

Analisis Pengaruh Jaminan Rasa Aman dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di BMT AMANAH UMMAH Sukoharjo

Sri Wulan Oktaviani¹, Ari Susanti²

^{1,2} Program Studi Manajeme, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Email: srioktnb@gmail.com¹, santisties@gmail.com²,

Article Info

Article history:

Received December 02, 2025

Revised December 15, 2025

Accepted December 28, 2025

Keywords:

Perceived Security, Trust,
Saving Intention, BMT, Islamic
Finance

ABSTRACT

Saving intention in Baitul Maal wat Tamwil (BMT) is influenced by psychological factors, particularly perceived security and trust. This study aims to examine the effect of these variables on saving intention at BMT Amanah Ummah Sukoharjo. A quantitative associative approach was employed with 96 active saving customers. Data were analyzed using multiple linear regression. The results show that perceived security has a positive and significant effect on saving intention, while trust has a positive but insignificant effect. The Adjusted R Square value of 0.521 indicates that the model has fairly strong explanatory power.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received December 02, 2025

Revised December 15, 2025

Accepted December 28, 2025

Keywords:

Jaminan Rasa Aman,
Kepercayaan, Minat
Menabung, BMT, Keuangan
Syariah

ABSTRAK

Minat menabung pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dipengaruhi oleh faktor psikologis, khususnya jaminan rasa aman dan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap minat menabung nasabah BMT Amanah Ummah Sukoharjo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan sampel 96 nasabah tabungan aktif. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji t menunjukkan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,521 menunjukkan model memiliki daya jelaskan yang cukup kuat

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Sri Wulan Oktaviani
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
Email: srioktnb@gmail.com

PENDAHULUAN

Pertumbuhan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia, terutama *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT), menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Kenaikan ini selaras dengan

meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sistem keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), terdapat lebih dari 6.000 BMT yang beroperasi secara aktif dengan jumlah anggota mencapai lima juta orang. BMT berperan penting dalam memperkuat perekonomian umat, khususnya bagi masyarakat menengah ke bawah yang membutuhkan akses pembiayaan dan layanan simpanan berbasis syariah (Huda & Rini, 2023).

Meskipun potensinya besar, tingkat partisipasi masyarakat dalam produk simpanan BMT masih relatif rendah. Banyak calon nasabah masih menganggap lembaga konvensional lebih aman dan transparan dibanding lembaga syariah. Padahal, BMT menawarkan mekanisme pengelolaan dana yang tidak hanya berlandaskan prinsip keadilan, tetapi juga mengedepankan nilai kejujuran serta keberkahan. Rendahnya minat menabung ini menunjukkan adanya faktor-faktor non-ekonomi yang turut memengaruhi perilaku masyarakat (Sari & Lestari, 2023).

Beberapa studi sebelumnya menegaskan bahwa keputusan seseorang untuk menabung tidak semata-mata dipengaruhi oleh besarnya keuntungan finansial, melainkan juga oleh tingkat kepercayaan dan rasa aman terhadap lembaga yang bersangkutan (Prasetyo & Fitriani, 2020). Jaminan rasa aman (*perceived security*) berkaitan dengan sejauh mana nasabah merasa yakin bahwa dana mereka terlindungi dari risiko kehilangan, penyalahgunaan, atau kesalahan transaksi. Semakin tinggi persepsi keamanan, semakin besar keinginan seseorang untuk menabung di lembaga tersebut (Hariyanto, 2022).

Selain itu, kepercayaan (*trust*) menjadi unsur penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara nasabah dan lembaga keuangan. Menurut Morgan dan Hunt (2023), kepercayaan adalah keyakinan bahwa suatu lembaga akan bertindak secara jujur, kompeten, dan memenuhi janji kepada konsumennya. Penelitian Hidayat dan Nuraini (2021) menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor paling dominan dalam mendorong masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Tanpa adanya rasa percaya, calon nasabah cenderung enggan menaruh dananya meskipun lembaga tersebut beroperasi berdasarkan nilai-nilai Islam.

Fenomena ini juga ditemukan di BMT Amanah Ummah Sukoharjo, yang dikenal memiliki reputasi baik dan jaringan anggota yang luas. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian masyarakat masih menunjukkan keraguan terhadap sistem keamanan dan transparansi lembaga. Selain itu, persepsi terhadap profesionalisme pengelolaan dana juga beragam. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan BMT dalam menarik minat masyarakat menabung sangat bergantung pada sejauh mana lembaga mampu membangun kepercayaan serta memberikan jaminan rasa aman yang meyakinkan.

Penelitian terdahulu oleh Sari dan Lestari (2023), Hidayat dan Nuraini (2021), serta Prasetyo dan Fitriani (2020) telah menunjukkan adanya pengaruh positif antara kepercayaan dan rasa aman terhadap minat menabung di lembaga keuangan syariah. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada konteks bank syariah berskala nasional dan belum banyak menelaah peran kedua faktor tersebut dalam konteks lembaga mikro seperti BMT. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya menguji kedua variabel secara terpisah, bukan secara simultan dengan mempertimbangkan karakteristik lokal masyarakat Sukoharjo. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan *novelty* berupa analisis empiris terhadap pengaruh jaminan rasa aman dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat menabung di BMT Amanah Ummah Sukoharjo.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan literatur perilaku keuangan syariah (*behavioral finance*) sekaligus menjadi

rujukan praktis bagi lembaga keuangan mikro syariah dalam meningkatkan kepercayaan dan persepsi kemandirian nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh jaminan rasa aman (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap minat menabung (Y). Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang dikumpulkan bersifat numerik dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Penelitian asosiatif dipilih untuk menguji hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2019).

Penelitian dilaksanakan di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Amanah Ummah Sukoharjo, sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak dalam penghimpunan dana dan pembiayaan berbasis syariah. Waktu penelitian berlangsung selama empat bulan, yaitu September hingga Desember 2025. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah tabungan aktif di BMT Amanah Ummah Sukoharjo. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan tingkat kepercayaan 95%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria nasabah aktif minimal enam bulan, melakukan transaksi dalam tiga bulan terakhir, dan bersedia mengisi kuesioner.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah tabungan, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen internal lembaga, literatur ilmiah, dan jurnal penelitian yang relevan. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin, yang terdiri atas indikator jaminan rasa aman, kepercayaan, dan minat menabung. Uji validitas dilakukan dengan korelasi Pearson Product Moment, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan ketentuan nilai alpha lebih dari 0,70 agar instrumen dinyatakan reliabel (Ghozali, 2018).

Analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan tanggapan terhadap variabel penelitian, sedangkan analisis inferensial menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (1)$$

Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan model memenuhi kriteria BLUE (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t parsial dengan tingkat signifikansi 0,05, serta koefisien determinasi (*Adjusted R²*) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi minat menabung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Mean	std Deviasi	Keterangan
Jaminan Rasa Aman (X ₁)	8	31,97	5,26	Persepsi responden tinggi terhadap keamanan BMT
Kepercayaan (X ₂)	6	25,03	3,2	Tingkat kepercayaan tergolong sangat baik
Minat Menabung (Y)	8	30,42	5,43	Responden memiliki minat menabung tinggi

Tabel 1 menunjukkan nilai rata-rata setiap variabel berada di atas 3,5 yang menunjukkan bahwa nasabah memiliki persepsi positif terhadap aspek jaminan rasa aman dan kepercayaan di BMT Amanah Ummah Sukoharjo, sejalan dengan tingginya minat menabung pada lembaga tersebut. Temuan deskriptif ini mengindikasikan bahwa BMT Amanah Ummah Sukoharjo telah mampu membangun rasa aman dan kepercayaan di kalangan nasabah, yang berdampak pada meningkatnya niat untuk menabung. Kondisi tersebut mencerminkan adanya potensi yang kuat bagi lembaga dalam mempertahankan loyalitas nasabah sekaligus menarik calon anggota baru.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan Pearson Product Moment Correlation dengan kriteria r hitung $> r$ tabel (0,2006) dan signifikansi $< 0,05$, hasilnya seluruh item pada variabel jaminan rasa aman (X₁), kepercayaan (X₂), dan minat menabung (Y) dinyatakan valid serta memenuhi construct validity. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai di atas 0,80, yang berarti reliabilitas sangat baik, sehingga kuesioner konsisten, dapat dipercaya, dan layak digunakan dalam analisis regresi.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Statistik Uji	Nilai	Kriteria	Kesimpulan
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	0,11	$> 0,05$	Normal

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa data residual dari model regresi telah memenuhi syarat kenormalan.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Jaminan Rasa Aman (X ₁)	0,535	1,869	Tidak ada multikolinearitas
Kepercayaan (X ₂)	0,535	1,869	Tidak ada multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada Tabel 3 dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) untuk memastikan tidak adanya korelasi tinggi antarvariabel bebas. Hasil olahan SPSS menunjukkan bahwa variabel jaminan rasa aman (X₁) dan kepercayaan (X₂) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,535 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 1,869 (< 10), sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Dengan demikian, antarvariabel bebas bersifat cukup independen dan model regresi layak digunakan tanpa adanya distorsi akibat korelasi antarvariabel.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Metode *Glejser*)

Variabel Independen	Nilai t	Signifikansi (Sig.)	Keterangan
Jaminan Rasa Aman (X_1)	2,089	0,139	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan (X_2)	1,58	0,118	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Hasil uji pada Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 ($X_1 = 0,139$; $X_2 = 0,118$), sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini diperkuat oleh pola sebaran titik pada grafik scatterplot antara nilai prediksi dan residual yang bersifat acak serta tidak membentuk pola tertentu, menandakan varians residual konstan. Dengan demikian, seluruh uji asumsi klasik telah terpenuhi, meliputi normalitas residual, tidak adanya multikolinearitas, dan homogenitas varians, sehingga analisis dapat dilanjutkan ke regresi linier berganda.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	Standard Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Konstanta)	3,222	3,065	–	1,051	0,296
Jaminan Rasa Aman (X_1)	0,616	0,1	0,597	6,146	0,000
Kepercayaan (X_2)	0,3	0,165	0,177	1,822	0,072

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,222 + 0,616X_1 + 0,300X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3,222 menggambarkan skor dasar minat menabung (Y) ketika variabel jaminan rasa aman (X_1) dan kepercayaan (X_2) bernilai nol, sedangkan koefisien regresi jaminan rasa aman sebesar 0,616 mengindikasikan bahwa peningkatan persepsi rasa aman akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,616 satuan dengan asumsi kepercayaan konstan, dan koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,300 menunjukkan bahwa setiap peningkatan tingkat kepercayaan akan menaikkan minat menabung sebesar 0,300 satuan dengan asumsi jaminan rasa aman tetap.

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (t-test)

Variabel Independen	Nilai t hitung	Sig.	t tabel df = 93	Kesimpulan
Jaminan Rasa Aman (X_1)	6,146	0,000	1,985	Berpengaruh signifikan
Kepercayaan (X_2)	1,822	0,072	1,985	Tidak berpengaruh signifikan

Hasil uji *t-test* pada Tabel 6 menunjukkan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, ditunjukkan oleh nilai t hitung (6,146) yang lebih besar dari t tabel (1,985) serta signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan yang dirasakan nasabah terhadap sistem BMT, semakin besar kecenderungan mereka untuk menabung, sehingga memperkuat teori *perceived security*

yang menyatakan bahwa keamanan menjadi faktor penting dalam membentuk keyakinan konsumen.

Sebaliknya, variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menabung karena nilai t hitung (1,822) lebih kecil dari t tabel (1,985) dengan signifikansi $0,072 > 0,05$. Meskipun berpengaruh positif, hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan belum cukup kuat meningkatkan minat menabung tanpa didukung oleh persepsi rasa aman.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,531	0,521	3,758

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,521 pada Tabel 7 menunjukkan bahwa sekitar 52,1% variasi minat menabung dapat dijelaskan oleh pengaruh gabungan rasa aman dan kepercayaan, sehingga menandakan model regresi memiliki daya jelaskan yang cukup kuat dan berada pada kategori moderat ke arah tinggi. Secara konseptual, temuan ini menegaskan bahwa perilaku menabung nasabah dipengaruhi oleh kombinasi persepsi keamanan sistem dan keyakinan terhadap lembaga, yang bersama-sama menciptakan rasa nyaman dalam mengambil keputusan menabung. Dengan demikian, uji koefisien determinasi memperkuat relevansi empiris model penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah dan menjadi dasar pembahasan lebih lanjut dengan teori serta penelitian terdahulu.

Pembahasan

Pengaruh Jaminan Rasa Aman terhadap Minat Menabung

Hasil analisis menunjukkan bahwa jaminan rasa aman memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa ketika nasabah merasa sistem BMT mampu memberikan perlindungan yang andal serta menjamin keamanan transaksi, dorongan untuk menyimpan dana di lembaga tersebut meningkat secara nyata. Dengan kata lain, persepsi keamanan yang tinggi menciptakan rasa percaya diri finansial yang mendorong individu untuk menabung secara lebih konsisten.

Temuan ini konsisten dengan teori *perceived security* yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016), bahwa rasa aman merupakan bentuk kepercayaan konsumen terhadap sistem yang mampu melindungi transaksi serta data pribadi mereka. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, keamanan tidak hanya menyangkut aspek teknis seperti perlindungan terhadap risiko kehilangan, tetapi juga menyentuh aspek moral dan spiritual berupa kepatuhan pada prinsip syariah.

Penelitian ini juga sejalan dengan hasil yang diperoleh oleh Hariyanto (2022) dan Handinisari et al. (2025) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan finansial masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jaminan rasa aman memainkan peran kunci dalam membentuk loyalitas serta intensi menabung nasabah BMT Amanah Ummah Sukoharjo.

Secara praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa BMT perlu terus memperkuat sistem keamanan transaksi digital, meningkatkan transparansi laporan keuangan, serta memastikan perlindungan data anggota. Langkah tersebut tidak hanya mempertahankan kepercayaan nasabah yang sudah ada, tetapi juga menarik calon nasabah baru yang mempertimbangkan aspek keamanan sebagai faktor utama.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif namun belum cukup kuat secara mandiri dalam meningkatkan minat menabung nasabah. Meskipun arah hubungan menunjukkan kecenderungan yang sejalan, temuan ini mengindikasikan bahwa rasa percaya saja tidak cukup efektif apabila tidak disertai dengan perasaan aman terhadap sistem dan pengelolaan dana. Dengan demikian, kepercayaan perlu berjalan beriringan dengan jaminan keamanan agar mampu menumbuhkan niat menabung yang lebih stabil dan berkelanjutan di kalangan nasabah.

Hasil ini berbeda dengan temuan Hidayat dan Nuraini (2021) yang menyatakan bahwa *trust* merupakan faktor paling dominan dalam membangun *saving intention* di BMT. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden di Sukoharjo yang lebih sensitif terhadap isu keamanan dibandingkan aspek reputasi lembaga. Masyarakat cenderung menilai tingkat kepercayaan mereka terhadap BMT melalui bukti konkret berupa keamanan sistem, bukan semata dari citra lembaga.

Namun, secara teoretis, temuan ini tetap mendukung pandangan Morgan dan Hunt (2023) dalam *Commitment–Trust Theory*, yang menjelaskan bahwa *trust* menjadi fondasi terbentuknya komitmen jangka panjang dalam hubungan lembaga dengan konsumennya. Dalam kasus ini, meskipun kepercayaan tidak signifikan secara statistik, perannya tetap penting sebagai penguat hubungan emosional antara BMT dan nasabah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa jaminan rasa aman menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat menabung nasabah, sedangkan kepercayaan berperan sebagai elemen pendukung yang memperkuat hubungan antara nasabah dan lembaga. Keduanya memiliki keterkaitan logis, di mana tingkat keamanan yang terjamin akan memperkuat kepercayaan, dan pada akhirnya meningkatkan niat nasabah untuk menabung.

Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan kajian *behavioral finance* dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah, karena membuktikan bahwa aspek psikologis memiliki pengaruh nyata terhadap perilaku ekonomi masyarakat. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi BMT Amanah Ummah Sukoharjo dalam memperkuat sistem keamanan digital, meningkatkan transparansi, serta membangun strategi komunikasi yang mampu menumbuhkan kepercayaan dan keterikatan emosional nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa jaminan rasa aman (*perceived security*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah BMT Amanah Ummah Sukoharjo, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan terhadap sistem, layanan, dan pengelolaan dana, maka semakin besar pula kecenderungan nasabah untuk menabung karena merasa tenang dan terlindungi dari risiko. Sementara itu, kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung, yang mengindikasikan bahwa kepercayaan saja belum cukup kuat mendorong keputusan menabung apabila tidak disertai dengan persepsi keamanan yang memadai. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat teori *behavioral finance* yang menyatakan bahwa keputusan keuangan individu tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis, khususnya rasa aman dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan. Temuan ini memberikan implikasi teoretis dalam pengembangan literatur keuangan syariah

serta implikasi praktis bagi pengelola BMT untuk memprioritaskan penguatan sistem keamanan, transparansi, dan kualitas layanan guna meningkatkan minat serta loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handinisari, R., Fadhilah, N., & Mulyadi, S. (2025). Perceived security dan customer confidence dalam keputusan finansial di lembaga keuangan syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Keuangan Islam*, 14(1), 45–57. <https://doi.org/10.24014/jeski.v14i1.2025>
- Hariyanto, D. (2022). Analisis pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan menabung di bank syariah. *Jurnal Keuangan Islam Indonesia*, 9(2), 88–101.
- Hidayat, R., & Nuraini, S. (2021). Analisis kepercayaan dan keamanan terhadap minat menabung di BMT Amanah. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Keuangan Syariah*, 6(1), 33–42.
- Huda, N., & Rini, A. (2023). Peran Baitul Maal wat Tamwil dalam penguatan ekonomi umat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah Indonesia*, 15(2), 112–123.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (2023). The commitment–trust theory of relationship marketing revisited: Contemporary perspectives. *Journal of Relationship Marketing*, 22(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/15332667.2023.2186579>
- Prasetyo, H., & Fitriani, D. (2020). Pengaruh perceived security dan trust terhadap saving intention di bank syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 8(1), 51–63.
- Sari, N., & Lestari, I. (2023). Pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan keamanan terhadap minat menabung di BMT XYZ. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Islam*, 9(1), 41–53.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.