang harapan peneliti mengenai hubungan-hubungan antara variabel-variabel di dalam persoalan.

Dalam konteks penelitian ini, inovasi produk keuangan syariah (X) dipandang sebagai faktor yang dapat membentuk sikap positif dan persepsi kemudahan nasabah, sehingga meningkatkan minat menabung (Y) pada lembaga keuangan syariah.

---

[48] Fikri Dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, ed. Andi Nurindah Sari (IAIN Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2023).

Hubungan antara inovasi produk keuangan syariah dan minat menabung dapat dijelaskan melalui pengembangan produk, layanan, dan teknologi digital seperti mobile banking syariah, e-wallet halal, tabungan berbasis akad wadiah atau mudharabah, serta investasi syariah digital. Inovasi tersebut memberikan kemudahan dan efisiensi bagi nasabah, terutama generasi milenial yang memiliki gaya hidup praktis dan berbasis teknologi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurfadilah menunjukkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung apabila literasi keuangan syariah masyarakat masih rendah dan sosialisasi produk kurang optimal[49]. Perbandingan hasil tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk cenderung berpengaruh positif, namun kekuatan pengaruhnya dipengaruhi oleh faktor pendukung seperti literasi keuangan dan kemudahan akses layanan digital. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H_1 : Inovasi produk keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare.

[49] A. Nurfadilah, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung Pada Lembaga Keuangan Syariah Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2020): 45–58.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, dengan meneliti populasi atau sampel tertentu, pada umumnya teknik pengambilan sampeldilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

   Penentuan lokasi penelitian harus benar-benar dipertimbangkan sehingga dapat diperoleh data yang dibutuhkan dan tercapainnya tujuan penelitian itu sendiri. Adapun lokasi penelitian ini akan dilakukan di Bank Muamalat Indonesia KC Parepare Jl. Sultan Hasanuddin No. 3, Ujung Sabbang, Kec. Ujung, Kota Parepare, Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

   Waktu yang diperlukan oleh peneliti untuk melakukan penelitian adalah kurang lebih selama 2 bulan.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi atau biasa juga disebut dengan data primer (primarydata). Dalam penelitian ini,

data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada responden yang diisi oleh generasi milenial.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah generasi milenial Bank Muamalat Indonesia KC Parepare pada periode tahun 2024-2025, yang tercatat sebanyak 356 nasabah milenial

2. Sampel

   Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari suatu populasi. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu cara dalam penentuan sampel dengan mempertimbangkan sesuatu. Pertimbangan dalam penelitian ini adalah nasabah yang termasuk dalam kategori generasi milenial (lahir antara tahun 1981-1996) dan masih aktif menabung di Bank Muamalat Indonesia KC Parepare.

   Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian menggunakan rumus Slovi sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

   Keterangan:

   n = jumlah sampel

   N = jumlah populasi

   E = jumlah kesalahan atau batasan toleransi

   Kesalahan (error tolerance), biasanya 5% atau 0,05

   Dengan menggunakan jumlah populasi sebesar 356 orang dan tingkat kesalahan 5% (0,05), maka perhitungannta adalah :

$$n = \frac{356}{1 + 356(0{,}05)^2}$$

$$n = \frac{356}{1 + 356(0{,}0025)}$$

$$n = \frac{356}{1 + 0{,}89}$$

$$n = \frac{356}{1{,}89}$$

$$n = 188$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 188 responden.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dendan kuesioner (angket) yang disusun berdasarkan skala likert. Kuesioner berisi sejumlah pernyataan tertutup yang menggambarkan indikator dari variabel inovasi produk keuangan syariah (X) dan minat menabung (Y).

Tabel 3. 1 Skala Likert

Pernyataan Responden	**Skor**
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Riduwan 2016:15[50]

[50] Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, ALFABETA, 2013.

Teknik pengelolaan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengelola data dengan bantuan aplikasi *statistic product and survei solution* (SPSS). SPSS adalah sebuat perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data, dilengkapi dengan berbagai fungsi statistik serta sistem manajemen data dalam lingkungan berbasis grafis. [51]

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pernyataan praktis dan teknis tentang variabel dan sub variabel yang dapat diukur dan dapat dicarikan datanya. Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.[52] Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	skala
Inovasi produk keuangan syariah (X)	Inovasi produk keuangan syariah adalah proses pengembangan produk, layanan, dan sistem keuangan berbasis prinsip syariah yang kreatif, efisien, serta sesuai kebutuhan masyarakat modern tenpa melanggar ketentuan syariah. [53]	1. Inovasi produk pembiayaan (akad baru seperti MMQ, IMBT, Murabahah bil Wakalah) 2. Inovasi produk tabungan dan investasi (tabungan digital, reksa dana syariah online 3. Inovasi teknologi keuangan syariah (mobile banking syariah, fintech	Likert (1-5)

[51] Andre Hasudungan Lubis Zulkarnain Lubis, Sutrisno, "*Panduan Praktis Pratikum SPSS*" (Medan: Pusat Komputer Universitas Medan Area, 2017), hal. 3.

[52] Hannani and Dkk, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah" (IAIN Parepare Nusantara Press, 2023), hal. 47.

[53] Ascarya, *Inovasi Keuangan Syariah*.

		halal) 4. Inovasi layanan (pelayanan digital, chatbot syariah, edukasi keuangan syariah) (Antonio, 2019)	
Minat menabung generasi milenila (Y)	Minat menabung adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan menyimpan sebagian pendapatannya dengan tujuan memperoleh manfaat di masa depan. [54]	1. Keinginan untuk menabung secara rutin 2. Ketertarikan terhadap produk tabungan syariah 3. Keyakinan terhadap prindip halal dalam produk 4. Kemudahan dan kenyamanan layanan tebungan 5. Kepercayaan terhadap bank syariah sebagai tempat menyimpan dana (Ananda R, 2023)	Likert (1-5)

G. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen atau pengumpulan data yang sesuai dengan variabel yang diteliti. berupa data dari hasil kuisioner (angket) yang telah di isi oleh responden.

H. Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan metode yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut. Dalam penelitian yang menjadi objek statistik

[54] Kevin Lane Kotler, Philip; Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Harlow, England: Pearson Education Limited, 2016).

deskriptif adalah semua variabel independen dan dependen dalam penelitian. Statistik deskriptif bertujuan mejelaskan keadaan, gejala atau persoalan. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar *deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness* (kemenangan distribusi).[55] Analisis regresi yaitu suatu metode statistik yang dipakai untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.[56]

1. Uji Instrumen

   Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, pengamatan, dan pertanyaan yang dipersiapkan untuk mendapatkan informasi. Instrumen itu disebut pedoman pengamatan, warrancara, kuesioner atau pedoman dokumenter sesuai dengan metode yang digunakan. Instrumen merupakan suatu alat yang memenuhi persyaratan akademis sehingga dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengukur suatu objek ukur atau mengumpulkan data mengenai suatu variabel.[57]

   a) Uji Validitas

      Uji validitas adalah uji tentang kemampuan suatu kuisioner sehingga benarbenar dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian

[55] Leni Masnidar Nasutio, "Statistik Deskriptif," *Journal Hikmah* 14 (2017).

[56] Sahrani and Mutmainah Juniawati, "Modifikasi Altman Z Score Dan Integrasi Nilai Islam Sebagai Factor Pengaruh Financial Distress Terhadap RGEC (Studi Kasus BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri)," *Jurnal Ekonomi Islam* 11 (2020): 54–63.

[57] Andika saputra Ovan, *Cami:Aplikasi Uji Validasi Dan Rehabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, ed. Ansari Salhe Ahmar (Takalar, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendakia Indonesi, 2020).

ini menggunakan program SPSS 21 dilakukan dengan cara melihat pada kolom Corrected Item-Total Correlation.

Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n), df = n-2 maka didapat nilai r tabel. Jika r hitung < r tabel maka pertanyaan tidak valid, atau apabila r hitung > r tabel maka valid Astuti, tahun 2017.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat diukur dengan jalan mengulang pertanyaan yang mirip pada nomor-nomor berikutnya, atau dengan jalan melihat konsistensinya (diukur dengan korelasi) dengan pertanyaan lain Astuti, tahun 2017. Uji ini menggunakan taraf signifikan 5%. Yaitu dengan melihat nilai yang terdapat pada kolom Cronbach Alpha. Yang memiliki arti bahwa instrumen dapat dikatakan reliabel apabila Cronbach Alpha > tkritis product moment. Secara umum reliabilitas < 0,6 adalah kurang baik, > 0,6 adalah baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan > 0,8 adalah baik.[58]

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai kesesuaian model regresi dalam proses estimasi. Model dikatakan cocok jika memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), yaitu tidak mengalami masalah multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan distribusi residualnya normal. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, dilakukan

[58] Astuti, *Metodologi Penelitian: Teori Dan Aplikasi* (Yogyakarta: Andi, 2017).

pengujian terhadap asumsi klasik untuk mengetahui apakah model yang digunakan layak atau tidak.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilarang maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sample kecil. Ada dua acara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Dengan kriteria pengujian yang diambil berdasarkan nilai probabilitas sebagai berikut:

a. Jika probabilitas (sig) > 0,05, maka data berdistribusi normal.
b. Jika probabilitas (sig) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama

dengan nol.[59] Dalam menentukan hipotesis yang diambil dalam uji multikolinearitas, diantaranya:

a. H_0 diterima jika nilai r square = VIF > nilai 10,00, maka yang diambil terjadi multikolinearitas.
b. H_1 diterima jika nilai r square = VIF < nilai 10,00, maka kesimpulan yang diambil tidak terjadi multikolinearitas.
c. Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10, maka model regresi bebas dari multikolinearitas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas, kita dapat melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi dilakukan dengan mengamati pola pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, berdasarkan analisis berikut:

[59] Nun Maziyyah binti Mahsyar Mr. Mahsyar, St. Nurhayati, *"Analysis the Influences of Prudential Sharia and Life Protection towards the Customer Welfare: Sharia Prudential Insurance in South Sulawesi,*" *Arlantis Press*, 2018.

a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit), ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
b. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar di sekitar angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas.

I. Uji Hipotesis

1. Uji t

Digunakan sebelum koefisien korelasi yang kemudian hasilnya akan didapatkan suatu kesimpulan, dengan rumus:

$$t = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

r = korelasi

t = nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas (dk) = n-2

n = jumlah sampel

Hasil dari Uji ini nantinya akan dibandingkan dengan tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikan (α) dan derajat kebebasan n-2. Hipotesis yang telah ditetapkan tersebut akan di uji berdasarkan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut:

Jika t hitung > t tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima

Jika t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak

2. Uji Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependent (terikat) dapat diprediksikan/diramalkan melalui variabel independent (bebas) secara tunggal. Regresi menggunakan rumus: Y = a+Bx

Keterangan:

Y= minat menabung

X= inovasi produk keuangan syariah

a = konstanta harga Y jika X =0

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

e = Epilison (*standar arror*)

3. Uji Koefisien Determinasi

Terdapat cara dalam meminimalisir kekurangan tersebut maka koefisien determinai yang sudah disesuaikan digunakan, *Adjusted R-Square* (R^2 adj). Jumlah variabel dan ukuran sampel yang digunakan dan dimasukan telah dikoreksi, maka koefisien determinasi tersebut sudah disesuaikan. Variabel- variabel independent mempergunakan hasil nilai adjusted R square dari regresi. Fungsi dari koefisien determinasi dilihat melalui adjusted R square adalah untuk mengukur besarnya kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$, semakin besar R^2 maka semakin baik kualitas model dikarenakan hal tersebut dapat menunjukan hubungan antara variabel dependen dan independen.[60]

[60] Firdaus Hamta, "*Metodologi Penelitian Akuntansi*" (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), h. 78.

4. Uji Koefisien Korelasi (r)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi Sugiyono, tahun 2018.[61]

1) Koefisien korelasi (r) menunjukan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 (- 1 < r <= yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut:
   a. Tanda positif menunjukan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diakui dengan kenaikan dan penurunan Y. Jika r = 1 atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
   b. Tanda negatif menunjukan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika r = -1 atau mendekati -1 maka menunjukan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.

[61] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022).

c. Jika r = 0 atau mendekati 0 maka menunjukan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Kc Parepare yang di mana nasabah generasi milenial kisaran usian 30-45 tahun, Metode pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang bagikan kepada nasabah Bank Muamalat Indonesia Kc Parepare.

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran mengenai karakteristik data yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Analisis ini bertujuan untuk menyajikan informasi mengenai kondisi masing-masing variabel penelitian berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Melalui analisis statistik deskriptif, peneliti dapat mengetahui gambaran umum mengenai penyebaran data dari setiap variabel yang diteliti. Hasil analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.1 Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Inovasi Produk (X)	188	25	54	41.13	7.602
Minat Menabung (Y)	188	32	68	51.51	9.587
Valid N (listwise)	188				

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

1. Berdasarkan tabel, variabel Inovasi Produk (X) memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 188 responden. Variabel ini memperoleh nilai minimum sebesar 25 dan nilai maksimum sebesar 54. Nilai rata-rata (*mean*) yang diperoleh sebesar 41,13, sedangkan nilai standar deviasi sebesar 7,602. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel Inovasi Produk berada pada angka 41,13 dengan tingkat penyebaran data sebesar 7,602 dari nilai rata-ratanya.
2. Variabel Minat Menabung (Y) juga memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 188 responden. Nilai minimum yang diperoleh sebesar 32 dan nilai maksimum sebesar 68. Nilai rata-rata (*mean*) variabel ini sebesar 51,51 dengan nilai standar deviasi sebesar 9,587. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata tingkat Minat Menabung responden berada pada angka 51,51 dengan tingkat penyebaran data sebesar 9,587 dari nilai rata-ratanya.
3. Dapat disimpulkan bahwa hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh data penelitian berasal dari 188 responden yang valid (Valid N = 188). Nilai rata-rata pada masing-masing variabel lebih besar dibandingkan nilai standar deviasinya. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyebaran data pada kedua variabel relatif baik dan jawaban responden cenderung mengelompok di sekitar nilai rata-rata.

2. Deskripsi Data

Karakteristik Responden

Langkah pertama sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu penelitian menentukan karakteristik responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini .

Adapun karakteristik responden terdiri dari umur, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan status nasabah sebagai berikut:

1) Karakteristik Berdasarkan Umur Responden

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	(n)	Presentase (%)
30-35 Tahun	107	56,91
36-40 Tahun	59	31,38
41-45 Tahun	22	11,71
Total	188	100,00

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan Tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan umur, dapat diketahui bahwa dari total 188 responden, kelompok umur 30–35 tahun merupakan kelompok dengan jumlah responden terbanyak, yaitu sebanyak 107 orang atau 56,91%. Selanjutnya, responden yang berusia 36–40 tahun berjumlah 59 orang atau 31,38%, sedangkan responden yang berusia 41–45 tahun berjumlah 22 orang atau 11,71%.

Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 30–35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik responden didominasi oleh kelompok usia dewasa awal hingga dewasa produktif. Sementara itu, kelompok usia 41–45 tahun

memiliki proporsi paling kecil dibandingkan kelompok usia lainnya. Dengan demikian, berdasarkan karakteristik umur, responden penelitian lebih banyak berasal dari kelompok usia 30–35 tahun, yang mencapai lebih dari setengah dari keseluruhan responden.

2) Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	**(n)**	**Presentase (%)**
Laki-laki	70	37,23
Perempuan	118	62,77
Total	188	100,00

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa dari total 188 responden, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 118 orang atau 62,77%. Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 70 orang atau 37,23%.

Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki, dengan selisih sebanyak 50 orang. Dengan demikian, karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, yang mencakup lebih dari setengah jumlah keseluruhan responden.

3) Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	**(n)**	**Presentase (%)**
PNS	8	4,26
IRT	4	2,13
Wiraswasta	42	22,34

Wirausaha	11	5,85
Lainnya	123	65,43
Total	188	100,00

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan lainnya, yaitu sebanyak 123 responden atau sebesar 65,43%. Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 42 responden atau 22,34%, sedangkan responden yang berprofesi sebagai wirausaha berjumlah 11 responden atau 5,85%.

Sementara itu, responden yang berprofesi sebagai PNS berjumlah 8 responden atau sebesar 4,26%, dan responden yang berstatus sebagai ibu rumah tangga (IRT) berjumlah 4 responden atau 2,13%. Dengan demikian, dari total 188 responden (100%), dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori pekerjaan lainnya, sedangkan jumlah responden paling sedikit terdapat pada kategori IRT.

4) Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Penididikan	**(n)**	**Presentase (%)**
SD/SMP	7	3,72
SMA/SMK	77	40,96
S1	100	53,19
S2	1	0,53
D3	3	1,60
Total	188	100,00

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan S1, yaitu sebanyak 100 responden atau sebesar 53,19%. Selanjutnya, responden dengan tingkat pendidikan SMA/SMK berjumlah 77 responden atau sebesar 40,96%.

Sementara itu, responden dengan tingkat pendidikan SD/SMP berjumlah 7 responden atau sebesar 3,72%, responden dengan pendidikan D3 berjumlah 3 responden atau sebesar 1,60%, dan responden dengan pendidikan S2 berjumlah 1 responden atau sebesar 0,53%. Dengan demikian, dari total 188 responden (100%), dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan S1, sedangkan jumlah responden paling sedikit memiliki tingkat pendidikan S2.

5) Karakteristik Berdasarkan Status Nasabah

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Nasabah

Status	**(n)**	**Presentase (%)**
Nasabah Aktif	188	100,00
Total	188	100,00

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, karakteristik responden berdasarkan status nasabah menunjukkan bahwa seluruh responden dalam penelitian ini berstatus sebagai nasabah aktif, yaitu sebanyak 188 orang atau 100,00% dari total responden. Tidak terdapat responden yang berada dalam kategori selain nasabah aktif. Data ini menunjukkan bahwa penelitian secara khusus melibatkan responden yang masih aktif menggunakan layanan yang diteliti, sehingga informasi dan jawaban yang

diberikan diharapkan mampu menggambarkan kondisi, pengalaman, serta persepsi nasabah yang masih berinteraksi secara langsung dengan layanan tersebut. Dengan demikian, seluruh data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari responden yang memenuhi kriteria sebagai nasabah aktif.

2. **Hasil Data Instrumen**

Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Inovasi Produk (X)

Indikator	**No**	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**N**	**TS**	**STS**	**Skor**
Inovasi produk pembiayaan (akad baru seperti MMQ, IMBT, Murabahah bil Wakalah)	1	Produk Bank Muamalat mudah digunakan	16	147	61	60	1	100%
	2	Produk Bank Muamalat memiliki fitur yang modern dan inovatif	19	149	56	59	2	100%
	3	Layanan digital (*mobile banking*, dll) mudah diakses	15	150	62	57	1	100%
Inovasi produk tabungan dan investasi (tabungan digital, reksa dana syariah online)	4	Produk Bank Muamalat sesuai dengan prinsip syariah	19	150	54	62	0	100%
	5	Produk Bank Muamalat memberikan manfaat yang jelas bagi saya	17	158	48	62	0	100%
	6	Inovasi produk Bank Muamalat membuat saya tertarik menggunakan	17	149	52	66	1	100%
Inovasi teknologi keuangan syariah	7	Produk Bank Muamalat lebih unggul dibandingkan bank lain	19	146	57	62	1	100%

(mobile banking syariah, fintech halal)	8	Layanan digital (*e-wallet, transfer online*) sangat membantu aktivitas keuangan saya	16	152	58	57	2	100%
	9	Teknologi yang digunakan Bank Muamalat Indonesia KC Parepare aman dan terpercaya	22	145	46	71	1	100%
Inovasi layanan (pelayanan digital, chatbot syariah, edukasi keuangan syariah)	10	Pelayanan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KC Parepare responsif dalam melayani nasabah dalam menabung	16	149	56	63	1	100%
	11	Informasi edukasi keuangan syariah mudah diakses	15	144	61	65	0	100%
	12	Bank Muamalat Indonesia KC Parepare memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah	7	161	58	58	1	100%

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan tabel tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk keuangan syariah, mayoritas responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju pada sebagian besar pernyataan. Skor tertinggi terdapat pada pernyataan "Teknologi yang digunakan Bank Muamalat Indonesia kc Parepare aman dan terpercaya" dengan total jawaban 22, yang dimana pernyataan tersebut berada di indikator inovasi teknologi keuangan syariah (mobiile banking syariah, fintech halal). yang memilih Sangat Setuju (SS). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian responden

memiliki tingkat keyakinan yang sangan tinggi terhadap keamanan dan keandalan teknologi yang digunakan oleh Bank Muamalat Indonesia kc Parepare. Keamanan teknologi ini merupakan salah satu bentuk inovasi produk keuangan syariah yang mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada nasabah dalam melakukan transaksi. Kepercayaan tersebut menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan ketertarikan generasi milenial untuk menggunakan produk dan menabung di Bank Muamalat Indonesia KC Parepare

Adapun pernyataan Setuju (S) tertinggi terdapat pada "Bank Muamalat Indonesia KC Parepare memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah" pernyataan ini memperoleh 161 jawaban yang memilih Setuju, yamg di mana hasil pernyataan tersebut beradapa pada indikator inovasi layanan (pelayanan digital, chatbot syariah, edukasi keuangan syariah). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai layanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia KC Parepare telah sesuai dengan prinsip-prinsip yariah.

Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Minat Menabung (Y)

Indikator	No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Skor
Keinginan untuk menabung secara rutin	1	Saya berniat untuk menabung secara rutin di bank Muamalat Indonesia KC Parepare	15	156	51	62	1	100%
	2	Saya ingin meningkatkan jumlah tabungan saya di Bank Muamalat Indonesia KC Parepare	19	155	50	61	0	100%

	3	Saya berencana menggunakan produk tabungan Bank Muamalat Indonesia KC Parepare dalam jangka panjang	16	157	50	59	3	100%
Ketertarikan terhadap produk tabungan syariah	4	Produk tabungan syariah Bank Muamalat Indonesia KC Parepare menarik perhatian saya	18	158	52	56	1	100%
	5	Saya tertarik dengan fitur-fitur inovatif yang ditawarkan	12	159	53	61	0	100%
	6	Produk dan program Bank Muamalat Indonesia KC Parepare membuat saya ingin menabung lebih banyak	17	144	61	63	0	100%
Keyakinan terhadap prinsip halal dalam produk	7	Saya akan merekomendasikan Bank Muamalat Indonesia KC Parepare kepala orang lain	13	157	62	52	1	100%
	8	Sistem bagi hasil yang diterapkan adil dan transparan	10	157	49	68	1	100%
	9	Bebas riba menjadi alasan utama saya menabung di bank syariah	16	147	59	61	2	100%
Kemudahan dan kenyamanan layanan tabungan	10	Proses pembukaan tabungan mudah dan cepat	17	150	66	51	1	100%
	11	Transaksi perbankan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja	12	152	66	55	0	100%
	12	Layanan bank Muamalat Indonesia KC Parepare memberikan kenyamanan bertransaksi	16	151	59	58	1	100%
Kepercayaan terhadap bank syariah sebagai tempat menyimpan dana	13	Saya percaya bank Muamalat Indonesia KC Parepare dapat menjaga keamanan dana saya	15	148	63	57	2	100%
	14	Bank Muamalat Indonesia KC Parepare memiliki reputasi yang baik sebagai bank syariah	13	169	60	42	1	100%

	15	Saya merasa aman menyimpan dana di bank Muamalat Indonesia KC Parepare	13	156	56	60	0	100%

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan Tabel 4.7, distribusi jawaban responden terhadap variabel minat menabung menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju pada sebagian besar pernyataan. Skor tertinggi terdapat pada pernyataan "Saya ingin meningkatkan jumlah tabungan saya di Bank Muamalat Indonesia KC Parepare" dengan skor 19 jawaban Sangat Setuju, pernyataan tersebut bagian dari indikator kepercayaan terhadap bank syariah sebagai tempat menyimpan dana. hasil ini menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki keinginan yang sangat kuat untuk terus meningkatkan jumlah tabungan di Bank

Selanjutnya, pernyataan Setuju "Bank Muamalat Indonesia KC Parepare memiliki reputasi yang baik sebagai bank syariah" memperoleh skor 169, pernyataan tersebut bagian dari indikator keyakinan terhadap prinsip halal dalam produk. hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai Bank Muamalat Indonesia KC parepare memiliki reputasi yang baik.

b) Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini besar df (*degree of freedom*) yaitu 188, df = N – 2 (188 – 2 = 186), dengan taraf signifikan 0,05. Jika dilihat pada tabel r product

moment maka diperoleh rtabel 0.116. Hasil uji validitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X)

No. Item Pernyataan	**Nilai r $_{hitung}$**	**Nilai r $_{Tabel}$**	**Keterangan**
1	0,693	0,1424	Valid
2	0,707	0,1424	Valid
3	0,657	0,1424	Valid
4	0,713	0,1424	Valid
5	0,745	0,1424	Valid
6	0,742	0,1424	Valid
7	0,679	0,1424	Valid
8	0,651	0,1424	Valid
9	0,739	0,1424	Valid
10	0,782	0,1424	Valid
11	0,666	0,1424	Valid
12	0,669	0,1424	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang berjumlah 12 item memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,1424. Nilai r hitung pada setiap item berkisar antara 0,651 hingga 0,782. Nilai r hitung terendah terdapat pada item pernyataan nomor 8 sebesar 0,651, sedangkan nilai r hitung tertinggi terdapat pada item pernyataan nomor 10 sebesar 0,782. Karena seluruh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,1424), maka seluruh item pernyataan dari nomor 1 sampai dengan nomor 12 dinyatakan valid.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y)

No. Item Pernyataan	Nilai r $_{hitung}$	Nilai r $_{tabel}$	Keterangan
1	0,747	0,1424	Valid

2	0,759	0,1424	Valid
3	0,678	0,1424	Valid
4	0,765	0,1424	Valid
5	0,632	0,1424	Valid
6	0,730	0,1424	Valid
7	0,751	0,1424	Valid
8	0,736	0,1424	Valid
9	0,696	0,1424	Valid
10	0,674	0,1424	Valid
11	0,706	0,1424	Valid
12	0,721	0,1424	Valid
13	0,761	0,1424	Valid
14	0,757	0,1424	Valid
15	0,711	0,1424	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang berjumlah 15 item memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,1424. Nilai r hitung pada setiap item pernyataan berkisar antara 0,632 sampai dengan 0,765. Nilai r hitung terendah terdapat pada item pernyataan nomor 5 sebesar 0,632, sedangkan nilai r hitung tertinggi terdapat pada item pernyataan nomor 4 sebesar 0,765. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memenuhi kriteria uji validitas, yaitu nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,1424). Oleh karena itu, item pernyataan nomor 1 sampai dengan nomor 15 dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

.907	12

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel inovasi produk (X), diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,907 > 0,6 dengan jumlah item pernyataan sebanyak 12. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel inovasi produk keuangan syariah dinyatakan konsisten dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	15

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel minat menabung, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,934 > 0,6 dengan jumlah item pernyataan sebanyak 15. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel minat menabung dinyatakan konsisten dan layak digunakan dalam penelitian

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		188
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000

	Std. Deviation	3.72636354
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.027
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 188 data (N = 188). Nilai Test Statistic sebesar 0,041 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200.

Dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0,05. Karena nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, sehingga data residual tersebut layak digunakan untuk analisis regresi selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.715	1.503		2.471	.014		

Inovasi Produk	1.162	.036	.921	32.331	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

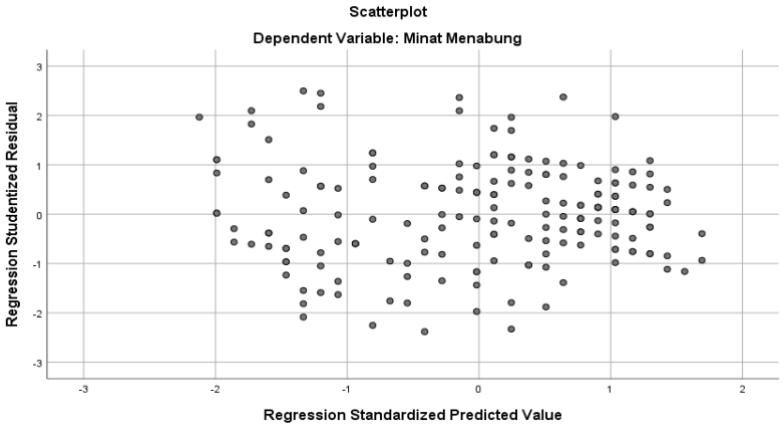
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai konstanta sebesar 3,715 dan koefisien regresi variabel Inovasi Produk sebesar 1,162. Dengan demikian, persamaan regresi yang diperoleh adalah Y = 3,715 + 1,162X. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa Inovasi Produk memiliki hubungan yang positif dengan Minat Menabung. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada Inovasi Produk akan meningkatkan Minat Menabung sebesar 1,162 satuan.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk memiliki nilai t hitung sebesar 32,331 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Dengan demikian, semakin baik inovasi produk yang diberikan, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menabung.

Selain itu, nilai Tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000 menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi. Oleh karena itu, model regresi dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Menabung.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik *Regression Studentized Residual* menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Titik-titik juga tidak menunjukkan pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi dan model regresi dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Menabung.

c) Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Tabel 4. 15 Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.715	1.503		2.471	.014
	Inovasi Produk	1.162	.036	.921	32.331	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil pada tabel Coefficients, diperoleh nilai konstanta sebesar 3,715 dan koefisien regresi variabel Inovasi Produk sebesar 1,162, sehingga diperoleh persamaan regresi Y = 3,715 + 1,162X. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa Inovasi Produk memiliki arah pengaruh positif terhadap Minat Menabung. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada Inovasi Produk akan meningkatkan Minat Menabung sebesar 1,162 satuan.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk memiliki nilai t hitung sebesar 32,331 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Dengan demikian, semakin baik inovasi produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi minat menabung nasabah.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Anova)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14592.337	1	14592.337	1045.263	.000[b]
	Residual	2596.642	186	13.960		
	Total	17188.979	187			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 1045,263 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung. Nilai Regression Sum of Squares sebesar 14.592,337 menunjukkan variasi Minat Menabung yang dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi Produk, sedangkan Residual Sum of Squares sebesar 2.596,642 menunjukkan variasi Minat Menabung yang tidak dapat dijelaskan oleh model.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921[a]	.849	.848	3.736

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R sebesar 0,921 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara variabel Inovasi Produk dengan Minat Menabung. Nilai R Square sebesar 0,849 menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk mampu menjelaskan sebesar 84,9% variasi yang terjadi pada Minat Menabung, sedangkan sisanya sebesar 15,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,848 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel penelitian,

kemampuan model dalam menjelaskan variasi Minat Menabung adalah sebesar 84,8%. Sementara itu, nilai Std. Error of the Estimate sebesar 3,736 menunjukkan besarnya tingkat kesalahan prediksi dalam model regresi. Dengan demikian, hasil tersebut menunjukkan bahwa Inovasi Produk memiliki hubungan yang kuat dengan Minat Menabung dan memberikan kontribusi sebesar 84,9% terhadap variasi Minat Menabung.

4. Koefisien Korelasi (R)

Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Korelasi (R)

Correlations

		Inovasi Produk	Minat Menabung
Inovasi Produk	Pearson Correlation	1	.921**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	188	188
Minat Menabung	Pearson Correlation	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	188	188

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

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson, diperoleh nilai Pearson Correlation sebesar 0,921 antara variabel Inovasi Produk dan Minat Menabung dengan jumlah sampel sebanyak 188 responden. Nilai korelasi yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara Inovasi Produk dan Minat Menabung adalah searah, artinya semakin baik Inovasi Produk, maka semakin tinggi pula Minat Menabung. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,921 menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut berada pada kategori

sangat kuat. Selain itu, nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 < 0,01, sehingga hubungan antara Inovasi Produk dan Minat Menabung signifikan secara statistik pada taraf 1%.

d) Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung Generasi Milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare." Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk keuangan syariah terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare. Responden dalam penelitian ini berjumlah 188 orang nasabah Bank Muamalat Indonesia KC Parepare yang termasuk kategori generasi milenial. Responden memiliki karakteristik yang beragam berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan lama menjadi nasabah. Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 30 melalui tahapan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian, inovasi produk keuangan syariah terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 32,331 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Koefisien regresi sebesar 1,162 juga menunjukkan bahwa pengaruh inovasi produk memiliki arah positif.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik inovasi produk yang ditawarkan Bank Muamalat, maka semakin tinggi pula minat menabung generasi milenial. Inovasi yang berkaitan dengan kemudahan

penggunaan produk, fitur modern, layanan digital, keamanan teknologi, manfaat produk, serta kesesuaian dengan prinsip syariah menjadi bagian penting dalam persepsi responden terhadap produk Bank Muamalat.

Temuan tersebut mendukung Teori Difusi Inovasi Rogers, yang menjelaskan bahwa suatu inovasi lebih mudah diterima apabila memiliki keunggulan relatif, sesuai dengan kebutuhan pengguna, mudah digunakan, dapat dicoba, dan hasilnya dapat diamati. Produk Bank Muamalat yang memiliki fitur modern, layanan digital, serta kesesuaian dengan prinsip syariah menunjukkan karakteristik yang dapat diterima oleh generasi milenial.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan *Technology Acceptance* Model (TAM) yang menekankan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Dalam penelitian ini, responden menilai produk Bank Muamalat mudah digunakan, layanan digital mudah diakses, serta memberikan manfaat yang jelas. Kondisi tersebut dapat mendorong penerimaan produk dan selanjutnya meningkatkan minat menabung.

Selain itu, hasil penelitian mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa minat merupakan niat perilaku yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Inovasi produk keuangan syariah dapat membentuk sikap positif terhadap kegiatan menabung, meningkatkan persepsi kemudahan dalam bertransaksi, serta memperkuat keyakinan nasabah dalam menggunakan produk tabungan syariah.

Dengan nilai R Square sebesar 84,9%, penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk merupakan variabel yang memiliki kontribusi besar dalam menjelaskan variasi minat menabung pada responden penelitian. Namun, masih

terdapat 15,1% variasi yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model, sehingga minat menabung tidak hanya berkaitan dengan inovasi produk, tetapi dapat pula dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah, religiusitas, promosi, kepercayaan, dan pendapatan.

Secara empiris, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Donny Hartono dkk,yang menyatakan bahwa strategi Bank Muamalat dalam meningkatkan minat menabung masyarakat milenial dilakukan melalui digitalisasi layanan, keterlibatan komunitas, dan inovasi produk.[62] Penelitian tersebut menegaskan bahwa produk tabungan dengan fitur fleksibel dan layanan modern mampu menarik minat generasi milenial. Hal ini konsisten dengan temuan penelitian ini bahwa inovasi produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat menabung nasabah milenial.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Millenia Prita Ramadanti yang menemukan bahwa minat menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan syariah.[63] Meskipun variabel yang digunakan berbeda, kedua penelitian sama-sama menunjukkan bahwa faktor internal bank maupun pemahaman nasabah memiliki peran dalam meningkatkan minat terhadap produk tabungan syariah. Dengan kata lain, minat menabung generasi muda terbentuk dari kombinasi kualitas produk dan pengetahuan nasabah.

Selanjutnya, penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian Yul Safira, Muslihun, dan Pongky Are Wijaya yang menyatakan bahwa digitalisasi,

---

[62] Donny Hartono, "Strategi Pemasaran Bank Muamalat Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Milenial."

[63] Ramadanti, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Di Bank Muamalat."

literasi keuangan, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku menabung Generasi Z di Kota Mataram.[64] Temuan tersebut memperkuat bahwa generasi muda cenderung responsif terhadap layanan keuangan yang modern, praktis, dan berbasis teknologi. Dalam konteks penelitian ini, inovasi produk keuangan syariah yang diwujudkan melalui mobile banking, kemudahan transaksi, dan fitur digital menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi milenial.

Berbeda dengan penelitian Pinta Gustiana Masda yang menyimpulkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian galamai di Kota Payakumbuh. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan objek penelitian, karakteristik konsumen, dan jenis produk yang diteliti.[65] Produk galamai merupakan produk konsumsi tradisional yang cenderung dipengaruhi kebiasaan konsumen, sedangkan produk keuangan syariah merupakan layanan jasa yang menuntut efisiensi, keamanan, dan kemudahan. Oleh karena itu, inovasi pada sektor perbankan lebih berpotensi memengaruhi keputusan nasabah dibandingkan produk tradisional.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memiliki hubungan dengan penelitian Yuris Huswatun Hasanah dkk., yang menyatakan bahwa religiusitas dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Muamalat KCP Gowa.[66] Temuan tersebut menunjukkan bahwa minat menabung pada bank syariah tidak hanya dipengaruhi inovasi produk, tetapi juga dipengaruhi faktor

---

[64] Yul Safirah, Muslihun, and Pokngky Arie Wijaya, "Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Menabung Generasi Z Di Kota Mataram," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 08, no. 01 (2024): 58–61.

[65] Masda, "'Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh''."

[66] Hasanah and Fatimah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Muamalat KCP Gowa."

religius dan ekonomi. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa minat menabung merupakan perilaku yang dipengaruhi oleh banyak faktor, baik dari sisi produk maupun karakteristik nasabah.

Secara teoretis, hasil penelitian ini mendukung Teori Difusi Inovasi dari Rogers yang menjelaskan bahwa suatu inovasi akan diterima apabila memiliki keunggulan relatif, sesuai dengan kebutuhan pengguna, mudah digunakan, dapat dicoba, dan hasilnya dapat dirasakan. [67] Produk Bank Muamalat yang memiliki fitur modern, layanan digital, serta kesesuaian dengan prinsip syariah menunjukkan karakteristik inovasi yang mudah diterima oleh generasi milenial. Ketika nasabah merasakan manfaat nyata dari inovasi tersebut, maka minat menabung akan meningkat.

Penelitian ini juga sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan dua unsur utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. [68] Dalam penelitian ini, responden menilai bahwa produk Bank Muamalat mudah digunakan, layanan digital mudah diakses, dan memberikan manfaat jelas. Persepsi tersebut menunjukkan bahwa generasi milenial menerima inovasi produk karena dinilai berguna dan mudah digunakan. Penerimaan inilah yang mendorong meningkatnya minat menabung.

Selanjutnya, hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa minat merupakan niat perilaku yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Inovasi produk keuangan syariah mampu membentuk sikap positif terhadap menabung,

[67] Rogers, *Diffusion of Innovations (5th Ed.)*.

[68] Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

meningkatkan persepsi kemudahan dalam bertransaksi, serta memperkuat keyakinan nasabah untuk menggunakan produk tabungan syariah. Kondisi tersebut mendorong terbentuknya minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa inovasi produk keuangan syariah menjadi faktor strategis dalam meningkatkan minat menabung generasi milenial. Oleh sebab itu, Bank Muamalat Indonesia KC Parepare perlu terus melakukan pengembangan produk, peningkatan layanan digital, penyederhanaan proses transaksi, serta edukasi keuangan syariah agar mampu mempertahankan daya tarik produk di tengah persaingan industri perbankan.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian, maka simpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Inovasi produk keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 32,331 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian, semakin baik inovasi produk keuangan syariah yang diberikan, maka semakin tinggi pula minat menabung generasi milenial.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan Y = 3,715 + 1,162X. Nilai koefisien regresi sebesar 1,162 menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki arah pengaruh positif terhadap minat menabung. Setiap peningkatan satu satuan pada inovasi produk keuangan syariah diikuti peningkatan minat menabung sebesar 1,162 satuan.
3. Hasil koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,921, yang berarti terdapat hubungan positif dan kuat antara inovasi produk keuangan syariah dengan minat menabung generasi milenial.
4. Nilai R Square sebesar 0,849 atau 84,9% menunjukkan bahwa inovasi produk keuangan syariah mampu menjelaskan sebesar 84,9% variasi minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare.

Sementara itu, sebesar 15,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

5. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk keuangan syariah, khususnya dari aspek kemudahan penggunaan, fitur modern dan inovatif, layanan digital, keamanan teknologi, manfaat produk, serta kesesuaian dengan prinsip syariah, merupakan aspek yang berkaitan dengan meningkatnya minat menabung generasi milenial pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Muamalat Indonesia KC Parepare

   Bank diharapkan terus meningkatkan inovasi produk keuangan syariah yang sesuai dengan kebutuhan generasi milenial, terutama melalui pengembangan layanan digital, kemudahan transaksi, keamanan sistem, serta produk tabungan yang fleksibel dan kompetitif.

2. Bagi Pihak Manajemen Bank

   Perlu meningkatkan kegiatan promosi dan edukasi mengenai produk keuangan syariah agar masyarakat, khususnya generasi milenial, semakin memahami manfaat, keunggulan, dan prinsip syariah yang diterapkan dalam produk perbankan.

3. Bagi Nasabah dan Masyarakat

Masyarakat diharapkan lebih aktif mencari informasi mengenai produk keuangan syariah sehingga dapat memanfaatkan layanan perbankan syariah sebagai sarana pengelolaan keuangan yang aman dan sesuai prinsip Islam.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat menabung, seperti kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah, religiusitas, promosi, kepercayaan, dan pendapatan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih luas dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

AL-Qur'an dan Al-karim

(OJK), Otoritas Jasa Keuangan. "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023." Jakarta, Indonesia, 2023.

Ahmad, K.; Rahman, M. "Blockchain-Based Innovation in Islamic Banking: Enhancing Transparency and Customer Loyalty." *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 4 (2021): 721–735.

Ahmed, H. "Product Development in Islamic Banks." In *Edinburgh Guide to Islamic Finance*. Edinburgh University Press, 2011.

Ajzen. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.

Ajzen, I. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processe*, 1991.

Ananda, R.; Huda, N. "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 11, no. 2 (2023): 95–108.

Antonio. "Inovasi Produk Keuangan Syariah Di Era Digital," 2019.

Arifin, Asriadi. "Fatwa DSN-MUI No . 04 / DSN-MUI / IV / 2000 Tentang Murabahah : Refleksi Kritis Terhadap Implementasi BSI Dimensi Ekonomi Islam" 5, no. 1 (2023): 1–11.

Arwin, Sutrisno, and Besse Faradiba. *Manajemen Kesehatan Bank*. Makassar: Cendekia Publisher, 2022.

Ascarya. *Inovasi Keuangan Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia Institute, 2019.

Astuti. *Metodologi Penelitian: Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi, 2017.

Board, Islamic Financial Services. "Islamic Financial Services Industry Stability Report 2022," n.d.

Chapra, M. U. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. The Islamic Foundation, 2000.

Davis, F. D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989): 319–340. https://doi.org/10.2307/249008.

Dkk, Fikri. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Edited by Andi Nurindah Sari. IAIN

Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2023.

Donny Hartono, Ongky parmadhie putra dan Erni Lubis. "Strategi Pemasaran Bank Muamalat Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Milenial" 2, no. 3 (n.d.): 4066–72.

Hamta, Firdaus. *Buku Metodologi Penelitian Akuntansi*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.

Hannani, and Dkk. "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah," hal. 47. IAIN Parepare Nusantara Press, 2023.

Hasan, Z. "Islamic Banking and Finance: On Its Way to Globalization." In *Management of Islamic Finance: Principle and Practice*. Pearson Malaysia, 2011.

Hasanah, Yuris Huswatun, and Sitti Fatimah. "Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Muamalat KCP Gowa." *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner* 2, no. 01 (2025): 1686–97.

Indonesia, Bank. "Laporan Keuangan Syariah Indonesia." jakarta, 2020.

———. "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2022." jakarta, 2022.

Indonesia, Bank Muamalat. "Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia 2023." Jakarta, Indonesia, 2023.

Indonesia, Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Universitas. "Perilaku Keuangan Generasi Milenial Di Era Digital." Depok, Indonesia, 2021.

Indonesia, Universitas. *Pengaruh Inovasi Produk Digital Syariah Terhadap Minat Nasabah Muslim Muda Di Indonesia*. Depok, Indonesia: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Indonesia, 2019.

Institute, Islamic Research and Training. "Islamic Fintech Report 2020." Jeddah, 2020.

Karim, Adiwarman Azwar. *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Keuangan, Otoritas Jasa. "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020." Jakarta, 2020.

———. "Statistik Perbankan Syariah 2024." Jakarta, 2024.

Khan, M. F.; Bhatti, M. I. "Islamic Banking and Finance: On Its Way to Globalization." *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance* 4, no. 1 (2008): 1–12.

Komisioner, Dewan, and Otoritas Jasa. “LEMBARAN NEGARA,” no. 164 (2021).

Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow, England: Pearson Education Limited, 2016.

Kotler. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow, England: Pearson Education Limited, 2016.

Masda, Pinta Gustiana. “‘Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh’’.’” *Jurnal Ekonomi Syariah* 2 (2015).

Mr. Mahsyar, St. Nurhayati, Nun Maziyyah binti Mahsyar. “Analysis the Influences of Prudential Sharia and Life Protection towards the Customer Welfare: Sharia Prudential Insurance in South Sulawesi.” *Arlantis Press*, 2018.

Muflihatussholeha, Muzdalifah Muhammadun, Ahmad Dzul Ilmi, Syarifuddin, and Sahrani. “Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Febi Iain Parepare).” *Science and Education Journal (SICEDU)* 5, no. 2 (2026).

Musyarakah, Pembiayaan. “Fatwa No. 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Musyarakah,” 2000.

Nasutio, Leni Masnidar. “Statistik Deskriptif.” *Journal Hikmah* 14 (2017).

Nurfadilah, A. “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung Pada Lembaga Keuangan Syariah Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2020): 45–58.

Nurfitriani, and Ulfa Hidayati. “Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Polewali.” *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2021).

Organisasi)., Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia (sebagai nama. “Laporan Tahunan Keuangan Syariah 2020 (Gunakan Italic Untuk Judul Laporan).,” 2020.

Ovan, Andika saputra. *Cami:Aplikasi Uji Validasi Dan Rehabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Edited by Ansari Salhe Ahmar. Takalar, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendakia Indonesi, 2020.

Parepare, Badan Pusat Statistik (BPS) Kota. “Laporan Ekonomi Daerah Kota Parepare.” Parepare, 2024.

Ramadanti, Millenia Prita. “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Di Bank Muamalat,” 2023.

Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. ALFABETA., 2013.

Rogers, Everett M. *Diffusion of Innovations (5th Ed.)*. Free Press, 2003.

Safirah, Yul, Muslihun, and Pokngky Arie Wijaya. "Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Menabung Generasi Z Di Kota Mataram." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 08, no. 01 (2024): 58–61.

Sahrani, and Mutmainah Juniawati. "Modifikasi Altman Z Score Dan Integrasi Nilai Islam Sebagai Factor Pengaruh Financial Distress Terhadap RGEC (Studi Kasus BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri)." *Jurnal Ekonomi Islam* 11 (2020): 54–63.

Schiffman. *Consumer Behavior*. 10th ed. Pearson Education, 2010.

Semaun, Syahriyah, Musdalifah, Sitti Cheriyah Rasyid, and Rukiah. "Pengaruh Karakteristik Sharia Marketing Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pinrang." *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 2, no. 1 (2022).

Statistik, Badan Pusat. "Statistik Indonesia 2022: Hasil Sensus Penduduk Berdasarkan Generasi." jakarta, 2022.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.

Syari, Fatwa Dewan, A H Nasional No, Tentang Pembiayaan Mudharabah, Dewan Syari, Firman Allah Qs, and Firman Allah Qs. "Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Mudharabah," 2000.

Syariah, Dewan, and Nasional-majelis Ulama Indonesia. "Fatwa No. 140/DSN-MUI/VIII/2021 Tentang Penerapan Teknologi Informasi Dalam Akad Syariah," no. 19 (n.d.).

Syariiih, Dewan, and Nasionat Mui. "Er Fl," n.d.

Toha, PT : *Al-Quranul Karim*. semarang, n.d.

LAMPIRAN

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM **Jl. AmalBakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

Lampiran 01 Kuesioner Penelitian

Lampiran 01 Kuesioner Penelitian

NAMA MAHASISWA : NUR'AINUN J
NIM : 2120203862201059
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
JUDUL : PENGARUH INOVASI PRODUK KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KC PAREPARE

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelsaikan penulisan (skripsi) pada program studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, yang berjudul "Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare", untuk itu

saya melakukan penyebaran kuesioner guna

Mengumpulkan data yang diperlukan Untuk membantu kelancaran penelitian ini, maka saya memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner penelitan ini. Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I, saya ucapkan terimakasih. *Wassalamu'alaikum Warahmatullahi*

Parepare, 2026

Hormat saya

Nur'ainun j

I. IDENTITAS RESPONDEN

Berikan tanda checklist (✓) pada pertanyaan pilihan.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
3. Umur : ……. Tahun
4. Pendidikan Terakhir : ☐ SD/SMP ☐ SMA/SMK ☐ D3 ☐ S1 ☐ S2
5. Status sebagai Nasabah : ☐ Nasabah Aktif ☐ Pernah Menjadi Nasabah ☐ Belum pernah

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mohon untuk dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya setiap pernyataan agar tidak ada penyataan yang tidak terisi atau terlewatkan.
2. Mohon untuk memberikan jawaban terhadap setiap pernyataan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan fakta/keadaan yang sebenarnya.
3. Petunjuk PengisianKuesioner
   a. Pilih salah satu jawaban yang menurut anda benar dan sesuai kemaudian berikan tanda checklist ☑
   b. Keterangan atas jawaban dari pernyataan kuesioner adalah:

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

III. PERNYATAAN KUESIONER

No	VARIABEL INOVASI PRODUK KEUANGAN SYARIAH					
	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Produk Bank Muamalat mudah digunakan					
2	Produk Bank Muamalat memiliki fitur yang modern dan inovatif					
3	Layanan digital (*mobile banking*, dll) mudah diakses					
4	Produk Bank Muamalat sesuai dengan prinsip syariah					
5	Produk Bank Muamalat memberikan manfaat yang jelas bagi saya					
6	Inovasi produk Bank Muamalat membuat saya tertarik menggunakannya					
7	Produk Bank Muamalat lebih unggul dibandingkan bank lain					
8	Layanan digital (*e-wallet, transfer online*) sangat membantu aktivitas keuangan saya					
9	Teknologi yang digunakan Bank Muamalat Indonesia KC Parepare aman dan terpercaya					
10	Pelayanan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KC Parepare responsif dan membayar					
11	Informasi edukasi keuangan syariah mudah diakses					
12	Bank Muamalat Indonesia KC Parepare memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah					

No	VARIABEL MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL (Y)					
	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berniat untuk menabung secara rutin di bank Muamalat Indonesia KC Parepare					
2	Saya ingin meningkatkan jumlah tabungan saya di Bank Muamalat Indonesia KC Parepare					
3	Saya berencana menggunakan produk tabungan Bank Muamalat Indonesia KC Parepare dalam jangka panjang					
4	Produk tabungan syariah Bank Muamalat Indonesia KC Parepare menarik perhatian saya					
5	Saya tertarik dengan fitur-fitur inovatif yang ditawarkan					
6	Produk dan program Bank Muamalat Indonesia KC Parepare membuat saya ingin menabung lebih banyak					
7	Saya akan merekomendasikan Bank Muamalat Indonesia KC Parepare kepala orang lain					
8	Sistem bagi hasil yang diterapkan adil dan transparan					
9	Bebas riba menjadi alasan utama saya menabung di bank syariah					
10	Proses pembukaan tabungan mudah dan cepat					
11	Transaksi perbankan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja					

12	Layanan bank Muamalat Indonesia KC Parepare memberikan kenyamanan bertransaksi					
13	Saya percaya bank Muamalat Indonesia KC Parepare dapat menjaga keamanan dana saya					
14	Bank Muamalat Indonesia KC Parepare memiliki reputasi yang baik sebagai bank syariah					
15	Saya merasa aman menyimpan dana di bank Muamalat Indonesia KC Parepare					

Parepare 2026

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Sri Wahyuni Nur, S.E., M.Ak.
NIP. 19890208 201903 2 012

Lampiran 02 Data Responden

Data Lengkap Responden

NO	Nama lengkap	Umur	Jenis kelamin	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Status sebagai Nasabah Bank Muamalat KC Parepare
1	Nur diana	41-45 tahun	Perempuan	Ibu Rumah tangga	SMA/SMK	Nasabah aktif
2	Hj Sukmawati	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
3	Muh alfuraq	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
4	Irma maghfira	41-45 tahun	Perempuan	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	S1	Nasabah aktif
5	Nurliana	41-45 tahun	Perempuan	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
6	Wahyudi Rusdi	41-45 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
7	Muh hajir	41-45 tahun	Laki - laki	lainnya	SD/SMP	Nasabah aktif
8	Nur hikmah	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
9	Citamiah	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
10	Hasmawati yunus	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SD/SMP	Nasabah aktif
11	Ardiansyah	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
12	Indriantin Dwi fitrianicia	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
13	Sukirman	41-45 tahun	Laki - laki	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
14	Muh. Rizal	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
15	Fauziah Nurhazanah	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
16	Indri Sari Ajrang	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SD/SMP	Nasabah aktif
17	Rahma Dwi Octavia	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
18	Hilda widyasari	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
19	Harmawati	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
20	Putri Nur Rahma H	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif

21	Bahria rizal	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
22	Adrian	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
23	Muhammad syukur abdillah	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	SD/SMP	Nasabah aktif
24	Harfika	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
25	Nurhannisha	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
26	Muhammad syafarasah mu'in	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
27	Dahlia	36-40 tahun	Perempuan	Ibu Rumah tangga	SMA/SMK	Nasabah aktif
28	mutia	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
29	Radhika Nuhgraha Karima	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
30	Ade irma	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
31	Rismala Sri Harianty	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
32	Evi hariyanti	41-45 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
33	Nurhayati	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
34	Safitri Yusuf	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
35	Rhmat tahir	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
36	Anisyah Tsamara	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
37	Nurul Hidayah	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
38	fatimah	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
39	Firdayana Sukardi	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
40	Ade Aena	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
41	Muh Farid Fatwa	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
42	Syamsuddin	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
43	Muslimin	41-45 tahun	Laki - laki	lainnya	D3	Nasabah aktif
44	Muhammad Fiqram	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
45	Hasmawati Yunus	36-40	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif

		tahun				
46	Indrianti Dwi Fitrianica	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
47	Yuliani Holleng	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
48	Citamiah	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
49	Muh. Rizal	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
50	Muhammad Ilham Akba	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
51	Anggi	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
52	Merisa Amaliah	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
53	Nurhikmah N	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
54	Amalia Indah Pertiwi	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
55	Nita	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
56	Rahmatia	36-40 tahun	Perempuan	Ibu Rumah tangga	SMA/SMK	Nasabah aktif
57	Indri Sari Ajrang	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
58	Sukirman	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
59	Ardiansyah	36-40 tahun	Laki - laki	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
60	Wahyu muslim	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
61	Wildan	30-35 tahun	Laki - laki	wirausaha	S1	Nasabah aktif
62	Nien Putri	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
63	Ahmad Fadly	30-35 tahun	Laki - laki	wirausaha	S1	Nasabah aktif
64	St. Aminah	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
65	Anggi Aulia Syahrir	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
66	Dwiky Pramudya Alfarizy	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
67	Imam Fadli	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
68	Haswirah	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
69	Meisya Elvira	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif

70	Asriani	30-35 tahun	Perempuan	wirausaha	SMA/SMK	Nasabah aktif
71	Hilda Widyasari	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
72	Rani Fatikasari Nasrul	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
73	Muh Hajir	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
74	Mila Samad	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
75	Karan Herlangga	30-35 tahun	Laki - laki	wirausaha	S1	Nasabah aktif
76	Renni	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
77	Citra	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
78	Andi Asruni	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
79	Syamsul Maarif	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
80	Suminar	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
81	Bahria Rizal	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
82	Muhammad Syukur Abdillah	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
83	Harfika	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
84	Nurannisha	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
85	Muh zhafarsyah	30-35 tahun	Laki - laki	wirausaha	SMA/SMK	Nasabah aktif
86	Nisar Sulpi	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
87	Jusni	41-45 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
88	Rahmat Apriadi R	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
89	Sri Ananda Dewi	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
90	Darsianti	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
91	Nurul Anisah	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
92	Andi Musdalifah	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
93	Kasmiati	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
94	Widya Annisa B	30-35	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif

		tahun				
95	Sari Nurfasilah	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
96	Dwiyuni Zhalsabilah	30-35 tahun	Perempuan	wirausaha	SMA/SMK	Nasabah aktif
97	Muh Hamzah	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
98	Muhammad Fakhruddin Rifaldi	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
99	Satrio	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
100	Muhammad Rizaldi	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
101	Dyah Kinasih	36-40 tahun	Perempuan	Ibu Rumah tangga	SMA/SMK	Nasabah aktif
102	Arfa'i	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
103	Adriani	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
104	Putra astaman	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
105	Enni Abdullah	41-45 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
106	Rina Maming	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
107	Juan Asizah Audia	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
108	Hariyanti Gaffar	30-35 tahun	Perempuan	wirausaha	S1	Nasabah aktif
109	NURUL HIJRAH	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
110	Muhammad Alfian	30-35 tahun	Laki - laki	wirausaha	S1	Nasabah aktif
111	Usman ma'ruf	30-35 tahun	Laki - laki	wirausaha	S1	Nasabah aktif
112	Ridwan	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
113	Ayu Rahayu	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
114	Rahmat Syamsuddin	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
115	Emma	30-35 tahun	Perempuan	wirausaha	SMA/SMK	Nasabah aktif
116	Misra	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
117	Dian Arzeti	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
118	Milda	30-35	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif

		tahun				
119	Ahmad Surjo	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
120	Haeruddin	30-35 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
121	Nurafifah	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
122	Arfianty	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
123	Desi	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
124	Sunandar S.E	41-45 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
125	Muh. Taufik	30-35 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
126	Abdul Samad	36-40 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
127	Fadel Mubarak	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
128	Rahmawati	30-35 tahun	Laki - laki	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
129	Nadillah	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
130	Dedi	41-45 tahun	Laki - laki	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
131	Dr. H. Mahsyar	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
132	Irwati. S	41-45 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
133	A. Syaifuddin	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
134	Suarni S.Pd	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
135	Hafsah	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
136	Abu Bakar	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
137	Jumaina	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
138	Alfian Syaddan	41-45 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
139	Nadira	30-35 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
140	Hasnawiah	36-40 tahun	Laki - laki	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	S1	Nasabah aktif
141	Muliati	41-45 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
142	Marda	41-45 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif

143	Rustan	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
144	Aco	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
145	Fadli	30-35 tahun	Laki - laki	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
146	Ratna	36-40 tahun	Perempuan	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	S1	Nasabah aktif
147	Mudalifah	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
148	Hasmiah	41-45 tahun	Laki - laki	lainnya	SD/SMP	Nasabah aktif
149	Hasmiah	41-45 tahun	Laki - laki	lainnya	SD/SMP	Nasabah aktif
150	Saharuddin	41-45 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
151	Basri	30-35 tahun	Laki - laki	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
152	Risma	30-35 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
153	Muh. Said	36-40 tahun	Laki - laki	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	S1	Nasabah aktif
154	Makmur	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
155	Unding	36-40 tahun	Perempuan	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	S1	Nasabah aktif
156	Ida	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
157	Sitti	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
158	Nurjannah	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
159	Hj. Paisah	36-40 tahun	Perempuan	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	D3	Nasabah aktif
160	Yuliati	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
161	Daddi	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
162	Fatur	30-35 tahun	Laki - laki	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
163	Azisah Siya	41-45 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
164	Haerudding	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
165	Sisayati	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif

166	Anto	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
167	Maipa	36-40 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
168	Dewi	41-45 tahun	Perempuan	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
169	Handani	30-35 tahun	Laki - laki	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	S2	Nasabah aktif
170	Mulianto	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
171	Kantona	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
172	Nurfadillah	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
173	Iqbal	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
174	Basri	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
175	Sakri	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
176	Muh. Fadli	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SD/SMP	Nasabah aktif
177	Sauna	30-35 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
178	Balang	41-45 tahun	Perempuan	wirausaha	SMA/SMK	Nasabah aktif
179	Aming	36-40 tahun	Perempuan	wiraswasta	S1	Nasabah aktif
180	A. Padriani	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
181	Delina	36-40 tahun	Perempuan	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	D3	Nasabah aktif
182	Yusran	30-35 tahun	Laki - laki	wiraswasta	SMA/SMK	Nasabah aktif
183	Hasrah	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
184	Bantiani	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	S1	Nasabah aktif
185	Yusuf	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
186	Astrid	36-40 tahun	Perempuan	lainnya	SMA/SMK	Nasabah aktif
187	Azis	36-40 tahun	Laki - laki	lainnya	S1	Nasabah aktif
188	bahtiar	36-40 tahun	Laki - laki	Lainnya	S1	Nasabah aktif

Jawaban Responden Inovasi Produk (Variabel X)

No	Variabel X												
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	TOTAL X
1	4	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	4	35
2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	43
3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	27
4	2	4	3	2	2	3	4	4	3	3	3	2	35
5	2	3	4	3	4	2	4	3	2	3	4	2	36
6	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	50
7	4	2	3	4	4	3	4	2	3	4	4	2	39
8	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	51
9	4	2	3	2	4	3	4	2	3	4	4	4	39
10	3	3	4	4	2	4	4	2	2	3	4	4	39
11	4	2	2	4	2	4	4	3	4	4	4	3	40
12	1	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	26
13	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	2	4	41
14	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	42
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	50
16	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	28
17	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	48
18	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	51
19	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	43
20	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	45
21	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	43
22	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	45
23	3	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	3	41
24	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	26
25	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	2	4	41
26	4	3	4	2	3	3	3	2	4	3	4	3	38
27	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	51
28	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	42
29	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	41
30	3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	42
31	2	2	3	2	3	2	2	4	3	2	3	3	31
32	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	49

33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
34	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	47
35	2	2	2	3	2	4	3	4	3	2	2	3	32
36	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
37	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	26
38	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
39	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	51
40	3	2	4	2	4	2	2	3	2	3	2	2	31
41	3	3	4	4	2	4	2	2	2	3	4	4	37
42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	46
43	4	3	3	3	4	2	4	4	2	4	3	2	38
44	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	28
45	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	43
46	2	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	31
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
48	3	2	2	4	4	3	3	3	2	4	4	2	36
49	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	52
50	2	2	3	2	2	2	1	2	3	2	3	4	28
51	3	3	4	3	4	3	4	3	2	2	4	4	39
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	47
53	3	4	2	3	2	2	3	2	2	3	4	2	32
54	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	46
55	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	52
56	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	30
57	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	43
58	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	45
59	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	53
60	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	2	2	29
61	2	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	29
62	5	5	4	3	4	2	3	4	4	3	2	3	42
63	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	47
64	4	3	4	4	4	4	2	4	5	4	4	3	45
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
66	2	3	2	2	3	2	3	3	4	3	2	4	33
67	2	4	5	3	3	4	5	4	3	4	4	4	45
68	4	4	4	4	3	3	3	5	4	3	3	4	44
69	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	41

70	3	4	5	5	4	4	2	4	4	5	5	5	50
71	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
72	2	2	3	2	3	2	4	4	3	3	4	2	34
73	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
74	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	29
75	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	50
76	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
77	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	4	2	34
78	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	49
79	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
80	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	48
81	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	52
82	4	4	3	2	4	4	2	3	4	4	2	4	40
83	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	4	2	32
84	2	2	3	4	4	2	3	3	2	2	3	4	34
85	3	2	2	2	3	4	4	2	2	3	2	3	32
86	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	42
87	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	5	46
88	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	44
89	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	49
90	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	45
91	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	54
92	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	2	3	41
93	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
95	4	3	2	4	4	2	2	2	3	2	4	3	35
96	3	2	4	2	2	2	4	3	3	2	2	3	32
97	2	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	45
98	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	42
99	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
100	3	5	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	43
101	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	42
102	3	2	2	2	2	2	4	4	4	2	3	3	33
103	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	31
104	4	3	2	3	2	4	2	4	3	2	4	2	35
105	4	4	4	3	4	4	5	3	5	5	4	4	49
106	4	3	4	4	4	3	2	5	2	4	2	4	41

107	4	2	4	3	3	4	2	2	4	2	3	4	37
108	2	5	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	43
109	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	49
110	2	3	4	2	2	3	3	4	3	2	2	4	34
111	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	42
112	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	43
113	2	2	2	3	4	3	2	2	4	3	2	4	33
114	3	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	2	40
115	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45
116	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	51
117	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
118	2	2	3	2	4	2	3	2	2	2	3	3	30
119	4	3	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	33
120	5	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	48
121	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
123	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
124	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	45
125	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	49
126	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
127	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	49
128	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	42
129	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	44
130	4	2	3	4	4	4	4	3	2	2	4	2	38
131	3	4	4	4	2	4	4	3	2	2	4	2	38
132	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	30
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
134	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	25
135	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	31
136	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
137	2	2	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	31
138	2	4	4	2	2	2	3	3	4	4	3	2	35
139	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	48
140	4	4	3	3	2	4	4	3	2	3	3	2	37
141	4	4	4	4	5	2	4	4	2	4	4	4	45
142	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	40
143	3	4	2	4	3	2	3	4	4	2	4	3	38

144	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	51
145	2	4	2	4	4	3	3	4	5	4	4	4	43
146	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	26
147	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	46
148	4	4	2	3	4	4	4	4	2	3	2	3	39
149	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	51
150	2	4	3	2	3	4	2	2	3	3	3	4	35
151	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	40
152	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	48
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
154	2	2	3	2	3	4	2	4	2	2	2	2	30
155	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	44
156	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	37
157	4	4	3	4	4	2	2	2	3	3	4	4	39
158	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	51
159	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	44
160	2	4	3	3	2	2	3	4	2	4	2	2	33
161	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	51
162	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	30
163	3	4	2	4	2	2	2	2	4	2	3	2	32
164	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	46
165	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	49
166	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	29
167	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	41
168	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	29
169	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	30
170	4	5	5	2	4	4	4	4	2	4	4	4	46
171	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	26
172	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	2	4	40
173	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	44
174	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	50
175	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	27
176	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
177	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	42
178	2	2	2	4	4	3	3	3	2	2	3	2	32
179	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	42
180	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	47

181	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	31
182	4	4	2	4	4	3	3	2	4	4	4	3	41
183	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	41
184	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	43
185	4	4	2	4	4	4	4	3	5	5	4	4	47
186	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	50
187	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	29
188	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	54

Jawaban Responden Minat Menabung Generasi Milenial (Variabel Y)

No	**Variabel Y**															
	Y 1	**Y 2**	**Y 3**	**Y 4**	**Y 5**	**Y 6**	**Y 7**	**Y 8**	**Y 9**	**Y1 0**	**Y1 1**	**Y1 2**	**Y1 3**	**Y1 4**	**Y1 5**	**TOT AL Y**
1	3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	49
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	34
4	4	4	3	3	2	2	4	2	4	2	4	4	2	4	3	47
5	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	42
6	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	62
7	3	4	3	4	4	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	51
8	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	62
9	4	2	2	2	4	2	4	3	4	4	3	3	3	4	2	46
10	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	2	4	3	2	48
11	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	53
12	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	38
13	4	3	2	3	2	2	3	4	4	4	2	3	3	3	4	46
14	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	57
15	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	62
16	4	3	2	2	4	3	3	3	2	4	2	3	3	2	3	43
17	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	60
18	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
19	4	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	3	47
20	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	56
21	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
22	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	2	4	2	49
23	3	4	4	3	2	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	51

24	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	38
25	2	4	2	3	3	3	3	4	2	2	4	4	3	4	4	47
26	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	3	2	2	4	4	50
27	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	65
28	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	54
29	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	2	53
30	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	55
31	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	2	2	34
32	4	5	4	4	4	3	4	2	5	4	4	5	4	5	4	61
33	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	60
34	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	62
35	4	2	3	2	2	3	4	3	2	4	3	4	2	2	3	43
36	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	63
37	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	34
38	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	57
39	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	66
40	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	38
41	2	4	2	4	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	43
42	2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	52
43	3	4	4	4	4	2	2	2	3	4	3	3	4	2	2	46
44	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	34
45	3	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	3	4	4	53
46	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	4	4	2	3	3	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
48	2	2	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	3	3	3	39
49	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	60
50	3	3	2	3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	3	2	44
51	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	49
52	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	58
53	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	4	2	2	2	3	37
54	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
55	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	61
56	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	35
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	58
58	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	54
59	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	61
60	3	3	2	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	4	2	36

61	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	36
62	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	59
63	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	58
64	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	2	4	3	4	53
65	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
66	2	2	2	3	4	4	2	2	3	4	3	4	3	2	4	44
67	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
68	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	4	3	53
69	3	4	4	2	2	2	3	2	2	2	3	4	4	3	4	44
70	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	65
71	4	5	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	2	55
72	2	3	4	3	2	2	4	2	3	4	2	2	2	2	4	41
73	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	3	5	4	4	60
74	2	3	3	4	3	3	2	2	3	4	3	2	2	2	2	40
75	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	59
76	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	62
77	3	2	2	2	2	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	41
78	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	64
79	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	58
80	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
81	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	65
82	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	54
83	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	50
84	3	4	1	3	2	2	2	2	4	3	2	3	3	3	4	41
85	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	2	2	2	3	3	43
86	2	3	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	49
87	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	58
88	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
89	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	2	5	4	4	4	62
90	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	52
91	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	65
92	3	2	2	4	4	3	2	4	3	2	3	4	4	4	3	47
93	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	66
94	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	59
95	2	2	4	2	3	2	2	2	4	1	2	2	3	3	2	36
96	2	2	2	2	3	2	2	4	3	2	2	3	3	4	2	38
97	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	57

98	2	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	52
99	4	4	4	4	5	4	2	2	4	3	4	4	4	5	4	57
100	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	58
101	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	51
102	2	2	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	2	3	2	36
103	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	32
104	2	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	2	3	48
105	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	63
106	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	53
107	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	3	4	3	40
108	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	58
109	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	58
110	2	2	4	2	2	2	2	2	4	3	4	2	3	3	4	41
111	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	2	4	4	54
112	4	4	2	4	4	2	3	2	3	4	2	4	2	2	3	45
113	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	4	2	42
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	59
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	59
116	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
117	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	59
118	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	34
119	2	2	4	4	2	4	2	2	2	3	2	3	2	4	2	40
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	59
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
122	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	61
123	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	68
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
125	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	62
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61
127	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	57
128	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	3	3	51
129	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
130	4	3	2	2	4	2	4	2	2	2	3	2	3	2	2	39
131	3	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	50
132	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	36
133	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
134	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	2	40

135	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	49
136	4	5	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	61
137	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	33
138	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	2	3	2	4	3	49
139	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	60
140	2	2	2	4	4	2	3	3	2	4	4	2	3	3	2	42
141	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	55
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	58
143	3	2	3	4	2	4	2	2	4	4	2	4	3	4	2	45
144	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	67
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	61
146	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	34
147	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
148	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	51
149	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	60
150	2	3	4	3	2	2	3	4	2	3	3	4	2	3	4	44
151	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	3	52
152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
153	4	5	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61
154	2	2	1	2	4	3	2	2	3	2	3	2	2	2	4	36
155	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	51
156	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	46
157	2	2	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	44
158	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	63
159	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
160	3	2	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	37
161	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	60
162	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	35
163	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	2	2	4	3	49
164	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	57
165	4	5	5	5	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	61
166	4	2	4	2	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	4	43
167	2	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	53
168	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	35
169	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	4	2	2	2	40
170	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	66
171	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	37

172	2	2	4	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	50
173	4	2	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	51
174	3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	59
175	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	1	2	33
176	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	64
177	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	2	4	53
178	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	35
179	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	57
180	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	56
181	2	2	4	4	2	3	2	3	4	2	3	2	4	4	2	43
182	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	55
183	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	2	3	2	4	4	49
184	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	56
185	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	58
186	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	60
187	2	2	2	2	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	36
188	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	63

Lampiran 03 Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-4607/In.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

Menimbang
a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024
b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.

Mengingat
1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Memperhatikan :
a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 24 November 2023 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024
b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: Nomor: 361 Tahun 2024, tanggal 21 Pebruari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
a. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024
b. Menunjuk saudara: **Sri Wahyuni Nur, S.E., M.Ak**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :

Nama Mahasiswa	: NUR'AINUN J
NIM	: 2120203862201059
Program Studi	: Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Judul Penelitian	: PENGARUH INOVASI PRODUK KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL MENABUNG PADA BANK BSI KC PAREPARE

c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 21 Oktober 2024
Dekan,

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Lampiran 04 Surat Izin Penelitian Kampus

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-646/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2026 02 April 2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: NUR'AINUN J
Tempat/Tgl. Lahir	: PINRANG, 10 September 2002
NIM	: 2120203862201059
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Semester	: X (Sepuluh)
Alamat	: DUSUN MATAALLO, KEC DURIPOKU, KAB MAMUJU UTARA

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

PENGARUH INOVASI PRODUK KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KC PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 06 April 2026 sampai dengan tanggal 15 Mei 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Lampiran 05 Surat Keterangan Telah Meneliti

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Bank Muamalat

parepare, 24 Juni 2026

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Amin.

Manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Parepare, menyatakan bahwa:

Nama : Nur'ainun j
Nim : 2120203862201059
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Parepare
Prodi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Benar telah melakukan kegiatan Penelitian dengan judul "PENGARUH INOVASI PRODUK KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KC PAREPARE" di kantor kami PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk cabang Parepare sejak tanggal 06 April 2026 sampai 15 Mei 2026.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.
CABANG PAREPARE

Bank Muamalat PAREPARE

Warda Bachtiar, S.Sy., M.E
NIP. 20140694
Branch Manager

Gedung Muamalat
Jl. Sultan Hasanuddin Ruko No. 3
Telp: 042127972, Fax: 042128048
Parepare - Sulsel

Lampiran 06 Surat Izin Penelitian DPMPTSP



SRN IP0000224

IZIN PENELITIAN

Nomor : 224/IP/DPM-PTSP/4/2026

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
3. Peraturan Wali Kota Parepare Nomor 31 tahun 2025 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha dan Nonperizinan Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
NAMA : **NUR'AINUN J**
UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**
ALAMAT : **DUSUN MATAALLO, KAB. PASANGKAYU**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :
JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH INOVASI PRODUK KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KC PAREPARE**
LOKASI PENELITIAN : **BANK MUAMALAT KC PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **06 April 2026 s.d 15 Mei 2026**

a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **09 April 2026**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
KOTA PAREPARE

Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

yang diterbitkan BSrE
Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)

Lampiran 07 Output Pengujian SPSS

Hasil Uji Validitas

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	Total X
X.1	Pearson Correlation	1	.445**	.339**	.517**	.494**	.497**	.415**	.379**	.470**	.463**	.386**	.424**	.693**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.2	Pearson Correlation	.445**	1	.423**	.455**	.440**	.473**	.381**	.455**	.500**	.538**	.413**	.450**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.3	Pearson Correlation	.339**	.423**	1	.402**	.442**	.472**	.414**	.443**	.373**	.461**	.377**	.428**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.4	Pearson Correlation	.517**	.455**	.402**	1	.513**	.494**	.347**	.408**	.488**	.519**	.454**	.428**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.5	Pearson Correlation	.494**	.440**	.442**	.513**	1	.471**	.483**	.453**	.509**	.567**	.452**	.462**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.6	Pearson Correlation	.497**	.473**	.472**	.494**	.471**	1	.461**	.478**	.491**	.516**	.440**	.466**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.7	Pearson Correlation	.415**	.381**	.414**	.347**	.483**	.461**	1	.420**	.420**	.538**	.510**	.329**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.8	Pearson Correlation	.379**	.455**	.443**	.408**	.453**	.478**	.420**	1	.423**	.427**	.283**	.322**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.9	Pearson Correlation	.470**	.500**	.373**	.488**	.509**	.491**	.420**	.423**	1	.560**	.458**	.517**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.10	Pearson Correlation	.463**	.538**	.461**	.519**	.567**	.516**	.538**	.427**	.560**	1	.496**	.502**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.11	Pearson Correlation	.386**	.413**	.377**	.454**	.452**	.440**	.510**	.283**	.458**	.496**	1	.359**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
X.12	Pearson Correlation	.424**	.450**	.428**	.428**	.462**	.466**	.329**	.322**	.517**	.502**	.359**	1	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Total X	Pearson Correlation	.693**	.707**	.657**	.713**	.745**	.742**	.679**	.651**	.739**	.782**	.666**	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Total.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.607**	.423**	.506**	.500**	.513**	.664**	.566**	.490**	.440**	.391**	.507**	.495**	.501**	.474**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.2	Pearson Correlation	.607**	1	.499**	.575**	.427**	.468**	.556**	.481**	.502**	.502**	.502**	.480**	.541**	.537**	.521**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.3	Pearson Correlation	.423**	.499**	1	.513**	.296**	.457**	.447**	.422**	.433**	.427**	.503**	.410**	.544**	.515**	.440**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.4	Pearson Correlation	.506**	.575**	.513**	1	.444**	.533**	.471**	.509**	.504**	.536**	.524**	.486**	.607**	.600**	.478**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.5	Pearson Correlation	.500**	.427**	.296**	.444**	1	.453**	.434**	.427**	.367**	.458**	.397**	.425**	.426**	.454**	.356**	.632**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.6	Pearson Correlation	.513**	.468**	.457**	.533**	.453**	1	.476**	.572**	.401**	.465**	.513**	.518**	.495**	.514**	.496**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.7	Pearson Correlation	.664**	.556**	.447**	.471**	.434**	.476**	1	.607**	.450**	.472**	.490**	.572**	.501**	.508**	.501**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.8	Pearson Correlation	.566**	.481**	.422**	.509**	.427**	.572**	.607**	1	.446**	.434**	.490**	.473**	.493**	.547**	.502**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.9	Pearson Correlation	.490**	.502**	.433**	.504**	.367**	.401**	.450**	.446**	1	.432**	.405**	.502**	.545**	.545**	.499**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.10	Pearson Correlation	.440**	.502**	.427**	.536**	.458**	.465**	.472**	.434**	.432**	1	.415**	.405**	.465**	.422**	.458**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188

Y.11	Pearson Correlation	.391**	.502**	.503**	.524**	.397**	.513**	.490**	.490**	.405**	.415**	1	.437**	.546**	.525**	.505**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.12	Pearson Correlation	.507**	.480**	.410**	.486**	.425**	.518**	.572**	.473**	.502**	.405**	.437**	1	.529**	.530**	.516**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.13	Pearson Correlation	.495**	.541**	.544**	.607**	.426**	.495**	.501**	.493**	.545**	.465**	.546**	.529**	1	.553**	.509**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.14	Pearson Correlation	.501**	.537**	.515**	.600**	.454**	.514**	.508**	.547**	.545**	.422**	.525**	.530**	.553**	1	.455**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Y.15	Pearson Correlation	.474**	.521**	.440**	.478**	.356**	.496**	.501**	.502**	.499**	.458**	.505**	.516**	.509**	.455**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188
Total. Y	Pearson Correlation	.747**	.759**	.678**	.765**	.632**	.730**	.751**	.736**	.696**	.674**	.706**	.721**	.761**	.757**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188	188

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

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	15

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		188
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.72636354
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.027
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

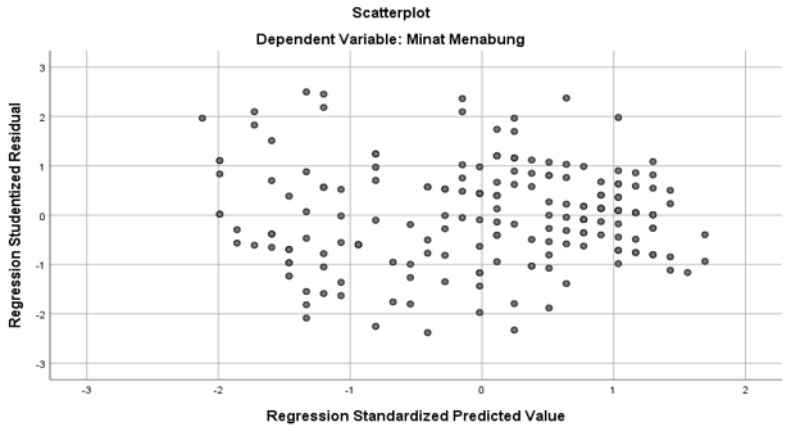
Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.715	1.503		2.471	.014		
	Inovasi Produk	1.162	.036	.921	32.331	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.715	1.503		2.471	.014
	Inovasi Produk	1.162	.036	.921	32.331	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14592.337	1	14592.337	1045.263	.000[b]
	Residual	2596.642	186	13.960		
	Total	17188.979	187			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921[a]	.849	.848	3.736

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Correlations

		Inovasi Produk	Minat Menabung
Inovasi Produk	Pearson Correlation	1	.921**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	188	188
Minat Menabung	Pearson Correlation	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	188	188

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

Lampiran 08 Tabel r

Tabel r untuk df 260 – 303

81	0.2159	180	0.1455	281	0.1166
82	0.2146	181	0.1451	282	0.1164
83	0.2133	182	0.1447	283	0.1162
84	0.212	183	0.1443	284	0.116
85	0.2108	184	0.1439	285	0.1158
86	0.2096	185	0.1435	286	0.1156
87	0.2084	186	0.1432	287	0.1154
88	0.2072	187	0.1428	288	0.1152
89	0.2061	188	0.1424	289	0.115
90	0.205	189	0.142	290	0.1148
91	0.2039	190	0.1417	291	0.1146
92	0.2028	191	0.1413	292	0.1144
93	0.2017	192	0.1409	293	0.1142
94	0.2006	193	0.1406	294	0.114
95	0.1996	194	0.1402	295	0.1138
96	0.1986	195	0.1398	296	0.1136
97	0.1975	196	0.1395	297	0.1135
98	0.1966	197	0.1391	298	0.1133
99	0.1956	198	0.1388	299	0.1131
		199	0.1384	300	0.1129
		200	0.1381		

Lampiran 09 Dokumentasi









BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama Nur'ainun j, lahir pada tanggal 10 September 2002 di Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Merupakan anak pertama dari 2 bersaudara, Putri dari bapak Jamaluddin dan Ibu Yuliana. Penulis tinggal di Massewae, kecamatan Duampanua, kabupaten Pinrang, provinsi sulawesi selatan, penulis memulai pendidikan Taman Kanak-Kanak pada usia 5 tahun di TK PKK Tammarunang dan melanjutkan Sekolah Dasar (SD) di SD Inpres Sarudu V Tammarunang, pada tahun 2009 hinggah 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 01 Duripoku dari tahun 2015 hinggah 2018 kemudian melanjutkan pendidikan di SMK PPM Al-IKHLASH Lampoko dan lulus pada tahun 2021 Selain itu, penulis melanjutkan pendidikan keperguruan tinggi Islam di Institut Agam Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah. Penulis melaksanakan Praktek Pekerja Lapangan (PPL) di Kantor Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Pinrang dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KKN) di Desa Kalempang, Kec. Pitu Riawa, Kab. Sidenreng Rappang. Dan penulis melakukan penelitian di kota Parepare dengan judul "Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Pada Bank Muamalat Indonesia KC Parepare".