

## PENGARUH KEMUDAHAN, KENYAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENABUNG (Penelitian Pada Anggota KSU Nawara Jepara)

Nabila Putri Riyanto<sup>1</sup>, Purwo Adi Wibowo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia

Email: [nabilapr252@gmail.com](mailto:nabilapr252@gmail.com)<sup>1</sup>, [purwoadiwibowo@gmail.com](mailto:purwoadiwibowo@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Corresponding author: [nabilapr252@gmail.com](mailto:nabilapr252@gmail.com)

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh kemudahan, kenyamanan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat menabung. Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu koperasi meningkatkan layanannya dan menarik lebih banyak anggota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis data primer dan data sekunder, data primer dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner dan data sekunder dalam penelitian ini berupa penelitian terdahulu dan data lain yang mendukung temuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 1000 anggota KSU Nawara Jepara, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sampling dengan model purposive sampling yang memperoleh sampel sebanyak 91 responden selama periode penelitian dilakukan. Pengumpulan data kuesioner disusun dengan skala likert 1-4 point, nilai 1 artinya sangat tidak setuju sampai nilai 4 artinya sangat setuju. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung, sedangkan variabel kenyamanan dan risiko tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada KSU Nawara Jepara. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan minat menabung anggota harus difokuskan pada membangun kenyamanan anggota dan mengurangi persepsi risiko.

**Kata Kunci:** Kemudahan, Kenyamanan, Kepercayaan, Risiko, dan Minat Menabung.

**Abstract** *The purpose of this study is to examine the effect of ease, comfort, trust, and risk on interest in saving. It is expected that the results of this study can help cooperatives improve their services and attract more members. This study uses a quantitative approach, primary and secondary data types, primary data in this study is in the form of questionnaires and secondary data in this study is in the form of previous research and other data that support the research findings. The population in this study was 1000 members of KSU Nawara Jepara, the sampling technique in this study used a non-probability sampling technique with a purposive sampling model that obtained a sample of 91 respondents during the research period. The collection of questionnaire data was arranged with a Likert scale of 1-4 points, a value of 1 means strongly disagree to a value of 4 means strongly agree. The data analysis method in this study used Partial Least Square (PLS) 4.0. The results showed that the variables of ease and trust influenced interest in saving, while the variables of comfort and risk did not affect interest in saving at KSU Nawara Jepara. Therefore, efforts to increase interest in saving members must be focused on building member comfort and reducing risk perception.*

**Keywords :** Convenience, Comfort, Trust, Risk, and Interest in Saving

## PENDAHULUAN

Aktivitas perekonomian suatu negara berkaitan dengan alur pembayaran uang yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Dunia bisnis saat ini semakin kompetitif, sehingga perusahaan diharapkan mampu mengolah dan mengatur sumber daya mereka dengan efektif dan efisien untuk tetap hidup dan berkembang sehingga mencapai tujuan. Perusahaan dapat berhasil mencapai tujuan mereka jika mereka dapat mengelola sumber daya manusia dengan baik. Produksi kerja sumber daya manusia meningkat ketika pengelolaan sumber daya manusia dilakukan dengan baik (Jumantoro et al., 2019).

Perusahaan akan sukses dan berhasil untuk mencapai tujuan mereka jika mereka dapat mengelola sumber daya manusia dengan baik. Produksi kerja meningkat dalam pengelolaan sumber daya manusia yang efektif. Menurut Hasibuan (2010), produksi didefinisikan sebagai perbandingan antara keluaran dan masukan serta bagaimana sumber daya manusia digunakan secara efektif dalam proses produksi yang dimaksudkan untuk menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan. Selain itu, produktivitas kerja dijelaskan juga sebagai tingkatan sumber daya manusia yang digunakan secara efektif untuk proses produksi agar dapat mencapai hasil sesuai yang diinginkan.

Pemerintah menganggap pemulihhan ekonomi UMKM harus dipercepat. Untuk mencapainya, mereka menerapkan sistem wirausaha untuk rakyat kecil. Para pelaku usaha diberi solusi permodalan dengan mengajukan kepada lembaga keuangan (Oktavian & Oktavia, 2019). Dalam situasi seperti itu, lembaga keuangan memainkan peran yang sangat strategis, karena mereka merupakan inti dari perekonomian. Dengan adanya sistem keuangan, perusahaan keuangan dapat membantu pihak yang kurang permodalan dalam mengembangkan bisnis mereka sehingga dapat terbantu (Afrianty et al., 2019). Hal ini sesuai dengan tujuan didirikannya KSU Nawara, Menurut Ketua KSU Nawara H. Kastam dalam pembentukannya bertujuan untuk meringankan beban Masyarakat disekitar dan untuk menyelesaikan masalah serta berguna untuk kemajuan koperasi dan kemakmuran masyarakat dan anggota.

KSU Nawara terletak di tengah-tengah sektor perekonomian yang beraneka ragam seperti mebel, sekolah, umkm, dan toko-toko kelontong. Selain itu juga letaknya yang strategis dapat menghubungkan beberapa desa. Hal ini menyebabkan perputaran uang yang sangat cepat, sehingga diperlukan perencanaan perekonomian agar perputaran uang di wilayah tersebut tetap berjalan dan sektor perekonomiannya dapat mendorong kesejahteraan masyarakat. Ini sudah seharusnya setiap orang melakukan kebiasaan menabung, kebiasaan tersebut dapat ditimbulkan dari keluarga yang terbiasa menabung. Menurut Ni Luh (2018), Tabungan atau penyimpanan yaitu dana kekayaan yang disisihkan untuk kebutuhan masa depan. Tabungan juga memainkan peran penting dalam mempertahankan pertumbuhan ekonomi. Perilaku menabung dapat mencakup tujuan menabung, cara seseorang menabung, frekuensi menabung, jumlah tabungan, dan rasio menabung dibandingkan dengan pendapatan mereka sendiri. Sehingga dapat ditarik Kesimpulan bahwa minat menabung dapat meningkatkan perencanaan perekonomian Masyarakat di masa mendatang.

Berkaitan dengan itu Koperasi memiliki fungsi memperkokoh ekonomi masyarakat, meningkatkan kualitas kehidupan manusia dengan meningkatkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota dan masyarakat. Koperasi Serba Usaha juga dikenal sebagai KSU adalah perusahaan yang dimiliki dan dijalankan oleh para anggotanya. Koperasi ini berusaha untuk meningkatkan kemakmuran anggotanya melalui upaya bersama dan kegiatan ekonomi yang berkelanjutan. Setiap anggota koperasi memiliki hak yang sama untuk memberikan suara dalam pengambilan keputusan, memiliki tanggung jawab yang sama, dan menerima keuntungan yang sama. Koperasi Serba Usaha NAWARA "Nadlir Wakaf Jepara" adalah bentuk Koperasi yang diprakarsai oleh Asosiasi Nadhir Wakaf Kecamatan Tahunan. Salah satu produk yang ditawarkan koperasi serba usaha adalah layanan tabungan yang merupakan bagian penting dalam pengelolaan keuangan anggota (*Company profile* KSU Nawara jepara). Berikut ini menunjukkan tabel tabungan di KSU Nawara Jepara:

**Tabel 1 Anggota KSU Nawara**

Bulan	Jumlah Anggota Awal	Anggota Baru	Anggota Keluar	Jumlah Anggota Akhir	Perubahan
Februari	1.230	40	0	1.270	+3,3%
Maret	1.270	30	50	1.250	-1,6%
April	1.250	70	10	1.310	+4,8%
Mei	1.310	50	50	1.310	0%

Pada bulan Februari, jumlah anggota koperasi mengalami kenaikan. Sebanyak 40 anggota baru bergabung, dan tidak ada anggota yang keluar. Hal ini membuat jumlah anggota bertambah dari 1.230 menjadi 1.270 orang. Namun, pada bulan Maret, jumlah anggota justru mengalami penurunan. Meskipun ada 30 anggota baru yang bergabung, sebanyak 50 anggota keluar, sehingga jumlah anggota turun menjadi 1.250 orang. Pada bulan April, jumlah anggota kembali meningkat. Sebanyak 70 anggota baru bergabung, sementara 10 anggota keluar. Dengan demikian, jumlah anggota naik dari 1.250 menjadi 1.310 orang. Kenaikan ini bisa disebabkan oleh perbaikan layanan atau program yang menarik bagi anggota baru. Pada bulan Mei, jumlah anggota koperasi tetap stabil. Jumlah anggota yang bergabung sebanyak 50 orang, tetapi jumlah yang keluar juga 50 orang. Akibatnya, total anggota tetap 1.310 orang tanpa ada kenaikan atau penurunan. Stabilitas ini terjadi karena adanya faktor yang mempengaruhi keputusan anggota untuk bergabung atau keluar seperti kemudahan, kenyamanan, kepercayaan, dan risiko dalam menabung di KSU Nawara. Hal ini perlu dilakukannya penelitian lebih mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung para anggota di KSU Nawara, sehingga dapat merumuskan strategi yang efektif untuk mempertahankan dan menarik anggota baru. (*Company profile* KSU Nawara jepara).

Minat dapat diartikan sebagai dorongan seseorang untuk melakukan yang diinginkan, setiap minat akan memutuskan suatu kebutuhan (Hasibuan & Wahyuni, 2020). Minat menabung merupakan kecenderungan individu sebelum melakukan tindakan dalam

merespon keinginan untuk melakukan penyimpanan (Hikmah, 2020). Minat menabung dapat diartikan pula menjadi pengambilan keputusan terkait penyimpanan yang dilakukan dari tiap individu (Iradianty & Azizah, 2023). Menurut Razi et al., (2023) minat untuk menabung ditentukan sebagai minat beli, yang merupakan perilaku yang muncul sebagai tanggapan terhadap barang yang menunjukkan keinginan konsumen untuk membeli sesuatu.

Kemudahan akses dan pelayanan juga menjadi faktor penting untuk membangkitkan minat menabung di koperasi. Menurut Hartono et al., (2007) kemudahan adalah ketika seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan membuat mereka tidak perlu melakukan apa pun. Salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di koperasi adalah kemudahan bertransaksi. Anggota merasa lebih nyaman dan puas ketika proses seperti pembukaan rekening, penyetoran, atau penarikan dana dilakukan dengan cepat dan lancar. Menurut Ghozali & Latan (2015) Kemudahan merupakan persepsi nasabah terhadap tingkat kepraktisan suatu layanan atau produk. Jika layanan menabung dianggap praktis, seperti prosedur sederhana dan akses cepat ke informasi atau dana, hal ini dapat meningkatkan keinginan untuk menggunakan layanan tersebut. Menurut Rohmah (2024) dan Rodríguez & Velastequí (2019) menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menabung. Namun pada penelitian terdahulu menurut Azizah (2023) menunjukkan bahwa meskipun kemudahan dianggap penting, pengaruhnya terhadap minat menabung terbukti tidak signifikan.

Kenyamanan yaitu koperasi yang dikenal dengan kenyamanan dalam bertransaksi dan berkomunikasi dengan anggotanya dapat menarik lebih banyak anggota baru. Koperasi juga harus memiliki fasilitas untuk menunjang kenyamanan anggotanya dalam menabung dan melaksanakan transaksi. Menurut Malikah et al., (2022) menjelaskan bahwa kenyamanan adalah ketika seseorang menggunakan teknologi untuk melakukan aktivitasnya dan merasa nyaman. Menurut Suyanto (2017) Kenyamanan dalam pelayanan keuangan adalah kondisi di mana nasabah merasa puas dan yakin bahwa kebutuhannya terpenuhi tanpa beban. Untuk minat menabung, kenyamanan mencakup keamanan data, fasilitas fisik yang memadai, serta pelayanan yang tidak rumit. Menurut Maharani et al., (2021) dan Relita (2020) mengatakan bahwa pelayanan yang berkualitas mampu menciptakan rasa nyaman bagi nasabah dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mereka untuk menabung. Namun hal ini bertolak belakang dengan penelitian terdahulu menurut Rika Widianita (2023) megatakan bahwa kenyamanan tidak menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi minat menabung.

Kepercayaan terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh koperasi membuat anggota merasa bahwa mereka akan diberi perhatian dan pelayanan yang baik, yang dapat meningkatkan motivasi mereka untuk menggunakan layanan koperasi. Menurut Setyawan & Japariantoro (2014) Kepercayaan ini melibatkan keinginan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu karena percaya bahwa akan memberikan kepuasan yang diharapkan. Menurut Mishra (2013) Kepercayaan merupakan dasar untuk hubungan pelanggan dengan

penyedia layanan, yang dibangun dari kejelasan informasi, komunikasi yang baik, dan pengalaman positif. Dalam konteks menabung, kepercayaan muncul dari interaksi yang memuaskan dengan lembaga keuangan. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu menurut Nurrohmah & Purbayati (2020) dan Ermawati & Sidiq (2021) mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung. Namun hal ini bertolak belakang dengan penelitian menurut Khasanah & Mustofa (2022) mengatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.

Diantara faktor yang menarik minat perilaku menabung tentunya terdapat risiko atau konsekuensi dalam menabung. Tentu saja, hal ini selalu dikaitkan dengan kemungkinan bahwa sesuatu yang tidak diharapkan atau tidak diinginkan akan terjadi dan berdampak negatif. Risiko adalah ketidakpastian, bukan hasil yang diinginkan dari tindakan tertentu (Nurdin et al., 2020). Menurut Michaud dan Turner (2023) Risiko terhadap minat menabung didefinisikan sebagai persepsi individu mengenai ketidakpastian dan potensi kerugian yang berkaitan dengan penyimpanan dana di lembaga keuangan. Faktor-faktor seperti stabilitas ekonomi, keamanan digital, dan reputasi lembaga keuangan memengaruhi bagaimana seseorang memutuskan untuk menyimpan uang. Menurut Aprileny et al., (2024) dan Maghfiroh (2018) mengatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Namun hal ini bertolak belakang dengan penelitian menurut Batubara & Anggraini, (2022) mengatakan bahwa risiko yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kemudahan akses ke layanan koperasi, kenyamanan dalam penggunaan, tingkat kepercayaan anggota, dan risiko yang memengaruhi keputusan anggota untuk menabung di koperasi KSU Nawara Jepara. Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu koperasi meningkatkan layanannya dan menarik lebih banyak anggota.

## KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Minat Menabung

Pengertian minat secara sederhana merupakan sebuah keinginan memberikan suatu perhatian serta tindakan kepada seseorang, pada situasi atau aktivitas terhadap objek yang disertai perasaan senang dan sangat tertarik. Menabung merupakan menyisihkan sebagian uang untuk disimpan dan hanya dibelanjakan lebih sedikit daripada pendapatan yang didapatkan supaya di masa yang akan datang lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan dan untuk berjaga-jaga apabila terjadi pengeluaran biaya yang tidak terduga Menurut Dewi & Nugroho (2019) Minat menabung di koperasi merupakan keinginan anggota untuk menyimpan dana di koperasi berdasarkan faktor-faktor seperti tingkat bunga, kemudahan akses, dan kepercayaan terhadap pengelolaan koperasi. Minat ini juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan rekomendasi dari orang lain.

### Kemudahan

Kemudahan adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi minat menabung di koperasi. Hal ini dapat dilihat dari layanan yang diberikan kepada anggota koperasi.

Menurut Hasibuan (2016) Kemudahan dalam koperasi terkait erat dengan kecepatan dan keandalan pelayanan. Koperasi yang menyediakan pelayanan cepat dan tepat akan memberikan pengalaman positif kepada anggota, yang berujung pada peningkatan minat menabung.

### Kenyamanan

Kenyamanan adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi minat menabung di koperasi. Menurut Dewi & Nugroho (2019) Kenyamanan adalah persepsi anggota terhadap kemudahan dan suasana yang mendukung dalam menjalankan aktivitas menabung di koperasi. Hal ini termasuk fleksibilitas waktu layanan, keramahan staf, serta penggunaan teknologi untuk mendukung transaksi yang cepat dan mudah.

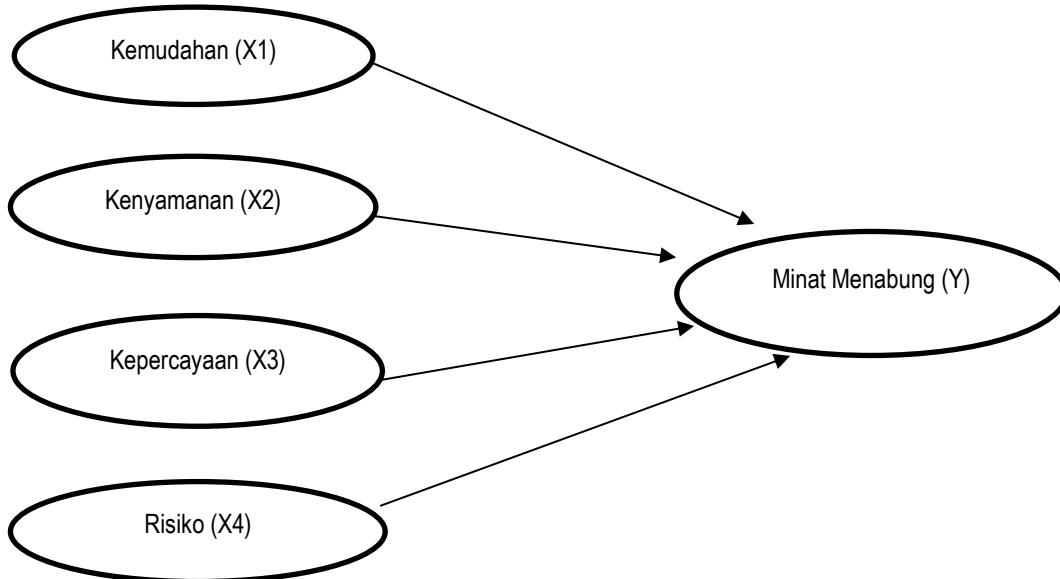
### Kepercayaan

Kepercayaan adalah faktor penting yang memengaruhi minat seseorang untuk menabung di koperasi. Jika koperasi memiliki reputasi yang baik dan transparan dalam pengelolaan dana orang akan merasa lebih aman menyimpan uang mereka. Selain itu, komunikasi yang jelas dan jujur dari petugas koperasi, seperti memberikan informasi yang lengkap tentang produk tabungan, juga membantu membangun kepercayaan. Menurut Katubi (2020) kepercayaan merupakan kunci suatu pihak terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan, bahwa pihak yang dipercaya memiliki segala kewajibannya dengan baik dan sesuai yang diharapkan.

### Risiko

Koperasi harus mampu mengurangi kekhawatiran ini dengan memastikan keamanan dana, memberikan jaminan perlindungan, dan menunjukkan transparansi dalam pengelolaan keuangan. Semakin kecil risiko yang dirasakan oleh calon nasabah, semakin besar minat mereka untuk menyimpan uang di koperasi. Mengelola risiko dengan baik akan membantu koperasi membangun kepercayaan dan menarik lebih banyak nasabah. Menurut Suyanto (2018) Risiko adalah tingkat ketidakpastian yang dirasakan anggota koperasi terkait keamanan simpanan dan pengelolaan dana koperasi. Risiko yang tinggi, seperti kurangnya transparansi atau manajemen yang buruk, dapat menjadi hambatan bagi anggota untuk meningkatkan tabungan mereka. Jika lingkungan koperasi terasa aman, ramah, dan menyenangkan, orang akan lebih percaya dan nyaman untuk menyimpan uang mereka.

## Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

### Konsep Hipotesis

#### Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menabung

Kemudahan adalah faktor yang dapat meningkatkan minat menabung di koperasi. Selain itu, proses menabung yang cepat, sederhana, dan tidak berbelit-belit akan membuat orang semakin tertarik. Hal ini membantu menciptakan pengalaman yang menyenangkan sehingga minat menabung di koperasi menjadi lebih tinggi. Menurut Suyanto (2018) Kemudahan adalah kemampuan koperasi menyediakan fasilitas yang mendukung kepraktisan bagi anggotanya, seperti lokasi strategis, proses administrasi yang sederhana, dan pelayanan ramah. Aspek ini memengaruhi minat anggota untuk menabung karena mengurangi hambatan dalam interaksi mereka dengan koperasi.

Menurut Rohmah (2024) mengatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menabung. Sejalan dengan hasil penelitian menurut Rodríguez & Velasteguí (2019) menunjukkan bahwa aspek kemudahan, yang meliputi fleksibilitas akses dan keandalan pelayanan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota koperasi.

H1: Kemudahan Berpengaruh terhadap Minat Menabung

#### Pengaruh Kenyamanan terhadap Minat Menabung

Kenyamanan adalah faktor yang dapat meningkatkan minat seseorang untuk menabung di koperasi. Jika koperasi menyediakan layanan yang ramah, fasilitas yang bersih dan rapi, serta suasana yang nyaman, nasabah akan merasa lebih tenang dan percaya untuk menyimpan uangnya. Selain itu, proses yang cepat dan jelas tanpa kerumitan juga membuat nasabah merasa nyaman. Menurut Tjiptono (2015) Kenyamanan dalam

layanan adalah tingkat kemudahan dan kepuasan yang dirasakan pelanggan saat menggunakan layanan tertentu. Pada koperasi, kenyamanan mencakup suasana lingkungan yang mendukung, pelayanan yang ramah, dan kecepatan respons, yang semuanya dapat mendorong minat anggota untuk menyimpan dana.

Menurut Maharani et al., (2021) mengatakan bahwa pelayanan yang berkualitas mampu menciptakan rasa nyaman bagi nasabah dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mereka untuk menabung. Sejalan dengan hasil penelitian menurut Relita (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, yang melibatkan aspek kenyamanan seperti empati, tanggapan cepat, dan jaminan, berpengaruh signifikan terhadap minat anggota untuk menabung.

**H2: Kenyamanan Berpengaruh Terhadap Minat Menabung**

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung**

Kepercayaan adalah hal utama yang membuat orang tertarik untuk menabung di koperasi. Jika koperasi dikelola dengan jujur, transparan, dan memiliki izin resmi, nasabah akan merasa lebih aman. Orang juga cenderung percaya jika koperasi memiliki reputasi yang baik dan sudah terbukti mampu mengelola dana dengan baik. Petugas koperasi yang ramah dan memberikan informasi yang jelas tentang layanan juga membantu membangun kepercayaan. Menurut Mulyani & Rahardjo (2018), kepercayaan terhadap koperasi sebagai tempat menabung sering dipengaruhi oleh hubungan yang lebih personal antara koperasi dan anggotanya. Karena koperasi berorientasi pada kesejahteraan anggota, banyak orang merasa lebih yakin menabung di koperasi daripada di bank. Kepercayaan ini didorong oleh pengelolaan yang lebih transparan dan adanya rasa keterikatan sosial antar anggota.

Menurut Nurrohmah & Purbayati (2020) mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung. Sejalan dengan hasil penelitian Ermawati & Sidiq (2021) Kepercayaan memiliki pengaruh positif dengan minat menabung, dapat diartikan jika tanggapan dari nasabah terkait keunggulan produk semakin baik maka akan meningkatkan minat menabung.

**H3: Kepercayaan Berpengaruh terhadap Minat Menabung**

### **Pengaruh Risiko terhadap Minat Menabung**

Risiko adalah faktor yang dapat memengaruhi minat seseorang untuk menabung di koperasi. Jika orang merasa ada risiko seperti dana yang tidak aman, koperasi yang tidak dikelola dengan baik, atau kurangnya transparansi, mereka akan ragu untuk menyimpan uangnya. Untuk mengurangi kekhawatiran ini, koperasi perlu memastikan keamanan dana dengan pengelolaan yang profesional dan diawasi oleh lembaga resmi. Selain itu, memberikan informasi yang jelas tentang perlindungan nasabah dan menjamin proses pencairan dana yang mudah juga penting. Semakin kecil risiko yang dirasakan, semakin besar minat orang untuk menabung di koperasi. Menurut Sudarsono (2017) Dalam konteks koperasi, risiko didefinisikan sebagai potensi kerugian yang dihadapi oleh anggota akibat kegagalan koperasi dalam mengelola dana. Tingkat risiko yang dirasakan anggota dapat memengaruhi keputusan mereka untuk menabung, terutama jika koperasi tidak memberikan jaminan keamanan.

Menurut Aprileny et al., (2024) mengatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. sejalan dengan hasil penelitian Maghfiroh (2018) menyoroti bahwa risiko, khususnya risiko operasional, dapat memengaruhi keputusan nasabah untuk bertransaksi, termasuk menabung, di lembaga keuangan seperti koperasi. Jika risiko ini dikelola dengan baik, hal itu akan mengurangi kekhawatiran nasabah dan meningkatkan minat mereka untuk berinvestasi atau menabung

H4: Risiko Berpengaruh terhadap Minat Menabung

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis data primer dan data sekunder, data primer dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner dan data sekunder dalam penelitian ini berupa penelitian terdahulu dan data lain yang mendukung temuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 1000 anggota KSU Nawara Jepara, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sampling dengan model purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Anggota aktif yang menabung di KSU Nawara Jepara.
- 2) Anggota dengan syarat tabungan minimal Rp 1.000.000.
- 3) Anggota melakukan transaksi menabung minimal dua kali perbulan.

Dari kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 91 responden selama periode penelitian dilakukan. Pengumpulan data kuesioner disusun dengan skala likert 1-4 point, nilai 1 artinya sangat tidak setuju sampai nilai 4 artinya sangat setuju. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) 4.0. Berikut akan menampilkan operasionalisasi variabel penelitian dari masing-masing variabel.

**Tabel 2 Pengukuran Variabel**

Variabel	Indikator
Kemudahan (X1)	1. Kemudahan Akses Layanan 2. Kecepatan Proses Transaksi 3. Fleksibilitas Akses 4. Penggunaan Teknologi (Hasibuan 2016)
Kenyamanan (X2)	1. Tingkat Kenyamanan dalam Bertransaksi 2. Kemudahan Berkommunikasi 3. Kecepatan Responsifitas Layanan 4. Kualitas Pelayanan (Dewi & Nugroho 2019)
Kepercayaan (X3)	1. Keamanan Transaksi 2. Perlindungan Data Pribadi 3. Konsistensi Layanan 4. Reputasi Koperasi (Katubi 2020)
Risiko (X3)	1. Tingkat Kekhawatiran Terhadap Keamanan Dana 2. Risiko Pencurian Data 3. Persepsi Kerugian dan Menabung 4. Perlindungan terhadap Risiko Finansial (Suyatno 2018) 1. Keterlibatan dalam Program menabung

Minat Menabung (Y)	2. Frekuensi Menabung
	3. Rencana Menabung di Masa Depan (Dewi & Nugroho 2019)

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis yang digunakan untuk menilai dampak kemudahan, kenyamanan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat menabung adalah analisis regresi linier berganda. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat menabung
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X<sub>1</sub> = Kemudahan
- X<sub>2</sub> = Kenyamanan
- X<sub>3</sub> = Kepercayaan
- X<sub>4</sub> = Risiko
- e = standar error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Yang menjadi responden dalam penelitian ini diuraikan dalam beberapa karakteristik, yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, dan jumlah saldo tabungan.

**Tabel 3 Karakteristik Responden**

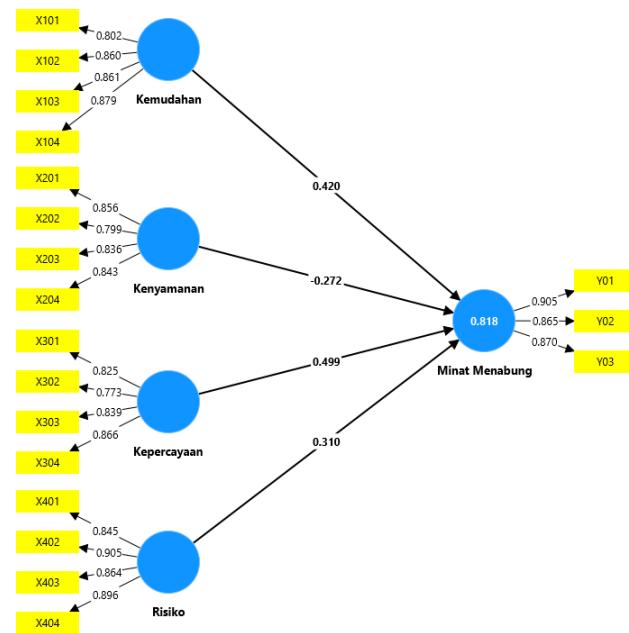
Karakteristik	Jumlah	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Perempuan	69	69%
Laki-laki	22	22%
<b>Umur</b>		
< 18 tahun	6	6%
19-25 tahun	8	8%
26-35 tahun	27	27%
36-44 tahun	22	22%
>44 tahun	28	28%
<b>Jumlah Saldo tabungan</b>		
1-5 juta	31	31%
6-10 juta	25	25%
11-15 juta	29	29%
16-20 juta	6	6%
<b>Frekuensi Menabung</b>		
2-4 kali/bulan	21	21%
5-8 kali/bulan	27	27%

>8 kali/bulan	43	43%
---------------	----	-----

Dari tabel diatas responden berdasarkan jenis kelamin yang dimiliki responden paling dominan adalah perempuan dengan jumlah sebanyak 69 responden dengan persentase 69%, sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 22 responden dengan persentase 22%. Responden berdasarkan usia yang dimiliki responden yaitu umur < 18 tahun sebanyak 6 responden dengan persentase 6%, umur 18-24 tahun yang sebanyak 8 responden dengan persentase 8%, umur 25-34 tahun sebanyak 27 responden dengan persentase sebesar 27%, umur 35-44 tahun sebanyak 22 responden dengan persentase 22%, dan umur > 44 tahun yang paling dominan sebanyak 28 responden dengan persentase 28%. Responden berdasarkan jumlah saldo tabungan yang paling dominan yaitu 1-5 juta sebanyak 31 responden dengan persentase 31%, 6-10 juta sebanyak 25 responden dengan persentase 25%, 11-15 juta sebanyak 29 responden dengan persentase % 29, dan 16-20 juta sebanyak 6 responden dengan persentase 6%. Responden berdasarkan frekuensi menabung yang paling dominan yaitu 2-4 kali/bulan sebanyak 21 responden dengan persentase 21%, 5-8 kali/bulan sebanyak 27 responden dengan persentase 27%, dan >8 kali/bulan sebanyak 43 responden dengan persentase 43%.

Berikut ini merupakan salah satu model pengukuran (outer model) yaitu convergent validity sebagai berikut:

Pada gambar 1 terdapat hasil outer model sebagai berikut:



Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SmartPLS 4.0

Gambar 2. Outer Model

Pada tabel 4 terdapat nilai outer loading sebagai berikut:

**Tabel 4 Nilai Outer Loading**

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Kemudahan (X1)	X101	0,802	Valid
	X102	0,860	Valid
	X103	0,861	Valid
	X104	0,879	Valid
Kenyamanan (X2)	X201	0,856	Valid
	X202	0,799	Valid
	X203	0,836	Valid
	X204	0,843	Valid
Kepercayaan X3	X301	0,825	Valid
	X302	0,773	Valid
	X303	0,839	Valid
	X304	0,866	Valid
Risiko (X4)	X401	0,845	Valid
	X402	0,905	Valid
	X403	0,864	Valid
	X404	0,896	Valid
Minat Menabung (Y)	Y01	0,905	Valid
	Y02	0,865	Valid
	Y03	0,870	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SmartPLS 4.0*

Pada tabel diatas outer loading seluruh variabel > 0,7 menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap valid dan layak untuk penelitian.

### **Uji Validitas Diskriminan**

Pada tabel 5 terdapat uji validitas diskriminana sebagai berikut:

**Tabel 5 Uji validitas Diskriminan**

<b>Average variance extracted (AVE)</b>	
Kemudahan	0,724
Kenyamanan	0,695
Kepercayaan	0,683
Risiko	0,770
Minat Menabung	0,774

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SmartPLS 4.0*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Average Variance Extracted (AVE) pada variabel kemudahan (X1), kenyamanan (X2), kepercayaan (X3), risiko (X4), dan

minat menabung (Y) memiliki nilai  $> 0,50$  berarti variabel kemudahan, kenyamanan, kepercayaan, risiko, dan minat menabung konstruk reliabel.

### **Uji Reliabilitas**

Pada tabel 6 terdapat uji reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 6 Uji Reliabilitas**

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
Kemudahan	0,873	0,913
Kenyamanan	0,855	0,901
Kepercayaan	0,834	0,896
Risiko	0,900	0,931
Minat Menabung	0,854	0,911

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SmartPLS 4.0*

Pada tabel di atas nilai cronbach's alpha variabel kemudahan (X1), kenyamanan (X2), kepercayaan (X3), risiko (X4), dan minat menabung (Y) memiliki nilai  $> 0,70$  dengan demikian hasil ini menunjukkan reliabel.

Berdasarkan pada tabel diatas nilai composite reliability dari masing-masing variabel menunjukkan nilai konstruk  $> 0,60$ . Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi composite realibility sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi.

### **R-Square**

Berikut ini merupakan olah data model struktural (inner model) yaitu *coefficient of determination* sebagai berikut:

Pada tabel 7 terdapat hasil R-Square sebagai berikut:

**Tabel 7 R-Square**

Variabel	R-square	Adjusted R-square
Minat Menabung	0,818	0,809

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SmartPLS 4.0*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R-Square untuk variabel minat menabung sebesar 0,818. Perolehan tersebut menjelaskan bahwa presentase variabel minat menabung sebesar 81,8%. Sedangkan sisanya sebesar 18,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

### Path Coeffisient

Berikut ini merupakan pengujian hipotesis pada tabel 8 terdapat hasil path coefisien sebagai berikut:

**Tabel 8 Path Coeffisient**

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
Kemudahan -> Minat Menabung	0,420	0,473	0,203	2,068	0,039
Kenyamanan -> Minat Menabung	-0,272	-0,209	0,207	1,314	0,189
Kepercayaan -> Minat Menabung	0,499	0,451	0,193	2,591	0,010
Risiko -> Minat Menabung	0,310	0,247	0,212	1,463	0,144

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SmartPLS 4.0

Pengaruh kemudahan terhadap minat menabung yaitu berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan antara variabel kemudahan (X1) terhadap minat menabung (Y) menghasilkan nilai t-hitung sebesar 2,068 dan nilai signifikan p value  $0,039 < 0,05$ . Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada anggota KSU Nawara Jepara.

Pengaruh kenyamanan terhadap minat menabung yaitu berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan antara variabel kenyamanan (X2) terhadap minat menabung (Y) menghasilkan nilai t-hitung sebesar 1,314 dan nilai signifikan p value  $0,189 > 0,05$ . Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa variabel kenyamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada anggota KSU Nawara Jepara.

Pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung yaitu berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan antara variabel kepercayaan (X3) terhadap minat menabung (Y) menghasilkan nilai t-hitung sebesar 2,591 dan nilai signifikan p value  $0,010 < 0,05$ . Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada anggota KSU Nawara Jepara.

Pengaruh risiko terhadap minat menabung yaitu berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan antara variabel risiko (X4) terhadap minat menabung (Y) menghasilkan nilai t-hitung sebesar 1,463 dan nilai signifikan p value  $0,144 > 0,05$ . Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa variabel risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada anggota KSU Nawara Jepara.

Hipotesis pertama mengenai pengaruh kemudahan terhadap minat menabung yaitu hasil penelitian menunjukkan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Karena orang cenderung memilih layanan yang membantu mereka mengelola keuangan, dengan adanya kemudahan menabung maka meningkatkan minat mereka. Menabung terasa lebih praktis dan efisien dengan fitur seperti akses cepat ke layanan, proses pendaftaran yang sederhana, penggunaan teknologi digital, dan fleksibilitas dalam menabung atau menarik dana. Dengan adanya kemudahan tersebut maka menabung menjadi lebih mudah dan orang lebih termotivasi untuk melakukannya karena mereka tidak perlu menghabiskan banyak waktu atau menghadapi masalah yang sulit. Oleh karena itu,

satu hal penting yang mendorong orang untuk menabung adalah kemudahan, terutama di KSU Nawara Jepara yang dapat memberikan layanan yang mudah dan nyaman. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu menurut Rohmah (2024) mengatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menabung.

Hipotesis kedua mengenai pengaruh kenyamanan terhadap minat menabung yaitu hasil penelitian menunjukkan kenyamanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Karena anggota lebih fokus pada manfaat utama, kenyamanan layanan, komunikasi, dan fasilitas koperasi dapat dianggap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Misalnya, keramahan karyawan atau kemudahan proses administrasi dalam pelayanan dihargai, tetapi tidak merupakan alasan utama untuk membuat keputusan menabung. Dalam hal komunikasi, ketika informasi penting seperti bunga tabungan dan keuntungan disampaikan dengan jelas, cara atau kenyamanan komunikasi menjadi kurang penting. Selain itu, fasilitas seperti lokasi yang strategis, ruang tunggu yang nyaman, atau penggunaan teknologi canggih sering kali dianggap sebagai nilai tambahan semata-mata, bukan nilai yang penting. Oleh karena itu, anggota koperasi cenderung lebih mengutamakan faktor keuangan dan kepercayaan saat memutuskan untuk menabung, meskipun kenyamanan dalam berbagai aspek ini dapat meningkatkan pengalaman. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu menurut Rika Widianita (2023) mengatakan bahwa kenyamanan tidak menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi minat menabung.

Hipotesis ketiga mengenai pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung yaitu hasil penelitian menunjukkan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Karena menabung melibatkan keputusan untuk mempercayakan uang kepada sebuah lembaga. Jika seseorang merasa yakin bahwa KSU Nawara Jepara aman, jujur, dan dikelola secara profesional, maka mereka akan lebih termotivasi untuk menaruh uang mereka di sana. Kepercayaan ini juga mencakup keyakinan bahwa KSU Nawara Jepara mampu menjaga kerahasiaan data, memberikan layanan yang baik, dan memiliki reputasi yang baik. Sebaliknya, jika KSU Nawara Jepara dianggap tidak transparan atau berisiko, orang cenderung ragu untuk menabung meskipun ada keuntungan lain yang ditawarkan. Oleh karena itu, kepercayaan merupakan dasar penting untuk menumbuhkan minat menabung di KSU Nawara Jepara. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu menurut Nurrohmah & Purbayati (2020) mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung.

Hipotesis keempat mengenai pengaruh risiko terhadap minat menabung yaitu hasil penelitian menunjukkan risiko tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Karena dalam koperasi tersebut risiko kehilangan uang tergolong rendah, sebagian besar anggota koperasi yang sudah lama berpartisipasi merasa bahwa uang mereka aman, sehingga risiko kehilangan bukanlah pertimbangan utama. Orang merasa aman dan tidak terlalu memikirkan risiko karena reputasi yang baik, pengalaman positif sebelumnya, dan pengawasan dari pihak terkait. Hal ini tidak menjadi penghalang utama jika risikonya kecil atau sudah dikelola dengan baik. Apalagi, dampak risiko dianggap kecil bagi mereka yang menabung hanya untuk kebutuhan jangka pendek. Hasil penelitian ini sejalan dengan

penelitian terdahulu yaitu menurut Batubara & Anggraini (2022) mengatakan bahwa risiko yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap minat menabung generasi Z Di kota Medan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat empat faktor yang memengaruhi minat menabung di KSU Nawara Jepara. Pertama, kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung karena layanan yang praktis, fleksibel, dan berbasis teknologi memotivasi orang untuk menabung. Kedua, kenyamanan tidak berpengaruh signifikan karena menabung lebih dipengaruhi oleh faktor utama seperti keamanan dan keuntungan dibandingkan suasana kantor atau keramahan staf. Ketiga, kepercayaan memiliki pengaruh signifikan karena keyakinan terhadap keamanan, profesionalisme, dan transparansi KSU Nawara Jepara menjadi dasar penting bagi keputusan menabung. Keempat, risiko tidak memengaruhi minat menabung secara signifikan karena reputasi baik dan pengelolaan risiko yang efektif membuat nasabah merasa aman. Secara keseluruhan, kemudahan dan kepercayaan menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat menabung, sementara kenyamanan dan risiko dianggap sebagai faktor pendukung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, N., Isnaini, D., & Oktarina, A. (2019). Lembaga Keuangan Syariah (R. Desiana (ed.)). CV. Zegie Utama.
- Aprileny, I., Harjuniarti, A., & Apri Emarawati, J. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Web Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menabung Produk Digital Saving BRI Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada nasabah BRI Cabang Jatinegara). *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 211–220. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3350>
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Cleanita Imra'atul Khasanah, & Nur Huri Mustofa. (2022). Analysis of Customer Perceptions, Trust and Brand Image on Customer Interest and Saving Decisions. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 93–111.
- Dendi Oktavian, R., & Oktafia, R. (2019). Perkembangan Ekonomi dan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. <http://eprints.umsida.ac.id/ideprint/3734>
- Ermawati, C., & Sidiq, A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Kendal Boja. SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 19(3), 211–219. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4062>
- Hartono, E., Santhanam, R., & Holsapple, C. W. (2007). Factors that contribute to management support system success: An analysis of field studies. *Decision Support Systems*, 43(1), 256–268. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.09.012>
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Hasibuan, Malayu SP. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hikmah, Y. (2020). Literasi Keuangan pada Siswa Sekolah Dasar di Kota Depok, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(2), 103–108.
- Iradianty, A., & Azizah, P. Z. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Sosialisasi Keuangan Keluarga, dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung pada Siswa Usia Remaja Kota Yogyakarta. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 4(1), 13–22. <https://doi.org/10.33476/jobs.v4i1.3600>
- Jumantoro, R., Farida, U., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Kompetensi, Motivasi Kerja, Beban Kerja, Dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Sumber Daya Manusia Koperasi Serba Usaha Anak Mandiri Ponorogo. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 106. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.244>
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

- Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada BSI Ex BSM). *Jurnal Syarikah P*, 7(2), 127–135. [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id)
- Malikah, I. M., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Financial Technology Peer To Peer Lending (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa Manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi: JMMA*, 2(3), 451–467.
- Nurdin, Winda Nur Azizah, & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan,Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>
- Razi, S., Syahrudin, H., & Budiman, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. *Jurnal Edukasi Ekonomi*, 1(1), 1–9. <http://jurnal.untan.ac.id/JEE1>
- Relita, D. T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Minat Menabung Anggota Koperasi Kredit Bina Masyarakat Cabang Sintang. *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 137–147. <https://doi.org/10.31932/jpe.v5i2.903>
- Rika Widianita, D. (2023). No Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Nagan Raya 1)Title. *At Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Rodríguez, Velastequí, M. (2019). *No Minat Menabung Masyarakat Pada Koperasi Syariah Dan Bri Di Singki Kabupaten Enrekang*. 1–23.
- Rohmah, N. (2024). *Pengaruh kemudahan dan literasi keuangan syariah terhadap minat menabung di bank syariah indonesia*. 7(1), 59–67.
- Setyawan, Y. N., & Japarianto, E. (2014). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8.