

**PENGARUH PENGETAHUAN, JUMLAH  
PENDAPATAN, AKSESIBILITAS DAN PREFERENSI  
RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN MILENIAL  
MENGUNAKAN PRODUK KEUANGAN  
DI KOPERASI SYARIAH MALANG**

**JURNAL ILMIAH**

**Disusun oleh :**

**VIVIE SUSANTY  
165020501111010**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2021**

# **Pengaruh Pengetahuan, Jumlah Pendapatan, Aksesibilitas Dan Preferensi Risiko Terhadap Keputusan Milenial Menggunakan Produk Keuangan Di Koperasi Syariah Malang**

**Vivie Susanty**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Email: [hi.vivie@gmail.com](mailto:hi.vivie@gmail.com)

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, jumlah pendapatan, aksesibilitas dan preferensi risiko terhadap keputusan milenial menggunakan produk keuangan di koperasi syariah Malang. Metode pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dan data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis binomial dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Jadi semakin tinggi pengetahuan responden, maka akan semakin besar peluangnya untuk menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial. Artinya tinggi rendahnya jumlah pendapatan milenial tidak mempengaruhi keputusan generasi milenial untuk menggunakan produk keuangan. Hal ini dapat terjadi berdasarkan hasil angket yang terkumpul karena sebagian pendapatan milenial yang hanya berasal dari uang saku yang diberikan orang tua, dibuktikan dengan jumlah responden usia 20-24 tahun sebanyak 66 responden. Variabel aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Jadi semakin tinggi aksesibilitas responden, maka akan semakin besar peluangnya untuk menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Variabel preferensi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Jadi semakin tinggi preferensi risiko responden, maka akan semakin besar peluangnya untuk menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah.*

*Kata kunci: Koperasi Syariah, Pengetahuan, Jumlah Pendapatan, Aksesibilitas, Preferensi Risiko, Milenial*

---

## **A. PENDAHULUAN**

Koperasi menjadi salah satu pilar penyangga perekonomian, hal ini berarti bahwa koperasi menjadi bagian penting dalam terselenggaranya kehidupan ekonomi yang sejahtera. Provinsi Jawa Timur pada tahun 2019 memiliki Koperasi syariah sebanyak 34.043 koperasi. Di antaranya sebanyak 9.626 unit yang dikategorikan sebagai koperasi kurang produktif dan sisanya dikategorikan sebagai koperasi yang aktif. (Kominfo Jatim, 2019). Sedangkan di Kota Malang, Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang, jumlah koperasi yang terdaftar pada tahun 2019 sebanyak 760 unit, dengan jumlah koperasi aktif yaitu 350 unit.

Koperasi syariah menjalankan kegiatan operasionalnya menggunakan akad Syirkah yaitu sebuah akad kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, dengan memberi kontribusi modal dalam jumlah yang sama besar dan sama-sama berpartisipasi dalam kegiatan. Koperasi syariah dalam menjalankan usaha tidak terlepas dari peluang dan tantangan, meskipun memiliki prinsip saling tolong-menolong. Dalam perkembangannya, lembaga keuangan syariah seperti koperasi memiliki tantangan tersendiri, yaitu rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya peranan koperasi syariah, dan kurangnya pemahaman masyarakat akan keberadaan koperasi syariah. Di era digital seperti sekarang

ini, Koperasi Syariah memiliki peluang besar dengan mengambil kesempatan sebagai dampak dari bonus demografi yang ada di Indonesia. Yaitu dengan menjadikan generasi milenial sebagai anggota koperasi. Hal ini tentunya menjadi peluang dan tantangan bagi koperasi untuk memanfaatkan era bonus demografi.

Era bonus demografi menjadikan generasi milenial diprediksi menjadi generasi yang memiliki peran penting dalam proses pembangunan di Indonesia. Kehadiran era bonus demografi harus bisa dimanfaatkan oleh semua elemen. Salah satunya adalah koperasi. Koperasi menjadi salah satu lembaga keuangan yang harus dikenalkan pada generasi milenial. Karena sudah berusia lebih dari 70 tahun, sehingga perlu adanya rebranding dari koperasi agar kembali dikenal oleh generasi milenial. Yaitu koperasi harus melakukan pembaharuan yang menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman melalui penggunaan teknologi informasi atau yang dikenal dengan era digital. Hal demikian diperlukan karena generasi milenial merupakan generasi yang terbiasa melakukan sebagian aktifitas dengan menggunakan teknologi informasi. Sehingga untuk menarik pasar yang sebagian besar merupakan generasi milenial, koperasi harus bisa memanfaatkan teknologi dalam aktifitas koperasi.

Kota Malang dikenal sebagai Kota Pendidikan, dengan jumlah mobilisasi generasi milenial yang tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah perguruan tinggi (PTN/PTS) yang ada di Kota Malang, yang menyebabkan tingginya jumlah mobilisasi mahasiswa atau pendaatang. Jumlah penduduk Malang Raya menurut BPS tahun 2019 sebanyak 3.621.376. Terdiri dari Kota Malang sebanyak 870.682 jiwa, Kota Batu sebanyak 207.490 jiwa, dan Kabupaten Malang sebanyak 2.606.204 jiwa. Sehingga Malang memiliki potensi generasi milenial yang akan memegang kendali dalam proses pembangunan di daerah tersebut. Potensi tersebut bisa dimanfaatkan, salah satunya melalui lembaga keuangan yaitu Koperasi Syariah, sebagai wadah bagi generasi milenial untuk menumbuhkan jiwa kemandirian dalam memenuhi kebutuhan. Koperasi syariah yang merupakan bentuk usaha bersama, bisa dimanfaatkan oleh generasi milenial untuk menumbuhkan jiwa berinvestasi atau menabung.

Keputusan generasi milenial dalam menentukan pilihan menggunakan produk keuangan syariah dipengaruhi oleh beberapa hal, baik itu kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga disini diperlukan peran dari koperasi syariah untuk terus meningkatkan dan memberi pelayanan yang baik sehingga mampu menumbuhkan ketertarikan generasi milenial dalam memutuskan menggunakan produk keuangan di koperasi syariah. Jumlah koperasi yang ada di Malang yang tidak sedikit, menyebabkan tingginya tingkat persaingan dalam menghimpun anggota. Sehingga koperasi syariah harus mempertimbangkan banyak hal supaya dapat menarik keputusan anggota untuk menggunakan produk keuangan di Koperasi Syariah. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Secara garis besar faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur ketertarikan generasi milenial dalam memutuskan menggunakan produk keuangan di Koperasi Syariah adalah pengetahuan produk Koperasi Syariah, jumlah pendapatan responden, aksesibilitas, dan preferensi risiko.

Koperasi Syariah sebagai lembaga keuangan mikro syariah dalam perkembangan lembaganya harus bisa memanfaatkan era bonus demografi, yaitu melalui memanfaatkan SDM khususnya generasi milenial supaya dapat memiliki ketertarikan untuk menggunakan produk keuangan di Koperasi Syariah. Selain itu, konsep pemberdayaan masyarakat melalui pembiayaan yang dilakukan oleh Koperasi Syariah diharapkan dapat membantu milenial agar terhindar dari rentenir (Bank Tithil) dan pinjaman online yang tidak berbadan hukum yang kian gencar mengincar generasi milenial yang identik dengan transaksi online. Hal inilah yang akan dikaji lebih lanjut oleh penulis mengenai sejauh mana peran yang dilakukan Koperasi Syariah terutama dalam membangun generasi milenial yang paham terhadap pentingnya peran koperasi dalam membantu generasi milenial untuk merencanakan keuangan masa depan yang dapat menciptakan generasi milenial yang mandiri. Diharapkan faktor pengetahuan produk Koperasi Syariah, jumlah pendapatan responden, aksesibilitas dan preferensi risiko yang dimiliki oleh generasi milenial dapat meningkatkan pangsa pasar Koperasi Syariah, jumlah tabungan anggota, dan pemerataan pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat khususnya generasi milenial. Berdasarkan pemamparan yang telah diuraikan di atas maka topik ini menjadi menarik untuk dibahas. Demikian pula penelitian ini akan membahas lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Jumlah Pendapatan, Aksesibilitas dan Preferensi Risiko**

## **Terhadap Keputusan Generasi Milenial Menggunakan Produk Keuangan di Koperasi Syariah Malang”.**

### **B. KAJIAN PUSTAKA**

#### **Teori Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen yang tidak dapat di kendalikan secara langsung oleh perusahaan, sehingga informasi terkait perilaku konsumen menjadi penting. Proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh perilaku konsumen yang dimulai dari tahap pengenalan masalah berupa alasan yang memberi dampak pada tindakan untuk memenuhi kebutuhan (Andespa, 2017). Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2011) perilaku konsumen adalah proses membuat keputusan dalam menggunakan atau keputusan untuk tidak menggunakan produk barang dan jasa, dengan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut. Menurut Umar (dalam Andespa, 2017) perilaku konsumen merupakan bentuk tindakan langsung dalam proses mendapatkan dan mengkonsumsi produk dan jasa, termasuk proses membuat keputusan. Memahami bagaimana seorang konsumen dalam membuat keputusan pembelian akan membantu seorang manajer pemasaran dalam banyak hal.

#### **Teori Perilaku Konsumen dalam Islam**

Fokus pembahasan Ekonomi Islam pada hakekatnya terletak pada penyikapan manusia pada harta. Islam mengajarkan bagaimana harus berperilaku dalam kegiatan konsumsi yaitu harus memenuhi prinsip, keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas. Sedangkan Yusuf Qarādhawi (1999) dalam Kurniati (2016) menjelaskan bahwa terdapat tiga prinsip yang harus dipenuhi dalam konsumsi yaitu membelanjakan harta dalam kebaikan, tidak melakukan tindakan mubazir dan mencerminkan kesederhanaan. Pendapat para tokoh ini, pada intinya adalah satu yaitu bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah.

#### **Perilaku Konsumen Generasi Milenial**

Studi tentang perilaku konsumen yang berfokus pada generasi milenial sudah banyak dilakukan, terutama di Amerika, di antaranya studi yang dilakukan oleh Pew Research Center pada tahun 2010 dengan judul *Millennials: A Portrait of Generation Next* dan riset yang dilakukan oleh Boston Consulting Group bersama University of Berkley tahun 2011 dengan tema *American Millennials: Deciphering the Enigma Generation*. Hasil penelitian ditemukan karakteristik perilaku konsumen milenial sebagai berikut: 1) Kepercayaan terhadap informasi interaktif, 2) Millenial lebih memilih ponsel dibanding televisi, 3) Kewajiban memiliki media sosial, 4) Kurang suka membaca secara konvensional dan 5) *Financial planning and saving*

#### **Generasi Milenial**

Generasi milenial dikelompokkan dalam dunia kerja sesuai dengan kebutuhan sumber daya manusia. Menurut Mannheim generasi adalah sebuah kelompok yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman sehingga menjadi satu generasi, dengan rentang kelahiran 20 tahun dengan dimensi sosial dan dimensi pengalaman yang sama. Ryder (1965) berpendapat bahwa generasi merupakan gabungan dari kelompok individu yang mempunyai pengalaman yang sama dalam waktu yang sama. (Publikasi BPS tahun 2018 tentang statistik gender milenial). Strauss dan Neil sebagai pencetus pertama yang membahas tentang milenial yang ditulis dalam bukunya yang berjudul “*Millennials Rising: The Next Great Generation (2000)*”. Yang menyebutkan bahwa generasi yang lahir pada tahun 1982 disebut sebagai generasi milenium di saat menyelesaikan SMA pada tahun 2000. Sedangkan pendapat Elwood Carlson yang tertuang dalam buku “*The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom (2008)*”, bahwa generasi milenial adalah lahir dalam rentang waktu 1983 sampai dengan 2001. (Publikasi BPS tahun 2018 tentang statistik gender milenial).

#### **Menabung dalam Islam**

Aktivitas menabung juga diajarkan dalam Islam. Menabung adalah pelajaran yang dapat diteladani dari kisah nabi Yusuf alaihissalam. Menabung sudah menjadi anjuran dalam islam sendiri, tujuan menabung adalah untuk tidak melakukan tindakan boros dan mempersiapkan diri untuk masa depan melalui menabung. Model ekonomi syariah dibangun atas dasar filosofi religiusitas, dan institusi keadilan, serta instrumen kemaslahatan. Yaitu sebuah pelarangan riba dan berusaha menciptakan

keadilan melalui teori profit and loss sharing dengan nisbah bagi hasil. Tujuan hidup adalah untuk mencapai falah, perlu didukung oleh kebijakan membuat lembaga zakat, pelarangan tindakan boros, dan pembiayaan halal. Sedangkan untuk memahami mainstream ekonomi syariah secara mendalam dibutuhkan pemahaman terhadap ketiga dasar di atas (Muhlis dalam Fatmawati, 2015).

### **Pembiayaan**

Pembiayaan merupakan aktivitas yang menyediakan modal untuk kerjasama antara lembaga keuangan dengan anggota, dilakukan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara lembaga keuangan dengan pihak yang bersangkutan. Menurut Buchori (2009) dalam Fatmawati (2015). agar dapat memaksimalkan pengelolaan dana, maka manajemen koperasi harus memperhatikan tiga aspek penting dalam pembiayaan, yaitu:

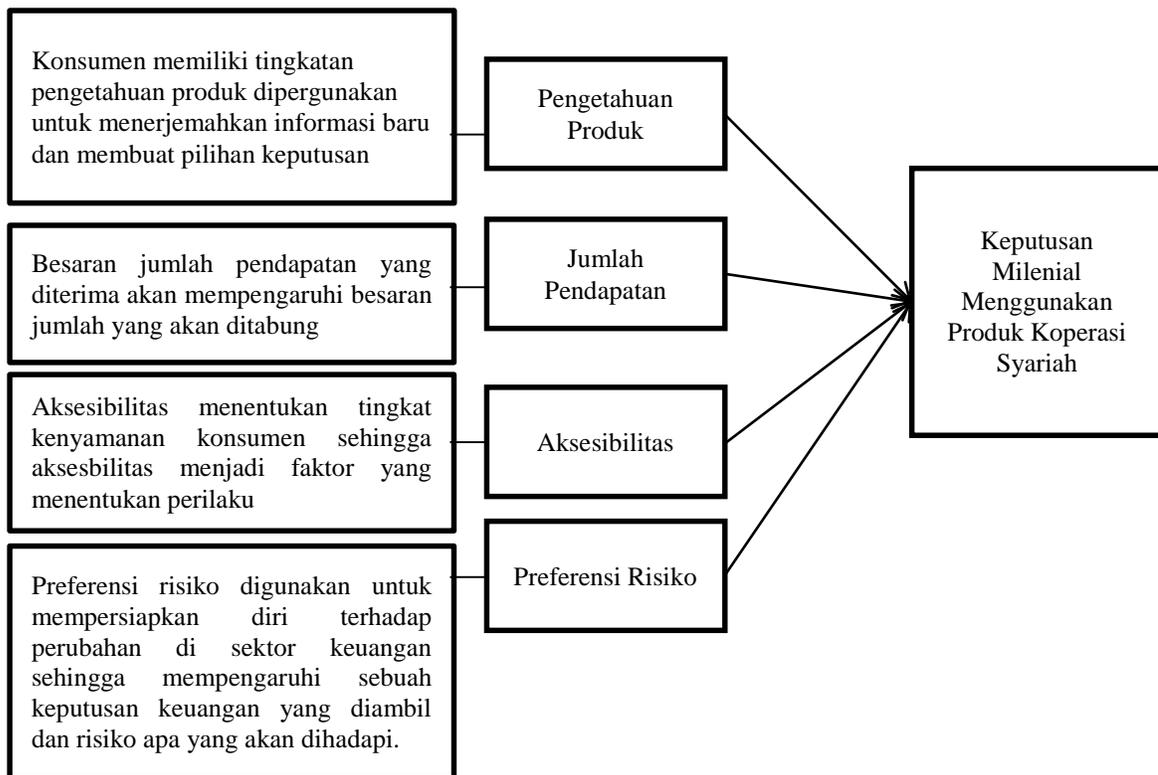
- a. Aman, yaitu keyakinan bahwa dana yang dipinjamkan dapat kembali sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
- b. Lancar, anggapan bahwa dana yang diusahakan mengalami perputaran yang lancar.
- c. Menguntungkan, yaitu meyakini bahwa pembiayaan akan menghasilkan keuntungan dan mampu meminimalisir risiko

### **Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Produk Koperasi Syariah**

1. **Hubungan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan menggunakan Produk Keuangan**  
Pengetahuan merupakan kemampuan untuk bertindak. Milenial memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, dalam pengetahuan ini dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru, serta untuk menimbulkan suatu minat terhadap suatu produk dan membuat pilihan keputusan. Persaingan yang semakin meningkat dalam dunia lembaga keuangan mendorong lembaga keuangan untuk lebih berorientasi kepada konsumen. Diperlukan pengetahuan sebagai upaya untuk mendukung dalam memahami konsumen serta perilakunya. Pada dasarnya milenial dalam membuat keputusan keuangan perlu memahami terlebih dahulu berbagai produk dalam lembaga keuangan agar tepat dalam melakukan pengambilan keputusan untuk memilih produk keuangan pada lembaga keuangan syariah sebagai pilihannya, baik itu dalam tingkat resiko yang akan dihadapi serta pihak lembaga keuangan harus transparan dalam menjelaskan setiap produk dan jasa yang ditawarkan kepada calon anggota maupun anggota lama.
2. **Hubungan Jumlah Pendapatan Responden Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Keuangan**  
Jumlah pendapatan merupakan besaran pendapatan yang diperoleh dari hasil usaha atau bekerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika memiliki pendapatan seseorang akan memiliki naluri untuk menyimpan uang atau menabung (Hidayati, 2018). Sehingga jumlah pendapatan yang diterima sebagian digunakan untuk menabung dan sebagian digunakan untuk konsumsi. Jumlah tabungan ditentukan oleh seberapa besar jumlah pendapatan yang digunakan untuk konsumsi. Karena keinginan untuk menabung akan dipengaruhi oleh jumlah pendapatan. Besaran jumlah pendapatan yang diterima akan mempengaruhi besaran jumlah yang akan ditabung. Pendapatan memberikan efek yang positif terhadap tabungan (Maisur, dkk (2015).
3. **Hubungan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Keuangan**  
Wang dan Wang (dalam Setyawan, 2014) menjelaskan bahwa aksesibilitas sebuah layanan menentukan perilaku konsumen karena menyangkut kemudahan mendapatkan sebuah layanan. Demikian halnya dengan pendapat Menon, et al., (dalam Setyawan, 2014) melakukan sebuah penelitian mengenai aksesibilitas yang menyatakan bahwa aksesibilitas menentukan tingkat kenyamanan konsumen sehingga aksesibilitas menjadi faktor yang menentukan perilaku. Menurut Wang dan Wang (dalam Setyawan, 2014) "*Acess involved approachability and ease of contact*". Berdasarkan pada pendapat tersebut, bisa dijelaskan bahwa aksesibilitas adalah kemudahan untuk dilakukan pendekatan. Pendekatan ini adalah pendekatan untuk berbagai kepentingan, diantaranya adalah untuk lebih bisa memahami obyek yang dilakukan pendekatan maupun untuk bisa mendapatkan informasi tertentu sesuai kebutuhan seseorang. Selain itu, aksesibilitas juga menggambarkan kemudahan untuk bisa berinteraksi (*ease of contact*).

4. Hubungan Preferensi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Keuangan  
Menurut Lusardi (2019) preferensi risiko digunakan dalam hal mempersiapkan diri terhadap perubahan yang cepat dan perkembangan yang konstan di sektor keuangan dan ekonomi, untuk itu penting memahami tentang sebuah keputusan keuangan yang diambil dan risiko apa yang akan dihadapi. Untuk menghadapi pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik, seseorang harus menilai tidak hanya dari apa yang diketahui tetapi juga dari apa yang perlu mereka ketahui, dan kemudian mengevaluasi atas keputusan tersebut. Beberapa konsep dasar dalam mengambil keputusan keuangan yaitu (1) melakukan perhitungan terkait dengan kurs/mata uang, tingkat bunga untuk keuangan konvensional, maupun nisbah bagi hasil untuk keuangan syariah; (2) pemahaman inflasi; dan (3) pemahaman tentang diversifikasi risiko.

#### Kerangka Pikir Penelitian



#### C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menyesuaikan dengan tujuan penelitian. Yaitu ingin mengetahui pengaruh dari variabel pengetahuan, jumlah pendapatan, aksesibilitas dan preferensi risiko terhadap keputusan milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data prime, dengan 100 responden penelitian. Metode analisa dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif.

##### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di seluruh Koperasi Syariah di Malang, Provinsi Jawa Timur. Dengan beberapa alasan sebagai berikut:

- a. Pertimbangan tenaga, biaya dan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti menjadi salah satu pertimbangan pemilihan lokasi;
- b. Malang memiliki sejumlah koperasi yang berkualitas.
- c. Malang merupakan kota pendidikan dengan jumlah mobilisasi generasi milenial yang tinggi.

**Analisis Regresi Logit Binomial**

Menurut Hosmer dan Lemeshow pada Binadari et.al (2015) regresi logistik adalah suatu metode analisis statistika yang menjelaskan hubungan antara variabel respon yang berskala kategori yang memiliki dua kategori (biner) atau lebih dengan satu atau lebih variabel prediktor.

$$\ln \left( \frac{p}{1-p} \right) = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \mu_i$$

Keterangan:

$\ln \left( \frac{p}{1-p} \right) = Y$  = Keputusan Milenial menggunakan produk keuangan di KJKS

Y = 1 untuk responden milenial yang sudah menjadi anggota di Koperasi Syariah

Y = 0 untuk responden milenial yang bukan anggota di Koperasi Syariah

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien regresi

X1 = Pengetahuan Produk

X2 = Pendapatan

X3 = Aksesibilitas

X4 = Preferensi Risiko

$\mu_i$  = Galat stokastik/ error

**D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Multikolinieritas**

Pengujian multikolinieritas dilakukan pada variabel bebas dengan menggunakan nilai VIF sebagai alat ukur. Hasil Pengujian multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics		
	B	Tolerance	VIF
(Constant)	-,336		
1			
Pengetahuan	,089	,461	2,171
In_jumlah_pendapatan	,101	,986	1,014
Aksesibilitas	-,034	,503	1,988
Preferensi_Risiko	-,029	,731	1,368

a. Dependent Variable: Keputusan  
Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Pada tabel di atas diuraikan hasil pengujian multikolinieritas. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF dari variabel pengetahuan sebesar 2,171, jumlah pendapatan sebesar 1,014, aksesibilitas sebesar 1,988, dan preferensi risiko sebesar 1,368. Nilai VIF pada masing-masing variabel menunjukkan angka dibawah 10 maka, dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan linear antar variabel bebas.

**Hasil Uji and Lemeshow Test**

**Hosmer and Lemeshow Test**

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	19,442	8	,013

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil pengujian Hosmer and Lemeshow Test. Pada tabel 4.5 di atas nilai signifikansi sebesar 0,013 dan nilai tersebut kurang dari 0,05. Maka, model regresi logit yang digunakan tidak mampu memprediksi nilai observasinya. Sehingga untuk mengatasi masalah pada uji Hosmer dan Lemeshow Test yaitu dengan menguji keakuratan prediksi model logit. Keakuratan prediksi model logit secara keseluruhan ketepatan model logit yang digunakan adalah 68% yaitu model

dapat memprediksi dengan tepat keputusan generasi milenial menggunakan produk pada koperasi syariah.

#### Uji Goodness of Fit

**Model Summary**

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	118,891 <sup>a</sup>	,178	,237

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than ,001.

Berdasarkan hasil Tabel 12 diperoleh nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,237 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 0,237 atau 23,7% dan sisanya terdapat 100%-23,7% = 76,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu pengetahuan, pendapatan, aksesibilitas, dan preferensi risiko dapat menjelaskan 23,7% variasi keputusan generasi milenial produk koperasi syariah. Hasil ini diperkuat dengan tingkat keakuratan prediksi model, yaitu sebesar 68%.

#### Uji Signifikansi Simultan

Adapun hasil pengujian signifikansi secara simultan dilakukan dengan cara membandingkan nilai Omnibus Test of Model Coefficients yaitu nilai sig Chi Square hitung dengan tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 10%. Adapun hasil uji signifikansi simultan dapat dilihat pada tabel berikut.

**Omnibus Tests of Model Coefficients**

	Chi-square	Df	Sig.
Step	19,578	4	,001
Step 1 Block	19,578	4	,001
Model	19,578	4	,001

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai sig chi square sebesar 0,001 yang lebih kecil dari ( $\alpha$ ) 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, jumlah pendapatan, aksesibilitas dan preferensi risiko berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah, yang artinya bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama-sama mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah di Kota Malang.

#### Uji Signifikansi Individual

Hasil uji signifikansi individu model regresi logistic yang digunakan disajikan pada tabel 15 sebagai berikut ini:

**Variables in the Equation**

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Pengetahuan	,454	,125	13,178	1	,000	1,575
In_jumlah_pendapatan	,427	,640	,444	1	,505	1,532
Aksesibilitas	-,185	,100	3,409	1	,065	,831
Preferensi_Risiko	-,149	,074	4,084	1	,043	,862
Constant	-3,477	4,269	,663	1	,415	,031

a. Variable(s) entered on step 1: Pengetahuan, ln\_jumlah\_pendapatan, Aksesibilitas, Preferensi\_Risiko.

## **Pembahasan**

### **1. Pengetahuan Terhadap Produk Koperasi Syariah**

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa secara individual variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Pengaruh pengetahuan terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah ditunjukkan oleh nilai signifikan 0,000 atau kurang dari 0,1. Apabila variabel bebas lain tidak mengalami perubahan dengan semakin bertambahnya pengetahuan seseorang, maka dapat meningkatkan peluang keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Nilai Exp (B) untuk variabel pengetahuan sebesar 1,575 artinya jika pengetahuan naik 1 unit, maka akan mengakibatkan pertambahan rasio peluang penggunaan jasa koperasi syariah oleh generasi milenial sebesar 1,575.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Jadi semakin tinggi pengetahuan responden, maka akan semakin besar peluangnya untuk menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Tentunya dengan semakin tinggi pengetahuan akan memberi kemampuan berpikir dan menyikapi suatu masalah salah satunya membuat keputusan keuangan dalam penggunaan produk keuangan pada lembaga keuangan. Karena pengetahuan akan memberi pandangan terhadap seseorang tentang bagaimana cara berpikir dan pandangan pengelolaan rencana masa depan. Hal ini terjadi karena variabel pengetahuan berkaitan dengan pemahaman seseorang terhadap sebuah lembaga keuangan. sehingga pengetahuan seseorang akan mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan perencanaan keuangan masa depan.

### **2. Jumlah Pendapatan Responden Terhadap Produk Koperasi Syariah**

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa secara individual variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Pengaruh pendapatan terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah ditunjukkan oleh nilai signifikan 0,505 atau lebih dari 0,1. Sehingga variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial. Artinya tinggi rendahnya jumlah pendapatan milenial tidak mempengaruhi keputusan generasi milenial untuk menggunakan produk keuangan. Hal ini dapat terjadi berdasarkan hasil angket yang terkumpul karena sebagian pendapatan milenial yang hanya berasal dari uang saku yang diberikan orang tua, dibuktikan dengan jumlah responden usia 20-24 tahun sebanyak 66 responden, yang artinya terdiri dari mahasiswa atau bahkan baru saja lulus kuliah. Sehingga jumlah pendapatan tidak memberi pengaruh terhadap minat menggunakan produk keuangan disebabkan oleh faktor jumlah pendapatan yang mereka miliki hanya bisa untuk konsumsi kebutuhan sehari-hari sehingga kurang kecenderungan untuk menggunakan produk keuangan. Sehingga dalam pandangan peneliti, bahwa tinggi atau rendahnya jumlah pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi dan bagaimana cara memanfaatkan penggunaan produk keuangan. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Afifah (2020) yang menyatakan bahwa secara parsial pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk keuangan di Bank Syariah.

### **3. Aksesibilitas Terhadap Produk Koperasi Syariah**

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa secara individual variabel aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah ditunjukkan oleh nilai signifikan 0,065 atau kurang dari 0,1. Apabila variabel bebas lain tidak mengalami perubahan dengan semakin bertambahnya aksesibilitas seseorang, maka dapat meningkatkan peluang keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Nilai Exp (B) untuk variabel aksesibilitas 0,831 artinya jika aksesibilitas naik 1 unit, maka akan mengakibatkan pertambahan rasio peluang penggunaan jasa koperasi syariah oleh generasi milenial sebesar 0,831. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Jadi semakin tinggi aksesibilitas responden, maka akan semakin besar peluangnya untuk menggunakan

produk keuangan pada koperasi syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyawan (2014) yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap minat menggunakan produk keuangan. Tentunya dengan semakin bagusnya aksesibilitas maka akan mempengaruhi minat generasi milenial untuk menggunakan produk pada lembaga keuangan tersebut.

#### **4. Preferensi Risiko Terhadap Produk Koperasi Syariah**

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa secara individual variabel preferensi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Pengaruh preferensi risiko terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah ditunjukkan oleh nilai signifikan 0,043 atau kurang dari 0,1. Apabila variabel bebas lain tidak mengalami perubahan dengan semakin tingginya preferensi risiko seseorang, maka dapat meningkatkan peluang keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Nilai Exp (B) untuk variabel aksesibilitas 0,862 artinya jika preferensi risiko naik 1 unit, maka akan mengakibatkan pertambahan rasio peluang penggunaan jasa koperasi syariah oleh generasi milenial sebesar 0,862.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel preferensi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Jadi semakin tinggi preferensi risiko responden, maka akan semakin besar peluangnya untuk menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hati (2019) yang menyatakan bahwa preferensi risiko berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial untuk berinvestasi atau menggunakan produk keuangan. Selain itu, preferensi risiko berkaitan erat dengan literasi keuangan, yaitu semakin baik literasi keuangan seseorang maka akan semakin baik pengelolaan keuangannya. Dalam penelitian ini, Preferensi risiko dikaitkan dengan perencanaan keuangan masa depan dengan berbagai risiko yang akan dihadapi. Dengan tujuan mempersiapkan diri untuk menghadapi risiko, sehingga sudah menyiapkan berbagai langkah untuk mengurangi atau mengantisipasi risiko yang akan terjadi. Baik dalam pemanfaatan produk keuangan, maupun dalam perencanaan bisnis. Hal demikian dilakukan karena preferensi risiko sangat penting dilakukan sebagai bentuk penerimaan diri dalam mengantisipasi risiko.

### **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dapat dikemukakan beberapa kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Tingkat pengetahuan menjadi penting dalam proses pengambilan keputusan generasi milenial untuk menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Semakin tinggi pengetahuan, maka akan semakin besar peluangnya untuk menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Hal ini disebabkan tingginya tingkat pengetahuan akan memberi pandangan terhadap seseorang tentang bagaimana cara berpikir dan pandangan pengelolaan rencana masa depan.
2. Tingkat pendapatan tidak mempengaruhi keputusan menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Hal ini dikarenakan pada generasi milenial lebih memilih menggunakan pendapatan untuk konsumsi sehari-hari.
3. Aksesibilitas meningkatkan peluang penggunaan produk keuangan pada koperasi syariah. Hal ini disebabkan aksesibilitas akan menentukan tingkat kenyamanan dalam menggunakan produk yaitu melalui lokasi yang mudah dijangkau, lokasi yang berada di tempat strategis, dan lokasi yang memiliki fasilitas yang memadai.
4. Semakin tinggi preferensi risiko, maka akan semakin besar peluangnya untuk menggunakan produk keuangan pada koperasi syariah. Hal ini disebabkan oleh preferensi risiko sebagai bentuk perencanaan keuangan masa depan, dengan tujuan mempersiapkan diri untuk menghadapi risiko yang akan terjadi. Sehingga keputusan milenial menggunakan jasa keuangan pada koperasi syariah menjadi alternatif untuk perencanaan keuangan sejak dini, karena akan membantu milenial dalam mengatur dan mengelola keuangan masa depan.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti mencoba mengemukakan beberapa saran yang mungkin bermanfaat, di antaranya:

- 1) Diharapkan pihak-pihak atau lembaga yang memiliki peranan penting terhadap rebranding koperasi untuk generasi milenial untuk dapat meningkatkan sosialisasi tentang koperasi supaya semakin dikenal oleh generasi milenial.
- 2) Meningkatkan informasi mengenai pentingnya perencanaan keuangan masa depan serta pemahaman bahwa semua perilaku manusia akan mendapat balasan. Dengan demikian, diharapkan pemanfaatan produk keuangan seperti produk simpanan sebagai sarana untuk menghindari tindakan boros.
- 3) Untuk peneliti-peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel-variabel lain selain yang digunakan dalam penelitian ini untuk meneliti keputusan konsumen, karena selain variabel-variabel yang telah penulis gunakan masih terdapat variabel-variabel lain yang akan mempengaruhi keputusan konsumen, misalnya kualitas pelayanan.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Nugrahainy Siti Nur. 2020. Pengaruh Pendapatan Mahasiswa Dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta). Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah.
- Arianti, Baiq Fitri. 2020. Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi* Vol. 10, No.1, Februari 2020
- Andespa, Roni. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017. Desminar. 2019. Akad Wadiah Dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Jurnal MENARA Ilmu* Vol. XIII No.3 Januari 2019.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Center For Strategic and International Studies. 2017. Ada Apa dengan Milenial? Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik. Rilis dan Konferensi Pers “Survei Nasional CSIS 2017”.
- Dede, Nurashiah. 2018. Pengaruh Variabel Demografi Dan Budaya Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kec. Purwakarta. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. 2019. Tahun 2019, Koperasi di Jatim mencapai 34 Ribu Unit. <http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/tahun-2019-koperasi-di-jatim-mencapai-34-ribu-unit> diakses pada 16 Desember 2019.
- Dinas Koperasi & Usaha Mikro Pemerintah Kota Malang. 2019. Data Koperasi di Kota Malang. <https://dinkop.malangkota.go.id/informasi/data-koperasi> diakses pada 16 Desember 2019.
- DSN-MUI. 2004. Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga (Interest/Fa'idah). Jakarta: DSN-MUI.
- Fatmawati, Hafizah Aulia. 2018. Literasi Keuangan, Preferensi Risiko, dan Potensi Bias dalam Pengambilan Keputusan Keuangan. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indonesia
- Gujarati, Damodar N. 2015. Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi ke 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Hati, Shinta Wahyu da Windy Septiani Harefa. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam). *Journal of Business Administration* Vol 3, No 2, September 2019, hlm, 281-295
- Hendri, Davy. 2017. Peranan Risk-Preference Terhadap Pembiayaan Macet pada BMT: Metode Eksperimen Multiple Price List. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017

- Hidayat, Tatang, Ahmad Syamsu Rizal dan Fahrudin. 2018. Pendidikan Dalam Perspektif Islam Dan Peranannya Dalam Membina Kepribadian Islami. *Jurnal MUDARRISUNA* Vol. 8 No. 2 July-Desember 2018.
- Hidayati, Sardita. 2018. Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada PT. BNI Syariah Malang. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Jenita. 2017. Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kecil Menengah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*-Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember 2017.
- Kementerian PPN/ Bappenas. 2018. Siaran Pers: Outlook Pembangunan Indonesia 2018: Pemanfaatan Bonus Demografi. Jakarta: Kominfo
- Kemertian Koperasi dan UKM. 2017. Koperasi Menembus Generasi Milenial. Edisi No.07 September 2017.
- Khasanah, Arinal. 2016. Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah. Skripsi Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Khotimah, Nurul. 2018. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen* April 2018, Vol. 05 No. 01, Hal. 37-48.
- Kinnear And Taylor. 2003. Riset Pemasaran. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati. 2016. Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume Vi No. 1: 45-52 Juni 2016/1437 H.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. 2011. *Essentials of Marketing*. Boston: Cengage Learning.
- Larasati, Niken Febria. 2019. Analisis Perilaku Generasi Milenial Terhadap Niat Menjadi Nasabah Bank Syariah. Tesis Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
- Lusardi, Annamaria. 2019. Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Spinger Journal: Lusardi Swiss Journal of Economics and Statistics* (2019) 155:1 <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Maghfiroh, Nur Laili. 2018. Analisis Fako-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Maisur, Dkk. 2015. Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala* Pp. 1- 8
- Marhaeni, A A I N. 2018. Pengantar Kependudukan Jilid 1. Denpasar: CV Sastra Utama.
- Nasrullah, Muhammad. 2015. Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Volume 13, Nomor 2, Desember 2015, (79-87)
- Nisa, Khoirun. 2018. Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Religiusitas Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2015 dan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
- Prihanto, Hendi. 2017. Analisis Terhadap Faktor -Faktor Yang Memengaruhi Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal PROVITA* Volume 10. No. 1. April 2017.
- Purwanto, Agung dan Budi Muhammad Taftazani. 2018. Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Tingkat Kesejahteraan Ekonomi Keluarga Pekerja K3l Universitas Padjadjaran. *Jurnal Pekerjaan Sosial* ISSN: 2620-3367 Vol. 1 No: 2 Hal: 33 - 43 Juli 2018.
- Putra, Bima Harya. 2018. Pengaruh Sosialisasi Keuangan Keluarga Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* Vol. 2 No. 2 November 2018 DOI: 10.26740/jpeka.v6n2.p107-114.
- Romdhoni, Abdul Haris dan Dita Ratna Sari. 2018. Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 2018, 136-147.

- Rondonuwu, Marshel. 2013. Tingkat Pendidikan, Motivasi Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Nasabah Priority Banking Bank SULUT. *Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013*, Hal. 257-264.
- Sahlan, Asmaun. 2011. Relegiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan Di Perguruan Tinggi Islam. Malang: UIN Maliki Press.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta. Indeks.
- Sekretaris Kabinet Republik Indonesia. 2018. Rebranding Koperasi Era Millennial: Pelayanan, Produk, hingga Teknologi. Publikasi Humas <https://setkab.go.id/rebranding-koperasi-era-millennial-pelayanan-produk-hingga-teknologi/>
- Sekretaris Kabinet Republik Indonesia. 2018. Rebranding Koperasi Era Millennial: Pelayanan, Produk, hingga Teknologi. Publikasi Humas: <https://setkab.go.id/peran-generasi-milenial-bagi-nkri-2/>
- Setyawan, Yohana Neysa dan Edwin Japarianto. 2014. Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014)*.
- Siregar, Shofiyah. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sujana, I Wayan Cong. 2019. Fungsi Dan Tujuan Pendidikan INDONESIA. *Jurnal Pendidikan Dasar Volume. 4, Nomor 1 April 2019 ISSN: 2527-5445* : <http://ejournal.ihdn.ac.id/index.php/AW>.
- Sulistyaningrum, Putri. 2017. Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Minat Pengambilan Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada BMT an-Nafi cabang Teras Kabupaten Boyolali). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sunardi dan Ana Muftukhah. 2015. Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan). *Jurnal Islaminomic, Vol. 6 No. 2, Agustus 2015*
- Umiyati Dan Nadiyya Syaima. 2018. Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Di Bank Jabar Syariah Kcp.Ciputat. *Jurnal Liquidity Vol. 7, No. 2, Juli-Desember 2018*, Hlm. 108-123.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wilson, Theresa M. 2008. *The Effects of Gender, Age, Education, and Risk Tolerance on Credit Card Balances*. A thesis submitted to the Miami University Honors Program in partial fulfillment of the requirement for University Honors with Distinction.
- Zahri, Yasir & Hafasnudin. 2016. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk/Jasa Bank Syariah Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Nasabah Bank Konvensional Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Vol. 1, No. 1, Agustus 2016: 75-91*.

#### **Website**

- Badan Pusat Statistik Kota Malang. Diakses pada 11 Juli 2019 di <https://malangkota.bps.go.id/dynamictable/2019/05/15/19/jumlah-penduduk-di-kota-malang-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-2011-2020.html>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses pada 19 Juli 2019 di <https://kbbi.web.id/minat>