

Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Menabung (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN STS Jambi)

M. Salman Alfarisi¹, Rafidah², Achyat Budianto³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin
Jambi

Email: salmanalfarisi027@gmail.com, Rafidah_era@uinjambi.ac.id

achyat.ultra@uinjambi.co.id

Abstract

This study aims to reveal the influence of cultural, social, personal and psychological factors on the decision to save in Islamic banking study on students of Islamic economics study program UIN STS Jambi. The results of the study indicate that cultural factors (X1) have an influence on the decision to save in Islamic banking on students of Islamic economics study program UIN STS Jambi partially, this is because by saving in Islamic banking students carry out the rules according to Islamic teachings, social factors (X2) have an influence on the decision to save in Islamic banking on students of Islamic economics study program UIN STS Jambi partially, this is because I was recommended by my friend on campus, personal factors (X3) have an influence on the decision to save in Islamic banking on students of Islamic economics study program UIN STS Jambi partially. Because the calculated F value (92.531) > F table (3.951) and the significant value (0.000) < α (0.05), it is concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that culture, social, personal and psychological together or simultaneously influence the decision to save in Islamic banking for students of Islamic economics study program UIN STS Jambi.

Keywords: Culture, Social, Personal And Psychological Decision To Save

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan menabung di perbankan syariah studi pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya (X₁) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial, hal ini dikarenakan dengan menabung di perbankan syariah mahasiswa menjalankan aturan sesuai dengan ajaran Islam, faktor sosial (X₂) memiliki pengaruh terhadap keputusan

menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial, hal ini dikarenakan saja direkomendasikan dengan teman saya di lingkungan kampus, faktor pribadi (X_3) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial. Dikarenakan nilai F hitung (92.531) $>$ F tabel ($3,951$) dan nilai signifikan (0.000) $<$ α (0.05), disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi.

Kata Kunci: *Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Keputusan Menabung*

Pendahuluan

Bank syariah mempunyai prinsip yang berbeda dengan bank konvensional karena tidak menggunakan kontrak berdasarkan bunga. Hal ini memberikan perbedaan dalam produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah kepada nasabahnya. Bank syariah memiliki produk atau jasa yang tidak akan ditemukan dalam operasi bank konvensional. Prinsip-prinsip seperti musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, istishna dan sebagainya tidak memuat adanya prinsip bunga seperti yang dikembangkan oleh bank konvensional. Perbedaan prinsip inilah yang merupakan salah satu faktor yang mendorong nasabah tertarik untuk menggunakan jasa bank syariah dalam melaksanakan kegiatan keuangannya.

Dengan kemajuan teknologi dan pengetahuan, konsumen tentunya akan memilih lembaga keuangan yang dapat mengelola keuangan mereka tanpa harus dirugikan secara sepihak. Namun, sebelum memilih lembaga keuangan, konsumen harus tahu bagaimana mengelola keuangan mereka untuk mengurangi resiko yang akan datang. Kotler menyatakan bahwa faktor kebudayaan adalah faktor pertama yang mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan. Faktor kebudayaan adalah penentu paling dasar keinginan dan perilaku untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari lembaga penting lainnya. Faktor sosial seperti kelompok sosial dan keluarga, serta peran dan status sosial, menurut Kotler dan Keller, adalah faktor luar yang memengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa definisi sosial mencakup semua tingkah laku manusia yang mencakup interaksi antar manusia. Faktor sosial ini juga sering memengaruhi keinginan seseorang untuk membeli suatu produk (Bahri & Ashoer, 2018).

Kepribadian didefinisikan sebagai karakteristik individu yang merupakan kombinasi dari sifat, tempramen, kemampuan umum, dan bakat yang berkembang karena interaksi seseorang dengan lingkungannya. Faktor-faktor kepribadian pelanggan yang bersangkutan, termasuk watak dasar seseorang, terutama sifat dominan mereka, juga memengaruhi perilaku mereka saat membeli sesuatu. Meskipun kepribadian adalah ide yang bermanfaat untuk

mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar percaya bahwa kepribadian mempengaruhi jenis produk dan merek yang dibeli konsumen (Suryani, 2012).

Proses psikologi utama. Model tanggapan adalah titik awal untuk memahami perilaku konsumen. Konsumen mulai disadarkan oleh pemasaran dan rangsangan lingkungan. Proses pengambilan keputusan dan pembelian diciptakan melalui penggabungan alat proses psikologi dengan karakteristik pelanggan tertentu. Pemasar harus tahu apa yang terjadi dalam pikiran pelanggan antara dorongan pemasaran luar dan keputusan pembelian akhir. Tanggapan pelanggan terhadap berbagai tanggapan pemasaran dipengaruhi oleh empat proses psikologi penting: memori, motivasi, persepsi, dan pembelajaran (Indah & Kastawan, 2015).

Keputusan menabung di Perbankan Syariah yang dilakukan oleh nasabah tentu berkaitan erat bagaimana perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam menggunakan barang dan jasa termasuk didalamnya pengambilan keputusan pada persiapan dan kegiatan tersebut. Konsumen yang dihadapkan dengan berbagai jenis produk mempunyai berbagai alternatif pilihan sebelum mengambil keputusan. Pengambilan keputusan pembelian sekaligus sebagai perwujudan perilaku permintaannya melalui proses pengamatan dan seleksi. Beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memberikan keputusan membeli, yaitu : Faktor Budaya terdiri dari: sub budaya, dan kelas sosial konsumen. Faktor Sosial terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. Faktor Pribadi terdiri dari: karakteristik usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan,keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli dan Faktor Psikologis terdiri dari: motivasi, persepsi, pengetahuan,keyakinan dan pendirian (Kotler, 2004).

Nasabah dapat dipengaruhi untuk memilih perbankan syariah karena beberapa hal di atas. Ini jelas bahwa setiap nasabah memiliki pengalaman atau referensi yang dapat memengaruhi keputusan mereka. Ini karena beragamnya suku, budaya, dan agama yang ada di Indonesia. Diketahui jumlah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Syariah UIN STS Jambi angkatan tahun 2020 - 2023 yaitu sebanyak 1.121 orang. Penulis melakukan observasi awal terhadap mahasiswa ekonomi syariah, dengan cara menyebarkan 4 pertanyaan kuesioner melalui *google form*. Terdapat 93 responden yang menjawab pertanyaan.

Dari data yang ditampilkan pada tabel 1.2 diatas terdapat 93 responden, masing - masing diketahui sebanyak 79 orang yang mempunyai rekening di perbankan syariah, 76 orang yang menggunakan perbankan syariah hanya sebagai formalitas saja, 81 orang menggunakan perbankan syariah hanya untuk membayar UKT, dan 10 orang yang menggunakan perbankan syariah untuk menabung. Dapat dilihat jumlah mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN STS Jambi yang menggunakan perbankan syariah untuk menabung masih

sedikit, hal ini sangat timpang dengan jumlah yang membuka rekening.

Mahasiswa merupakan sasaran yang tepat bagi perbankan syariah untuk memperbesar tabungan. Tabungan untuk menyimpan uang bulanan adalah salah satu jenis tabungan yang dibutuhkan oleh mahasiswa yang tinggal di perantauan atau di luar kota. Pendidikan formal dan informal adalah dua cara untuk mendapatkan pemahaman tentang Perbankan Syariah. Pendidikan formal dapat mencakup mata kuliah atau mata pelajaran tentang perbankan dan lembaga keuangan. Pendidikan informal dapat mencakup kursus lain. Meskipun sudah mengetahui tentang perbankan syariah namun pada kenyataannya minat mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi menabung di perbankan syariah masih sedikit.

Melihat kondisi tersebut maka penulis memilih objek mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis mahasiswa terhadap keputusan menabung di perbankan syariah. Dari penelitian Kiki Hardiansyah Siregar, Dini Vientiany dan Erliyanti menyatakan bahwa variabel Budaya dan Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih keuangan syariah. Akan tetapi pada penelitian Muhammad Rizalun Nashoha menyatakan bahwa variabel budaya berpengaruh secara signifikan (Nashoha, 2019).

Dari penelitian Rindi Antika menyatakan bahwa variabel Budaya, Sosial dan Psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah, sedangkan variabel pribadi tidak berpengaruh secara signifikan (Antika & Solikhah, 2019). Akan tetapi pada penelitian Andi Faisal Bahari dan Muhammad Ashoer menyatakan bahwa variabel sosial tidak berpengaruh signifikan (Bahari & Ashoer, 2018). Dari peneliti Ida Nurlaeli menyatakan bahwa variabel Psikologis tidak berpengaruh secara signifikan (Nurlaeli, 2017). Akan tetapi pada penelitian Ketut Indah Pratiwi dan Kastawan Mandala menyatakan bahwa variabel Psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Indah & Kastawan, 2015).

Metode Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Sampel diambil secara acak dan data dikumpulkan dengan alat penelitian. Analisis data dilakukan secara kuantitatif statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data dalam bentuk angka – angka atau data yang dapat dianalisis menggunakan perhitungan skala atau skoring (Benny, 2021). Data kuantitatif yang berwujud angka – angka sebenarnya merupakan bahan dasar bagi setiap penelitian yang bersifat statistik

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli penelitian, seperti wawancara dan jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) atau hasil

observasi dari objek, peristiwa, atau hasil pengujian yang diisi oleh responden. Salah satu metode pengumpulan data adalah kuesioner, yang memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada peserta dengan harapan mereka dapat memberikan jawaban dan tanggapan atas pertanyaan tersebut (Umar, 2002).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling*, yaitu istilah umum yang mencakup variasi luasnya prosedur pemilihan responden. *Convenience sampling* merupakan unit sampling yang mudah dihubungi, tidak menyusahkan, mudah untuk mengukur, dan bersifat membantu (Hamid, 2007). Metode *convenience sampling* digunakan karena peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel dengan cepat dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh peneliti.

Agar kesalahan dapat dikurangi, regresi adalah proses memperkirakan secara sistematis apa yang paling mungkin terjadi di masa depan dengan memanfaatkan informasi masa lalu dan saat ini (Ridwan, 2008). Analisis ini digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y). Metode ini juga bisa digunakan sebagai ramalan sehingga dapat diperkirakan antara baik atau buruknya suatu variabel X terhadap naik turunnya suatu tingkat variabel Y begitu juga sebaliknya.

Pembahasan

1. Pengaruh Budaya (X_1) terhadap Keputusan Menabung

Nilai t hitung pada variabel budaya (X_1) adalah sebesar 11.164 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($11.164 > 1.662$) dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel budaya (X_1) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial, hal ini dikarenakan dengan menabung di perbankan syariah mahasiswa menjalankan aturan sesuai dengan ajaran Islam selain itu karena sudah banyak yang menggunakan baik dari teman-teman dan juga lingkungan tempat tinggal mereka. Selain itu menabung di perbankan Syariah dikarenakan menyesuaikan dengan lingkungan dan keluarga yang sejak dulu menabung di perbankan Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Rindi Antika, Rohmawati Solikhah (2019). yang menemukan bahwa budaya, sosial dan psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizalun Nashoha (2019). menemukan bahwa faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan Memilih Bank Syariah di kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim kota Yogyakarta) dan Andi Faisal Bahari dan Muhammad Ashoer (2018) menemukan bahwa pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata

2. Pengaruh Sosial (X_2) terhadap Keputusan Menabung

Nilai t hitung pada variabel sosial (X_2) adalah sebesar 3.518 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.01. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($3.518 > 1.662$) dan nilai signifikansi $0.01 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel sosial (X_2) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial, hal ini dikarenakan saja direkomendasikan dengan teman saya di lingkungan kampus dan juga pengaruh dari kerabat dekat kakak, paman dan juga bibik dan juga atas pilihan orangtua yang betul-betul berusaha menerapkan lingkungan yang Islami.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Rindi Antika, Rohmawati Solikhah (2019). yang menemukan bahwa budaya, sosial dan psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah.

3. Pengaruh Pribadi (X_3) terhadap Keputusan Menabung

Nilai t hitung pada variabel pribadi (X_3) adalah sebesar 3.808 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($3.808 > 1.662$) dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel pribadi (X_3) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial, hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan sesuai dengan usia saya dan menabung di perbankan syariah karena keinginan saya sendiri yang mendukung keperluan kampus dan juga direkomendasikan oleh pihak kampus.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Muhammad Rizalun Nashoha (2019). menemukan bahwa faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan Memilih Bank Syariah di kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim kota Yogyakarta)

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Andi Faisal Bahari dan Muhammad Ashoer (2018) menemukan bahwa pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata

4. Pengaruh Psikologis (X_4) terhadap Keputusan Menabung

Nilai t hitung pada variabel psikologis (X_4) adalah sebesar 7.807 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($7.807 > 1.662$) dan nilai signifikansi $0.04 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel psikologis (X_4) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial hal ini dikarenakan menabung di perbankan syariah

karena melihat iklan dan promosi dimedia sosial yang lebih mengutamakan kepentingan umat dan menghindari riba dan juga karena pengetahuan tentang perbankan syariah sudah cukup karena keluarga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Muhammad Rizalun Nashoha (2019). menemukan bahwa faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan Memilih Bank Syariah di kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim kota Yogyakarta)

5. Pengaruh Budaya (X_1), Sosial (X_2), Pribadi (X_3) dan Psikologis (X_4) terhadap Keputusan Menabung

Hasil pengujian menunjukkan bahwa berdasarkan nilai F hitung ($92.531 > F$ tabel ($3,951$) dan nilai signifikan ($0.000 < \alpha$ (0.05), disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa budaya), sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi dikarenakan mahasiswa sudah mulai sadar akan prinsip-prinsip Islam sehingga mereka dengan sadar mendatangi perbankan syariah untuk menyimpan uang di bank dan juga karena ada bagi hasil dan mendapatkan rekomendasi dari keluarga dan teman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Rindi Antika, Rohmawati Solikhah (2019). yang menemukan bahwa budaya, sosial dan psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizalun Nashoha (2019). menemukan bahwa faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan Memilih Bank Syariah di kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim kota Yogyakarta) dan Andi Faisal Bahari dan Muhammad Ashoer (2018) menemukan bahwa pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya (X_1) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial, hal ini dikarenakan dengan menabung di perbankan syariah mahasiswa menjalankan aturan sesuai dengan ajaran Islam, faktor sosial (X_2) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial, hal ini dikarenakan saja direkomendasikan dengan teman saya di lingkungan kampus, faktor pribadi (X_3) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi secara parsial. Dikarenakan nilai F hitung ($92.531 > F$ tabel ($3,951$) dan nilai signifikan ($0.000 < \alpha$ (0.05), disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama atau simultan

berpengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah pada mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi.

Daftar Pustaka

- Bahari, A. F., and Ashoer, M. (2018). "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata", *Jurnal Manajemen*, No. 1.
- Suryani, T. (2019). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Indah, K. P. dan Kastawan M., (2015). "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Psikologis dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta", *Jurnal Manajemen Unud*, No. 11
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran :Edisi Millenium*, (Jakarta, INDEKS.
- Siregar, K. H. dan Vientary, D. and Erliyanti, (2023). "Pengaruh Budaya, Sosial, Personal, dan Psikologis Terhadap Perilaku Memilih Keuangan Syariah di Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam", *Niagawan*, Volume 12 No 3, November.
- Nashoha, M. R. (2019). "Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan Memilih Bank Syariah di kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim kota Yogyakarta)", *At – Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, Volume X Nomor 2, Desember.
- Antika, R. and Solikhah, R. (2019). "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Personal dan Psikologis mahasiswa IAIN Ponorogo Terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah", *Istikhlah: Jurnal Ekonomi Perbankan dan Manajemen Syariah*, Volume No 1, Maret.
- Nurlaeli, I. (2017). "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas", *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, Volume XVIII, No 2, Juni
- Benny, P. et al., (2021). *Statistik Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta Timur: Edu Pustaka, 2021.
- Umar, H. (2019). *Research Methods in Finance and Banking*(Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Hamid, A. (2017). *Buku Panduan Penulisan Skripsi* Jakarta:FEIS UIN Press.
- Kuncoro, R. E. A. (2018), *Cara Menggunakan Analisis Jalur (Path Analysis)* Bandung: Alfa Beta.

Antika, R. and Solikhah, R. (2019). "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Personal dan Psikologis mahasiswa IAIN Ponorogo Terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah", *Istikhlaf: Jurnal Ekonomi Perbankan dan Manajemen Syariah*, Volume No 1, Maret 2019.

Nashoha, M. R. (2019). "Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan Memilih Bank Syariah di kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim kota Yogyakarta)", *At – Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, Volume X Nomor 2, Desember 2019.

Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Menabung (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN STS Jambi)

M. Salman Alfarisi, Rafidah, Achyat Budianto