

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN
PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung)**

Skripsi

NAVALIA AYUNINGTIAS

NPM : 1951020391



Program Studi: Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERIRADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H/ 2023 M**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN
PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

Navalia Ayuningtias

NPM. 1951020391

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Muhammad Kurniawan, S.E.,M.E.Sy.

Pembimbing II : Rosydalina Putri, M.S.Ak.,Akt

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H/ 2023 M**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan *product knowledge* terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai pemoderasi. Salah satu penyebab masih rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap produk bank syariah adalah rendahnya sosialisasi dari lembaga perbankan syariah. Sehingga pengenalan produk-produk perbankan syariah dikalangan masyarakat terkhusus mahasiswa merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Rumusan penelitian ini apakah pengaruh literasi keuangan syariah dan *product knowledge* terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi secara parsial.

Penelitian ini menggunakan data primer berupa penyebaran kuesioner melalui google-form kepada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung sebanyak 92 responden dengan menggunakan teknik *random sampling*. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 29 dengan metode analisis Moderated Regression Analysis (MRA).

Hasil yang diperoleh adalah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan memiliki pengaruh positif sebesar $8,168 > 1,986$. *Product knowledge* berpengaruh terhadap keputusan menabung dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan memiliki pengaruh positif sebesar $6,036 > 1,986$. Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung dengan nilai signifikansi $0,568 > 0,05$. Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan menabung dengan nilai signifikansi $0,111 > 0,05$

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge, Keputusan Menabung, Religiusitas

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of sharia financial literacy and product knowledge on savings decisions in sharia banks with religiosity as a moderator. One of the causes of low public knowledge of sharia banking products is the low level of socialization. from sharia banking institutions. So introducing sharia banking products among the public, especially students, is an important thing to do. The formulation of this research is the influence of sharia financial literacy and product knowledge on the decision to save in sharia banks with religiosity as a partial moderating variable.

This research uses primary data in the form of distributing questionnaires via Google-form to 92 students of UIN Raden Intan Lampung using random sampling techniques. Data processing uses SPSS version 29 with the Moderated Regression Analysis (MRA) analysis method.

The results obtained are that sharia financial literacy influences savings decisions with a significance value of $0.001 < 0.05$ and has a positive influence of $8.168 > 1.986$. Product knowledge influences savings decisions with a significance value of $0.001 < 0.05$ and has a positive influence of $6.036 > 1.986$. Religiosity cannot moderate the influence of sharia financial literacy on savings decisions with a significance value of $0.568 > 0.05$. Religiosity cannot moderate the influence of product knowledge on saving decisions with a significance value of $0.111 > 0.05$

Keywords : *Islamic Financial Literacy, Product Knowledge, Saving Decisions, Religiosity*



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131
Telp. (0721) 704030

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Navalía Ayuningtias
NPM : 1951020391
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variable Modereasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 26 September 2023
Penulis,




Naavalia Ayuningtias
NPM.1951020391



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Len H. Vindro Suratmin, Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 709289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)

Nama : Navalia Ayuningtias

NPM : 1951020391

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk Dimunagasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang Munagasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy

Rosydalina Putri, M.S.Ak, Ak

NIP. 198605172015031005

NIP. 198710182018012001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Any Eliza, SE., M.Ak

NIP. 198308152006042004



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Yet. H. Endra Surwamin I Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)”** disusun oleh **Navalia Ayuningtias, NPM: 1951020391**, Program Studi **Perbankan Syariah**, telah diajukan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Senin, 30 Oktober 2023**.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : **A. Zuliansyah, M.M.**

Sekretaris : **Gustika Nurmalia, M.Ek**

Penguji I : **Yetri Martika Sari, M.Acc**

Penguji II : **Rosydalina Putri, M.S.Ak. Akt**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Tutus Suryanto, S.E., M.M, Akt. CA

NIDN97009262008011008



MOTTO

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

(QS.Al-Isra' (17) : 27)



PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan rasa syukur kehadiran Allah SWT, penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai tanda bukti cinta dan kasih sayang yang tulus kepada:

1. Kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Ayahanda Akmaludin dan Ibunda Sriatun. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepada saya, yang telah dengan tulus dan sabar membesarkanku, yang selalu memberikan doa-doa demi kelancaran pendidikan dan kesuksesanku, terimakasih kepada kedua orangtuaku yang tidak pernah putus asa dalam membiayai dalam menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung. Semoga kedua orang tuaku selalu dalam lindungan Allah SWT, dipermudahkan disetiap langkahnya dan mendapatkan keberkahan baik didunia maupun diakhirat.
2. Kepada diri sendiri terimakasih atas semangat dan kesetiaannya untuk mau berproses dan berjuang menyelesaikan skripsi ini.
3. Kakak dan abangku tercinta yang sudah berpartisipasi dalam membiayai studi ini dan selalu memberikan motivasi, semangat dan nasihat serta doa kepada peneliti.
4. Seluruh keluarga besar, yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada peneliti.
5. Almamaterku Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang selalu dibanggakan, tempatku menimba ilmu dan berproses menjadi lebih baik dari ilmu pengetahuan maupun agama.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dianugerahi nama oleh Ayahanda dan Ibunda yaitu Navalia Ayuningtias. Dilahirkan di Talang Padang pada tanggal 10 November 2000. Putri bungsu dari 4 bersaudara atas pasangan Bapak Akmaludin dan Ibu Sriatun. Pendidikan dimulai dari SDN 1 Jagaraga dan selesai pada tahun 2012, selanjutnya peneliti melanjutkan di SMPN 3 Sukau dan selesai pada tahun 2016, kemudian melanjutkan ke jenjang pendidikan di SMAN 1 Sukau selesai pada tahun 2019, dan menempuh pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Pada Program Studi Perbankan Syariah UIN Raden Intan Lampung Dimulai Pada Tahun 2019.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena hanya dengan berkat, rahmat dan hidayahnyalah yang senantiasa dilimpahkan kepada peneliti berupa ilmu pengetahuan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)”** dapat terselesaikan. Shalawat beserta salam peneliti haturkan kepada Baginda Rasul Muhammad SAW, para sahabatnya dan para pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dalam penyelesaian skripsi ini tak lupa diucapkan terimakasih kepada pihak-pihak dibawah ini yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung:

1. Bapak Prof. Wan Jamaluddin Z. M,Ag., Ph.D Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Tulus Suyanto, M.M, Akt, C.A Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
3. Ibu Any Eliza., S.E., M.Ak. Selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan Ibu Femei Purnamasari., S.E., M.Si Selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
4. Bapak Muhammad Kurniawan., S.E., M.E.Sy. Selaku Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan, dan memotivasi penulis.

5. Ibu Rosydalina Putri., M.S.Ak Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan motivasi serta pengarahan yang sangat berarti bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen khususnya Program Studi Perbankan Syariah serta Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah berpartisipasi memberikan kemudahan dalam proses akademisi untuk peneliti selama masa studi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
7. Seluruh Staff Administrasi Dan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan bantuannya kepada peneliti.
8. Kedua orangtua, saudara dan seluruh keluarga besarku yang selalu mendoakan, memotivasi, dan memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman dan sahabat yang telah membantu serta memberikan dukungan semangat pada peneliti, semoga kita semua dapat menjadi orang yang bermanfaat. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu peneliti dalam proses menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Demikian kiranya kata pengantar bisa peneliti sampaikan, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Akhir kata peneliti ucapkan terimakasih, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Bandar Lampung, 26 September 2023

Navalia Ayuningtias
NPM. 1951020391

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
SURAT PERSETUJUAN	iv
SURAT PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	17
1. Identifikasi Masalah	17
2. Batasan Masalah.....	17
D. Rumusan Masalah	17
E. Tujuan Penelitian.....	18
F. Manfaat Penelitian.....	18
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	19
H. Sistematika Penulisan	24

BAB II LANDASAN TEORI.....	27
A. Teori yang Digunakan	27
1. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	27
2. <i>Theory Prospect</i>	28
B. Perilaku Konsumen	29
1. Definisi Perilaku Konsumen	29
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .	29
C. Literasi Keuangan.....	31
1. Definisi Literasi Keuangan.....	31
2. Indikator Literasi Keuangan Syariah.....	36
D. <i>Product Knowledge</i>	37
1. Definisi <i>Product Knowledge</i>	37
2. Indikator <i>Product Knowledge</i>	38
3. Produk Tabungan di Bank Syariah.....	38
E. Keputusan Menabung	40
1. Definisi Keputusan Menabung	40
2. Tujuan Menabung	41
3. Indikator Keputusan Menabung	42
F. Religiusitas	43
1. Definisi Religiusitas	43
2. Indikator Religiusitas	47
G. Kerangka Berpikir	49
H. Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Waktu dan Tempat Penelitian	55
B. Jenis Penelitian dan Sumber Data	55
1. Jenis Penelitian	55
2. Sumber Data.....	56
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data.....	57
1. Populasi	57
2. Sampel.....	57
3. Teknik Pengumpulan Data	58
D. Definisi Operasional Variabel	59
E. Metode Analisis Data	62

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	62
2. Uji Asumsi Klasik	63
3. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)	64
4. Uji Hipotesis.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Deskripsi Data	67
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
2. Profil responden	68
B. Uji Instrumen Data	70
1. Uji Validitas	70
2. Uji Reliabilitas.....	73
C. Uji Prasarat Analisis	74
1. Uji Asumsi Klasik	74
2. Uji Regresi Linier Berganda (MRA).....	78
3. Uji Hipotesis.....	82
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
BAB V PENUTUP	95
A. Simpulan.....	95
B. Saran.....	96
DAFTAR RUJUKAN.....	98
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah..	8
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert	58
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	59
Tabel 4.1 Jnis Kelamin Responden	69
Tabel 4.2 Tingkat Usia Responden	69
Tabel 4.3 Program Studi	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Validita	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Model 1	79
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Model 2	80
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi Model 1	82
Tabel 4.2 Uji Koefisien Determinasi Model 2	83
Tabel 4.13 Hasil Uji T Model 1	84
Tabel 4.14 Hasil Uji T Model 2	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kenaikan Market Share Keuangan Syariah.....	6
Gambar 1.2 Total Aset yang Dimiliki Perbankan Syariah	7
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	49



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penjelasan judul diperlukan dalam upaya memberikan batasan-batasan yang jelas dan pasti, dengan meletakkan masing-masing kata sesuai dengan maknanya. Dari sini kemudian ditarik satu pengertian sesuai dengan penulis maksudkan, sehingga dengan penjelasan ini dapat dihindari kesalahpahaman dalam memahami penelitian ini. Dengan penegasan tersebut diharapkan tidak terjadi kekeliruan terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.. Adapun judul yang dimaksud dalam penelitian ini adalah “**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)**”. Oleh karena itu, perlu uraian penelitian dan istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh merupakan energi yang terdapat ataupun mencuat dari suatu (orang, benda) yang turut membentuk sifat, keyakinan, ataupun perbuatan seorang.¹

2. Literasi Keuangan Syariah

literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, ketrampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran islam.²

¹ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat (Jakarta : Gramedia,2011),1045

² Agus Yulianto, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah’, 2018.

3. *Product Knowledge*

Pengetahuan produk dapat diartikan sebagai kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.³

4. **Keputusan Menabung**

Pengertian keputusan menabung sama dengan pengertian keputusan pembelian yaitu merupakan hasil dari berbagai pilihan untuk menemukan solusi dan menilai pilihan-pilihan yang akan secara sistematis dan obyektif disertai dengan melihat keuntungan dan kerugiannya..⁴

5. **Bank Syariah**

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan hanya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum Syariah dan bank pembiayaan rakyat Syariah.⁵

6. **Religiusitas**

Keadaan, pemahaman dan ketaatan seseorang dalam meyakini suatu agama yang diwujudkan dalam pengamalan nilai, aturan, kewajiban sehingga mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. ⁶

³ Agus Yulianto, *‘Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah’*, 2018.

⁴ Siti Nur Mu‘alifatut Thoyibah, *‘Pengaruh Faktor Demografi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bri Syariah Kcp Ponorogo’* (Iain Ponorogo, 2020).

⁵ A. Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta, Gramedia Pustaka Umum 2012)

⁶ Istiar Purnomo, Nasor, and Erike Anggreani, ‘Peran Islamic Work Ethic Pada Kinerja Karyawan Dengan Di Moderasi Religiusitas’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.01 (2023), 867–75.

7. Variabel Moderasi

Variabel *moderating* adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independent dan juga variabel dependen.⁷

B. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia saat ini sudah memasuki era globalisasi dalam berbagai aspek, termasuk didalamnya ialah aspek ekonomi, pertumbuhan perbankan syariah merupakan bagian yang integral dari aspek ekonomi menjadi salah satu indikator keberhasilan sektor keuangan syariah. Peningkatan kinerja sektor perbankan syariah menjadi suatu absolut, caranya bisa dilakukan dengan berinovasi produk untuk dapat berkompetisi atau bersaing dengan perbankan lainnya secara global. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia diiringi dengan perkembangan industri keuangan syariah yang diawali dari inspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang Islami.

Sejarah keberadaan bank syariah dalam sistem perbankan Indonesia sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1991 yaitu pada tanggal 1 November 1991 ditandai dengan berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia, dan bersamaan dengan diberlakukannya Undang-undang No. 7 Tahun 1992 Tentang perbankan. Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan bank syariah pertama yang berdiri pada tahun 1992 dengan berlandaskan pada Undang-undang No. 10. Menurut isi dari Undang-undang No. 10, BMI berkesempatan lebih luas untuk menjalankan aktivitasnya dengan berbasis aktivitas dual banking system, dan memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi secara total menjadi bank syariah.⁸

Perkembangan perbankan syariah pada orde baru ditandai dengan disetujuinya UU No. 10 Tahun 1998. Dalam undang-undang

⁷ Dian Novita Sari, 'Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12.1 (2023), 1–18.

⁸ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press,

tersebut diatur secara rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan merubah diri secara total menjadi bank syariah. Antusias masyarakat perbankan ternyata menyambut baik peluang tersebut. Sejumlah bank mulai memberikan pelatihan dalam bidang perbankan syariah bagi para stafnya. Sebagian bank tersebut ingin menjajaki untuk membuka cabang syariah dalam institusinya. Sebagian lainnya bahkan berencana untuk merubah diri sepenuhnya menjadi bank syariah. Hal demikian diantisipasi oleh Bank Indonesia dengan mengadakan pelatihan perbankan syariah bagi para pejabat Bank Indonesia dari semua bagian, terutama aparat yang berkaitan langsung seperti DPNP (Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan), kredit, pengawasan, akuntansi, riset, dan moneter.⁹

Industri perbankan syariah semakin lama semakin berkembang dengan banyaknya kita temui saat ini lembaga keuangan yang berlandaskan syariah, salah satunya BSI (Bank Syariah Indonesia) yang kini menyebar diseluruh Indonesia dengan memberikan pelayanan sesuai dengan syariat-syariat islam. Keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang resmi beroperasi pada Februari 2021 merupakan penggabungan (merger) dari tiga bank syariah nasional yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Bank Syariah Indonesia mengubah konstelasi perbankan syariah di Indonesia, dan membentuk polarisasi sekaligus pilar kekuatan baru dalam ekonomi syariah di Indonesia. Penggabungan ketiga bank syariah yang telah melalui proses due diligence (uji tuntas), penandatanganan akta penggabungan, penyampaian keterbukaan informasi, persetujuan izin operasional dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tersebut secara signifikan menghasilkan konsolidasi nilai aset Bank Syariah Indonesia (BSI) mencapai Rp.239,56 triliun yang

⁹ Fifin Zuriatul Casvi, 'Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah: Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Raudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang' (Uin Walisongo, 2019).

menjadikannya menjadi bank syariah dengan aset terbesar di Indonesia.¹⁰

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, dimana operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan landasan al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Prinsip tersebut berpacu pada aturan dasar atau aturan pokok hukum Islam. Prinsip ini menjadi landasan aturan muamalat yang mengatur hubungan antara bank dan pihak lain dalam rangka menghimpun dan penyaluran dana serta kegiatan perbankan syariah lainnya.

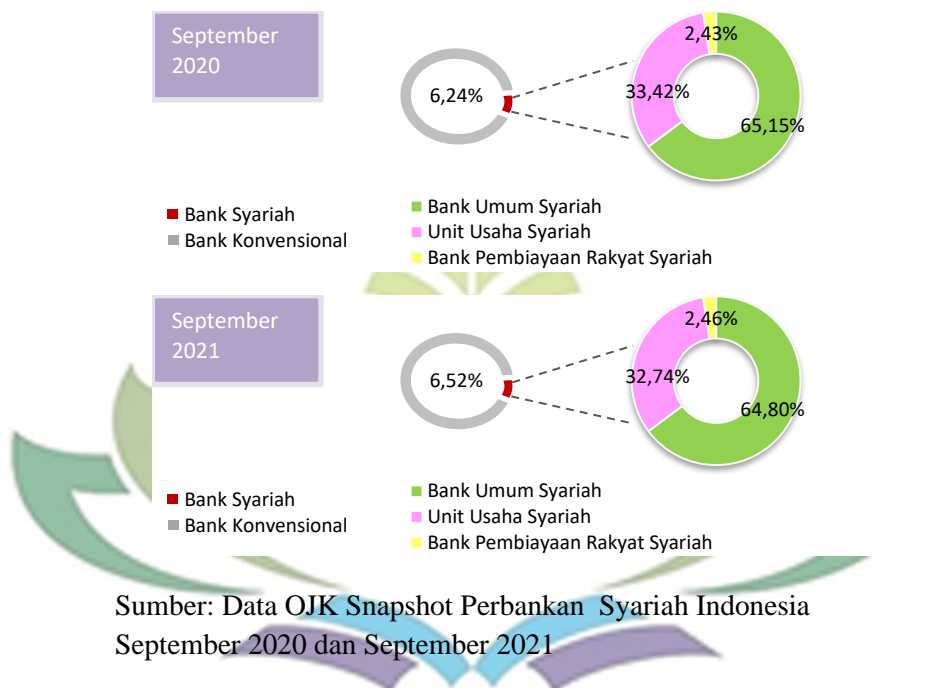
Di Indonesia sebagai negara muslim terbesar didunia, telah muncul pula kebutuhan untuk adanya bank yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip Syariah. Berdasarkan laporan RISSC (The Royal Islamic Strategic Studies Centre) atau MABDA yang bertajuk *The Muslim 500* edisi 2023, penduduk Indonesia yang beragama Islam mencapai 231,06 juta jiwa dan setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia. RISSC atau MABDA adalah Lembaga riset independen yang berafiliasi dengan Royal Aal al-Bayt Institute for Islamic Thought yang merupakan Lembaga Islam Internasional independen non pemerintahan dengan kantor pusat yang terletak di Amman, Ibu kota Kerajaan Hashemite Yordania. *The Muslim 500* merupakan salah satu buku yang diterbitkan oleh RISSC dan berisi tentang 500 Muslim yang paling berpengaruh di dunia.¹¹

Dengan fenomena penduduk muslim terbesar di Dunia seharusnya mayoritas masyarakat banyak yang lebih meminati untuk menggunakan lembaga perbankan syariah dan lebih memahami keuangan syariah. Kenyataannya masih banyak penduduk muslim di Indonesia yang belum menggunakan lembaga perbankan syariah sebagai alat transaksi sehari-hari dan masih menggunakan jasa lembaga perbankan konvensional yang dalam transaksinya mengandung riba yang dilarang oleh Allah SWT. Sebagai "*The Biggest Mouslim Country*", Indonesia masih dinilai

¹⁰ <https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/03/080500865/hal-hal-yang-perlu-diketahui-seputar-bank-syariah-indonesia?page=all> diakses pada 14 febuari 2023

¹¹ The Royal Islamic Strategic Studies Centre, *Muslim 500*, 2021.

belum dapat mengenalkan istilah keuangan syariah kepada kalangan masyarakat dan terus menjadi perhatian pihak yang ingin mengembangkan industri perbankan syariah. Hingga September 2021, *market share* keuangan syariah hanya mencapai 10,19%, mengalami kenaikan dari 9,72% pada September 2020.

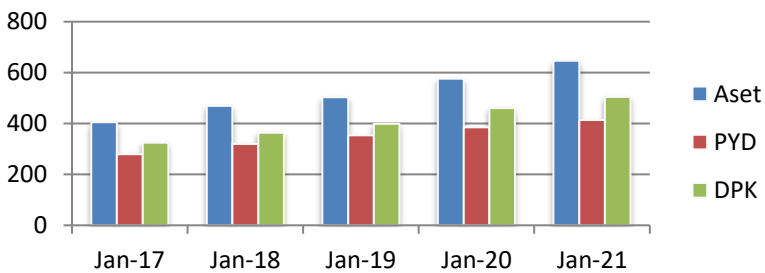


Gambar 1.1
Kenaikan Market Share Keuangan Syariah

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, *market share* perbankan syariah periode 2021 sebesar 6,52%, walaupun angka tersebut lebih rendah dibandingkan angka perbankan konvensional terdapat peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yaitu tahun 2020 sebesar 6,24%. Porsi *market share* perbankan periode 2021 tersebut terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) menyumbang sebesar 64,80%, Unit Usaha Syariah (UUS) menyumbang sebesar 32,74%, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) menyumbang sebesar 2,46%. Dapat disimpulkan bahwasannya Bank Umum Syariah

(BUS) penyumbang terbesar dalam perbankan syariah, begitu juga dengan porsi *market share* perbankan syariah pada periode 2020.

Naiknya *market share* tersebut didukung oleh beberapa sektor terutama perbankan syariah. Perbankan syariah di Indonesia terus menunjukkan perkembangan positif hingga bulan September 2021 dengan total Aset, Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD), dan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang terus bertumbuh. *Market share* perbankan syariah mengalami kenaikan dari sebelumnya sebesar 6,24% pada September 2020 menjadi 6,52% pada September 2021.¹²



Sumber: Data OJK Snapshot Perbankan Syariah Indonesia September 2021

Gambar 1.2
Total Aset yang Dimiliki Perbankan Syariah

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, total Aset yang dimiliki perbankan syariah pun mencapai Rp.646,2 triliun pada September 2021 yang sebelumnya hanya mencapai Rp575,8 triliun, total Pembiayaan yang Disalurkan mencapai 413,3 triliun yang sebelumnya hanya 353,9 triliun, dan total Dana Pihak Ketiga yang mencapai 503,8 triliun yang sebelumnya hanya 460,5 triliun. Meskipun *market share* perbankan syariah telah mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, jumlah tersebut masih relatif kecil dibandingkan dengan *market share* bank konvensional yang artinya penggunaan produk atau layanan keuangan syariah di Indonesia masih memiliki tingkat rasio yang rendah dibandingkan jumlah penduduk muslim yang ada.

¹² OJK, 'Snapshot Perbankan Syariah September 2021', *Www.Ojk.Go.Id*, 2021, 1-6.

Dengan masih rendahnya *market share* perbankan syariah di Indonesia juga, dapat diketahui bahwa keterlibatan konsumen di Indonesia terhadap produk dan layanan perbankan syariah masih minim. Salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi adalah karena masih rendahnya literasi keuangan yang dimiliki oleh konsumen tersebut terhadap produk dan layanan keuangan syariah.¹³

Tabel 1.1
Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah

Indeks syariah	2019	2022
Literasi	8,93%	9,14%
Inklusi	9,10%	12,12%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan diakses pada 14 febuari 2023

Berdasarkan tabel 1.1, hasil *survei* nasional literasi dan inklusi keuangan yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2022. Hasil yang diperoleh menunjukkan indeks literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia meningkat dari 8,93% di tahun 2019 menjadi 9,14% di tahun 2022. Sementara itu, tingkat inklusi keuangan syariah juga menunjukkan peningkatan menjadi 12,12% di tahun 2022 dari sebelumnya 9,10% pada periode survei tahun 2019. Walaupun dalam hasil tersebut mengalami kenaikan tetapi hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia masih tergolong rendah.¹⁴

Beberapa faktor yang melatarbelakangi nasabah dalam memilih perbankan syariah yaitu berasal dari luar maupun dari nasabah itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah yang

¹³ Muna Dahlia, 'Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)', 2020 <<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>>.

¹⁴ <https://www.ojk.go.id> diakses pada 14 Febuari 2023

dipilih, yaitu mengenai literasi keuangan syariah, literasi merupakan upaya untuk menghilangkan segala bentuk hambatan terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan. Salah satu faktor berpengaruh terhadap keberhasilan upaya inklusi keuangan ini adalah tingkat literasi keuangan masyarakat. Literasi atau melek keuangan (*financial literacy*) menunjukkan kemampuan atau tingkat pemahaman masyarakat tentang bagaimana uang bekerja.¹⁵ Pemahaman nasabah tentang literasi keuangan dan tercapainya pemasaran yang baik sehingga para nasabah akan mengetahui macam-macam produk bank syariah sehingga tidak ada lagi kebingungan yang diciptakan oleh para nasabah melalui bahasa asing yang tidak mereka ketahui. Produk bank syariah adalah pembiayaan dan menabung, seharusnya produk ini adalah produk yang sangat potensial dimana tidak adanya riba.¹⁶

Perkembangan ekonomi yang terjadi di dunia berdampak pada semakin banyaknya produk-produk keuangan yang ditawarkan kepada masyarakat. Literasi keuangan telah menjadi semakin kompleks selama beberapa tahun terakhir dengan pengenalan banyak produk keuangan baru. Hal tersebut menuntut masyarakat agar memiliki pengetahuan keuangan yang lebih untuk dapat menyikapi hal tersebut. Hal ini penting karena pengetahuan keuangan sangat terkait dengan perilaku keuangan. Literasi keuangan merupakan komponen yang menjadi modal manusia yang dapat digunakan dalam kegiatan keuangan untuk meningkatkan utilitas yang diharapkan dari suatu konsumsi, yaitu perilaku untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Maka, dengan adanya literasi keuangan syariah akan membuka wawasan dan juga mempengaruhi keputusan atau minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah, di tambah dengan adanya mata kuliah yang dipelajari tentang keuangan syariah sehingga akan menambah keingin tahuan mereka tentang keuangan syariah itu sendiri. Maka, dari sini penulis akan

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ Aksanul Khosasi, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro Di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo' (Uin Sunan Ampel Surabaya, 2018).

melihat apakah hal tersebut mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Menurut penelitian yang berjudul “Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah”. Telah memperoleh hasil penelitiannya bahwa pembelajaran perbankan syariah dan *product knowledge* berpengaruh positif serta signifikan sedangkan literasi keuangan syariah mampu mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah meskipun kurang signifikan terhadap variabel keputusan menabung di bank syariah. Kemudian religiusitas tidak dapat memoderasi pembelajaran perbankan syariah dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah sedangkan religiusitas mampu memperkuat *product knowledge* terhadap keputusan menabung di bank syariah.¹⁷ Berdasarkan uraian jurnal tersebut maka dapat dikatakan bahwa sikap dan perilaku keuangan seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan, keterampilan dan keyakinan keuangannya. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki seseorang maka akan berdampak pada partisipasi yang lebih aktif dalam kegiatan terkait keuangan. Rendahnya literasi keuangan syariah akan menyebabkan kurangnya akses terhadap lembaga keuangan syariah serta menghambat pertumbuhan ekonomi.

Selain literasi keuangan syariah, faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah yaitu faktor pelayanan, faktor promosi, dan faktor pengetahuan produk. Menurut Annisa Wahyulkarimah, *Product Knowledge* atau Pengetahuan Produk diartikan sebagai seluruh informasi yang dimiliki konsumen seperti rangkaian jenis produk dan jasa serta pengetahuan mengenai fungsi produk tersebut yang kemudian digunakan untuk keputusan pembelian. Ada banyak produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah saat ini seperti Tabungan Easy, Tabunganku, Tabungan

¹⁷ Cindy Thohari and Luqman Hakim, ‘Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah’, *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9.1 (2021), 46–57 <<https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p46-57>>.

Pensiun, dan Tabungan Maburr.¹⁸ Berbagai macam produk tabungan di bank syariah memiliki keunggulan masing-masing dan memiliki banyak fitur yang dapat memudahkan nasabah. Akan tetapi, pengetahuan masyarakat terhadap produk perbankan syariah masih rendah meskipun dengan banyaknya variasi serta keunggulan dari produk tabungan di bank syariah tersebut yang menyebabkan masih sedikitnya masyarakat Indonesia yang menggunakan produk bank syariah, salah satu penyebab masih rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap produk bank syariah adalah rendahnya sosialisasi dari Lembaga perbankan syariah. Sehingga pengenalan produk-produk perbankan syariah dikalangan masyarakat merupakan hal yang penting untuk dilakukan.¹⁹ Penelitian yang dilakukan oleh Maulana menjelaskan bahwa variabel *Product Knowledge* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menabung di bank syariah.²⁰ Sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa variabel *Product Knowledge* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.²¹

Mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam menjadikan mayoritas konsumen di Indonesia adalah Konsumen Muslim. Dalam Islam, perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah. Konsumen muslim sangat

¹⁸ Annisa Wahyulkarima, 'Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1.1 (2018), 51 <<https://doi.org/10.30595/jhes.v1i1.3712>>.

¹⁹ Dicky Fauzi Firdaus and Tuti Alawiyah, 'Analisis Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah', *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 6.2 (2021), 1–10.

²⁰ Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita, and Evriyenni Evriyenni, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah', *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2.2 (2020), 124 <<https://doi.org/10.22373/jhibiz.v2i2.8644>>.

²¹ Nur Lita Faridah, Luqman Hakim, and Tri Sudarwanto, 'The Effect of Economic Learning Insert Sharia Economics, Product Knowledge, Social Environment, and Religiosity on Interest in Savings in Islamic Banks in Darul Ulum Islamic Boarding School Students Jombang', *Technium Social Sciences Journal*, 26 (2021), 123–33 <www.techniumscience.com>.

memperhatikan masalah halal-haram dalam segala tindakannya karena berkaitan dengan agama. Selain itu, konsumen muslim berperilaku tidak kikir dan tidak tamak agar selamat dunia akhirat. Beberapa peneliti menyatakan bahwa agama dapat menjadi faktor yang mempengaruhi sikap, nilai, dan perilaku individu dan masyarakat. Agama diartikan sebagai serangkaian keyakinan yang ditanamkan secara bertahap sejak kecil dan berdampak pada kehidupan seseorang karena pemahaman terhadap ajarannya tumbuh. Sedangkan religiusitas diartikan sejauh mana individu memasukkan prinsip agama ke dalam sikap, keyakinan, dan nilai-nilainya. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *Pew Research Center* pada Tahun 2020 yang berjudul “*The Global God Divide*”, Indonesia merupakan negara paling religius di dunia.²²

Menurut Mauludin dan Maulana religiusitas adalah penghayatan dan kepercayaan yang dimiliki oleh nasabah terhadap ajaran agama yang dianutnya, sehingga dijadikan pedoman dalam memilih menggunakan jasa keuangan. Religiusitas berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen. Kaitannya dengan proses pengambilan keputusan, religiusitas diduga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa keuangan syariah dan memiliki peran penting atau pengaruh terhadap perilaku konsumen karena nasabah muslim yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan memilih produk perbankan yang berbasis syariah sebagai pilihannya dalam bermuamalah. Hal ini sebagai komitmen seorang muslim untuk menjalankan segala bentuk perintah Allah dan menjauhi segala bentuk muamalah yang dilarang-Nya. Religiusitas mendasari keputusan konsumen untuk membeli produk berdasarkan tingkat keimanan mereka, religiusitas yang dimiliki oleh seorang nasabah kemungkinan akan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan suatu bank.²³

²² <https://www.pewresearch.org/global/2020/07/20/the-global-god-divide/>
Diakses pada 19 Maret 2023

²³ Mohammad Nurfaiz Mauludin And Hartomi Maulana, ‘Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah’, *Islamic Business and Management Journal*, 2.2 (2019), 32–42.

Para peneliti telah banyak melakukan studi tentang pengaruh religiusitas terhadap perilaku ekonomi seseorang diantaranya perihal perilaku dalam memilih bank syariah. Penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang) menunjukkan bahwa religiusitas secara signifikan mempengaruhi keputusan menabung.²⁴ Religiusitas merupakan salah satu faktor internal yang dapat mempengaruhi literasi keuangan syariah seseorang. Semakin sering seseorang terlibat dalam aktivitas agama, maka diharapkan semakin tinggi tingkat religiusitasnya dan semakin besar pula dorongan untuk mengajarkan dan mengamalkan ajaran agama dalam hal keuangan salah satunya literasi keuangan syariah dan perbankan syariah. religiusitas dapat memperkuat literasi keuangan Mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan yang digunakan untuk mengambil keputusan menabung di suatu bank.²⁵ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Thohari & Hakim yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memperkuat/memperlemah literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah tetapi dapat memperkuat pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Idealnya ketika masyarakat sebagai konsumen mempunyai lebih banyak pengetahuan, tentu ia akan bisa lebih baik di dalam mengambil keputusan dan selanjutnya akan menyikapinya dengan meyakini atau memilih produk tertentu yang akan digunakan. Namun fakta lain memperlihatkan bahwa masih adanya tidak sesuai antara teori dari para ahli dengan kondisi yang ada dan

²⁴ Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah, and Mustika Widowati, ‘Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)’, *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 3.2 (2020), 303–12.

²⁵ Defa Defana Defiansih, ‘Pengaruh Religiusitas, Pendidikan Keluarga, Dan Sosialisasi Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Syariah Dengan Kecerdasan Intelektual Sebagai Variabel Moderasi’, *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18.1 (2021), 34–51 <<https://doi.org/10.21831/jep.v18i1.33146>>.

terjadi di masyarakat, yakni masih ada masyarakat yang mempunyai pengetahuan baik tentang perbankan syariah dan status bunga bank maupun pengetahuan agama tetapi secara nyata belum mendukung eksistensi daripada bank syariah. Hasil penelitian BI dan CBR Andalas University di Sumatera Barat menemukan bahwa 94,4% responden dalam Asri Handayani dkk menyatakan mengenal keberadaan bank syariah dan produk bank syariah tetapi tetap memutuskan untuk berhubungan dengan bank konvensional dan dari 124 responden sebanyak 51,4% menyatakan bahwa konsep bunga bertentangan dengan ajaran agama, namun demikian mereka tetap memilih untuk tetap berhubungan dengan berbagai produk yang ditawarkan bank konvensional.²⁶

Kondisi ini tentunya menunjukkan bahwa adanya ketidaksesuaian antara teori dengan praktek serta mengindikasikan adanya inkonsistensi dalam perilaku konsumen di Sumatera Barat. Meskipun mayoritas penduduk Sumatera Barat beragama Islam namun belum mendukung eksistensi perbankan syariah sehingga perkembangan perbankan syariah di provinsi ini kurang menggairahkan. Hal ini dapat dilihat dari kondisi pangsa pasar bank syariah di Sumatera Barat walaupun secara nasional memang relatif lebih tinggi yaitu sebesar 6,8%, namun angka sebesar 6,8% adalah angka yang sangat kecil mengingat masyarakat Sumatera Barat yang terkenal religius.

Adapun alasan peneliti menggunakan faktor religiusitas sebagai variabel moderasi karena religiusitas/agama memiliki peranan yang penting dalam membentuk kepercayaan, sikap dan pengetahuan seseorang, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Awan dan Azhar sebagaimana dikutip oleh Ivani Rachmawati yang menyatakan bahwa agama berperan penting dalam membentuk kepercayaan, sikap dan pengetahuan seseorang dimana hal tersebut akan memiliki dampak pada keputusan konsumen. Agama memiliki peranan yang penting dalam

²⁶ Asri Handayani, Heru Aulia Azman, and Ismail Novel, 'Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variabel', *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 3.1 (2019), 1 <<https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934>>.

membentuk kepercayaan, sikap dan pengetahuan seseorang, karena dalam ajaran agama diajarkan hal-hal yang dilarang untuk dilakukan dan hal-hal apa saja yang dibolehkan untuk dilakukan. Hal ini sejalan dengan penelitian Awan dan Azhar sebagaimana dikutip Ivany Rachmawati bahwa agama berperan penting dalam membentuk kepercayaan, sikap dan pengetahuan seseorang dimana hal tersebut akan memiliki dampak pada keputusan konsumen.²⁷

Peneliti memilih produk tabungan untuk dijadikan variabel Y karena 69% generasi milenial di Indonesia lebih memilih untuk menabung daripada berinvestasi. Hal tersebut didasarkan pada survei global bertajuk "*The Future of Money*" yang dilakukan oleh Luno yang merupakan perusahaan global terkemuka di bidang pertukaran aset kripto dan terdiri dari 7.000 responden yang tersebar di benua Eropa, Afrika, dan Asia Tenggara termasuk Indonesia. Survei tersebut bertujuan untuk mempelajari sikap individu terhadap uang (*Money Attitudes*).²⁸ Hal ini menunjukkan bahwa usia produktif di Indonesia dapat dimanfaatkan perbankan syariah untuk meningkatkan pangsa pasar melalui produk tabungan. Selain untuk mencari keuntungan, menabung di bank syariah juga dapat memberikan dorongan untuk menjalankan syariat Islam yang mengharamkan bunga dan segala derivasinya.

Peneliti menitikberatkan objek penelitian pada kelompok mahasiswa yang merupakan kelompok yang berpotensi untuk menabung di bank syariah. Mahasiswa merupakan golongan masyarakat milenial, yang membutuhkan adanya lembaga keuangan untuk bertransaksi, menabung, dan lain-lain serta berperan dalam pertumbuhan ekonomi negara. Mahasiswa tidak terlepas dari aktivitas yang bersangkutan dengan jasa perbankan. Meskipun mahasiswa belum memiliki penghasilan sendiri namun mahasiswa membutuhkan jasa dari perbankan itu sendiri, mulai dari keperluan administrasi kuliah, pendaftaran kuliah, hingga untuk menabung.

²⁷ Ivany Rachmawati, 'Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk Dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bank Bri Syariah Di Surabaya', *Artikel Ilmiah*, 2017, 1–15.

²⁸ <https://ekonomi.republika.co.id/berita/puhcbi330/milenial-indonesia-sibuk-menabung-daripada-investasi> diakses pada 20 Maret 2023

Alasan pemilihan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung itu sendiri adalah karena proses pembelajarannya banyak memuat pendidikan Islam sehingga pengetahuannya mengenai perbankan syariah dianggap cukup memadai. Selain itu, universitas tersebut sudah banyak melakukan kerja sama dengan beberapa bank syariah salah satunya adalah Bank Mandiri Syariah yang terletak di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yakni sebagai sarana yang bisa dijadikan pilihan mahasiswa untuk melakukan investasi dalam bentuk tabungan ataupun lainnya. sehingga akses terhadap perbankan syariah jauh lebih mudah.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berperan sangat penting dalam mengupayakan peningkatan literasi keuangan syariah pada mahasiswa sebagai pintu terdepan dalam melakukan atau memberikan edukasi finansial kepada mahasiswa lain dilingkungan UIN Raden Intan Lampung. Oleh karena itu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam harus memiliki literasi keuangan syariah, mahasiswa yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik cenderung mampu membuat keputusan yang efektif dalam setiap tindakannya dan menerima tanggung jawab atas tindakan yang mereka lakukan karena semua kegiatan yang dilakukan didasarkan pada semua prinsip syariah. Dengan demikian, penelitian ini nantinya akan memberikan informasi mengenai apakah nasabah telah menggunakan bank syariah akibat dari pengetahuannya mengenai keuangan syariah serta produk bank syariah itu sendiri atau hanya karena faktor-faktor yang telah disebutkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dan adanya *research gap* dari penelitian terdahulu dan peneliti mengembangkan adanya penambahan variabel *product knowledge* serta adanya perbedaan metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA), maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)**”.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Rendahnya perkembangan market share perbankan syariah di Indonesia yang disebabkan oleh rendahnya literasi yang dimiliki oleh konsumen terhadap produk dan layanan keuangan syariah padahal Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia menurut RISSC.
- b. Pengetahuan masyarakat terhadap produk perbankan syariah masih rendah meskipun dengan banyaknya variasi serta keunggulan dari produk tabungan di bank syariah yang disebabkan oleh rendahnya sosialisasi dari Lembaga perbankan syariah itu sendiri.

2. Batasan Masalah

Batasan masalah ini ditujukan agar penulis lebih terarah dan tidak menimbulkan perluasan masalah serta kesalah pahaman penafsiran. Maka, penulis membuat batasan masalah berdasarkan latar belakang penelitian ini, dan hanya memfokuskan variabel yang terkait, yaitu: literasi keuangan syariah, dan *product knowledge* terhadap keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
2. Apakah pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
3. Apakah pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di Bank Syariah dengan dimoderasi oleh religiusitas?
4. Apakah pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah dengan dimoderasi oleh religiusitas?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di Bank Syariah dengan dimoderasi oleh religiusitas.
4. Untuk mengetahui pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah dengan dimoderasi oleh religiusitas.

F. Manfaat Penelitian

Dilakukannya penelitian ini tentunya di harapkan dapat memberikan manfaat baik bagi peneliti sendiri maupun orang lain (pembaca). Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan referensi yang berkaitan dengan permasalahan Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber tambahan ilmu pengetahuan dan motivasi untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya di masa mendatang.
2. Manfaat praktis
 - a. Manfaat Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembelajaran bagi peneliti terkait pengimplementasian ilmu dan teori yang didapat selama perkuliahan ke dalam tulisan karya ilmiah serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai materi yang diteliti.
 - b. Manfaat Bagi Akademik
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa dalam penulisan karya tulis ilmiahnya.
 - c. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur dan bahan evaluasi untuk memberikan suatu keputusan dan kebijakan baru di bank syariah dalam upaya menambah jumlah nasabah.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian ini. Penelitian terdahulu telah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan maupun memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih.

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Angga Setiawan syah, Muhizar Muchtar dan Muhammad Saleh (2023)	Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Serbaguna Di PT. Bank SUMUT	Kuantitatif	1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas dan pengetahuan produk secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menggunakan	1. Variabel religiusitas sebagai variabel independen bukan variabel moderasi 2. Tidak menggunakan variabel literasi keuangan dan variabel dependen

		Syariah KCP Stabat		<p>n produk pembiayaan murabahah serbaguna di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat.</p> <p>2. Religiusitas dan pengetahuan produk mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan murabahah serbaguna di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 70,9%.</p>	<p>adalah Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Serbaguna</p> <p>3. Objek di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat bukan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung</p>
2	Raudhah Furnawati, Rofiqoh Ferawati dan Novi Mubyarto (2022)	Pengaruh pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah	Kuantitatif	1. terdapat pengaruh yang positif antara variabel pendapatan terhadap keputusan	1. Variabel religiusitas sebagai variabel independen bukan variabel moderasi

		Kabupaten Bungo		<p>menabung di bank syariah</p> <p>2. terdapat pengaruh yang positif antara variabel Religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah</p> <p>3. terdapat pengaruh yang positif antara variabel literasi keuangan terhadap keputusan menabung di bank syariah dan menunjukkan bahwa pendapatan, religiusitas, dan literasi keuangan secara</p>	<p>2. Objek di Kabupaten Bungo bukan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung</p>
--	--	-----------------	--	---	--

				(simultan) berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah	
3	Cindy Claudia Thohari dan Luqman Hakim (2021)	Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah	Kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh positif pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, dan product knowledge terhadap keputusan menabung di bank syariah. 2. Religiusitas tidak dapat memperkuat/memperlemah pengaruh pembelajaran perbankan syariah dan literasi keuangan syariah terhadap 	Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 140 responden dan objek merupakan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, UIN Sunan Ampel, dan Universitas Airlangga bukan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

				<p>keputusan menabung di bank syariah.</p> <p>3. Religiusitas dapat memperkuat /memperlemah pengaruh product knowledge terhadap keputusan menabung di bank syariah.</p>	
4	Tia Afriani dan Nadia Asandimitra (2020)	Determinants of Customer Preference to Save in Islamic Bank	Kuantitatif	Variabel literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada variabel moderasi. 2. Terdapat variabel bagi hasil, pengetahuan nasabah, gender, usia, pendidikan, dan keuntungan sebagai variabel independen 3. Menggunakan Analisis Regresi

					<p>Linier Berganda dengan IBM SPSS 18 bukan SEM-PLS dengan smartPLS</p> <p>4. Objek merupakan nasabah bank syariah di Surabaya bukan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.</p>
--	--	--	--	--	---

H. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini telah disusun oleh peneliti dengan sistematika secara berurutan yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

1. Bagian awal:

Bagian awal pada penulisan tugas akhir ini terdiri dari sampul depan, halaman sampul bagian dalam, abstrak, pernyataan orisinilitas, persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian inti

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang relevan dengan judul skripsi ini dan hipotesis yang menjadi jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian seperti waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta metode analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang telah penelirti dapatkan, dan juga penjelasan mengenai hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya dan memuat saran yang ditujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topik yang sama atau mengembangkan penelitian yang telah dilakukan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi, serta berisi rekomendasi.penelitian ini.

3. Bagian Akhir

Bagian ini merupakan langkah terakhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan daftar rujukan yang telah digunakan peneliti untuk melakukan penelitian beserta lampiran



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori yang Digunakan

1. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior (TPB) yang merupakan pengembangan dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA) atau teori tindakan beralasan, pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen (1980). Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*), prediktor perilaku, artinya jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang, cara terbaik adalah mengetahui kehendak seseorang tersebut.²⁹

Pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) memasukkan tambahan yaitu membangun perilaku kontrol yang dirasakan. Teori Ajzen tentang sikap terhadap perilaku mengacu pada derajat mana seseorang memiliki penilaian evaluasi menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku dalam sebuah pertanyaan, (Ajzen, 1991). Hubungan sikap terhadap perilaku merupakan keyakinan individu terhadap perilaku yang menggambarkan probabilitas subyektif bahwa perilaku dalam pertanyaan akan menghasilkan hasil tertentu dan evaluasi menggambarkan penilaian implisit.³⁰

Teori ini berkaitan dengan literasi keuangan syariah dan *product knowledge* atau pengetahuan tentang produk, karena sikap seseorang yang dipengaruhi oleh keyakinan

²⁹ Mahyarni Mahyarni, 'Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior', *Jurnal EL-RIYASAH*, 4.1 (2013), 13 <<http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17>>.

³⁰ *Ibid*

pada pengetahuan atau literasi tentang keuangan syariah dengan mengetahui fitur produk yang ada di bank syariah seseorang dapat menilai dan mengevaluasi produk apa yang akan mereka pilih.

2. *Theory Prospect*

Teori prospek dikembangkan oleh dua orang psikolog, Daniel Kahneman dan Amos Tversky (1979) yang pada dasarnya mencakup dua disiplin ilmu, yaitu psikologi dan ekonomi. Teori ini menjelaskan bagaimana seseorang mengambil keputusan dalam kondisi tidak pasti. Substansi teori prospek adalah proses pembuatan keputusan individual yang berlawanan dengan pembentukan harga yang biasa terjadi di ilmu ekonomi. Menurut Kahneman dan Tversky (1979) menjelaskan bahwa teori prospek ini membahas tentang seseorang dalam mengambil suatu keputusan, seseorang tersebut akan mencari sumber informasi lalu baru akan membuat beberapa konsep keputusan. Teori prospek menunjukkan bahwa orang yang memiliki kecenderungan irasional lebih enggan untuk mempertaruhkan keuntungan (gain) dari pada kerugian (loss), apabila seseorang dalam posisi untung maka orang tersebut cenderung untuk menghindari risiko atau disebut risk aversion, sedangkan apabila seseorang dalam posisi rugi maka orang tersebut cenderung untuk berani menghadapi risiko atau disebut risk seeking.³¹

Keterkaitan teori prospek dengan penelitian ini adalah dalam penelitian ini teori prospek mampu menjelaskan tentang preferensi risiko yang dapat mempengaruhi keputusan menabung. Teori ini dipakai untuk mengukur (melakukan *measurement perspective*) persepektif pengukuran terhadap perilaku orang atau organisasi dalam mengambil keputusan, teori tersebut sejalan dengan

³¹ Baiq Fitri, 'Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya) Baiq Fitri Arianti Penerbit Cv. Pena Persada', 2021, 251.

mindset finansial (pola pikir keuangan) yang berfokus untuk membuat keputusan keuangan yang tepat sasaran.

B. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengambilan keputusan nasabah untuk menggunakan produk perbankan dipengaruhi oleh perilaku nasabah tersebut. Perbankan syariah harus mengenali perilaku konsumen untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan diharapkan dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang juga akan berdampak pada loyalitasnya.

1. Definisi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu studi bagaimana seorang individu mengambil keputusan dalam mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Perilaku konsumen juga ditentukan oleh kondisi geografisnya, akibatnya perilaku konsumen masing-masing wilayah bisa saja berbeda. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut.³²

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

a. Faktor budaya

Kebudayaan menurut Sumarwan adalah segala nilai, pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi sikap, perilaku, kepercayaan, dan kebiasaan individu

³² Friska Silalahi and Harmon Chaniago, 'Analisis Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandung', *International Journal Administration, Business & Organization*, ISSN: 2721-5652, 2.1 (2020), 79–88 <<https://ijabo.a3i.or.id>>.

dan masyarakat. Sedangkan menurut Schiffman & Kanuk budaya adalah keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang mempelajari dan membantu mengarahkan perilaku konsumen para anggota masyarakat. Perilaku konsumen ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi masyarakat yang berbeda-beda sehingga kemudian menimbulkan permintaan akan barang dan jasa yang bermacam-macam pula

b. Faktor sosial

faktor sosial adalah pengaruh orang lain baik secara formal maupun informal. perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan atau referensi, keluarga serta peran dan status sosial. Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal.³³

c. Faktor Pribadi

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam faktor pribadi dipengaruhi oleh karakteristik pribadi atau individu yang terdiri dari:

- 1) Usia dan Tahap dalam Siklus Hidup
- 2) Pekerjaan
- 3) Keadaan Ekonomi
- 4) Gaya Hidup
- 5) Kepribadian dan Konsep Diri

³³ Arto C. Dewanto, Silcyljeova Moniharapon, and Yunita Mandagie, 'Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado)', *Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018*, 1878 – 1887, 6.2303–1174 (2018), 1878 – 1887.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi merumuskan pikiran dan pendapat dalam mengambil tindakan. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan dan sikap. Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang.³⁴

C. Literasi Keuangan

1. Definisi Literasi Keuangan

Pengertian literasi keuangan yang dilakukan oleh OJK baik dalam SNLKI Literasi dan Inklusi Keuangan maupun regulasi yang mengatur mengenai upaya peningkatan literasi dan inklusi keuangan. Penyempurnaan pengertian literasi keuangan dilakukan dengan menambahkan aspek sikap dan perilaku keuangan di samping pengetahuan, keterampilan dan keyakinan terhadap lembaga, produk dan layanan. Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan, dimana pengetahuan tersebut mencakup tabungan, investasi, hutang, asuransi, serta perangkat keuangan lainnya.³⁵ OJK membagi tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia menjadi empat, yaitu:

- a. *Well literate* (21,84 %), yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta

³⁴ *Ibid*

³⁵ *Ibid.* 7

- produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- b. *Sufficient literate* (75,69 %), yakni memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
 - c. *Less literate* (2,06 %), yaitu hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
 - d. *Not literate* (0,41 %), yaitu tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Salah satu elemen penting dari literasi adalah literasi ekonomi atau literasi keuangan Robert F. Duvall, Presiden dari *the National Council on Economic Education*, USA, menyebutkan bahwa "*Economic Literacy is a vital skill, just as vital as reading literacy*" (literasi ekonomi adalah kemampuan vital, sama pentingnya dengan literasi membaca). Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi berpotensi memberikan nilai produktivitas yang lebih tinggi selain itu, literasi keuangan syariah perlu diterapkan secara lebih luas untuk membentuk masyarakat yang memiliki daya saing yang lebih tinggi dalam mewujudkan kesejahteraan keuangan, tanpa terkecuali. Oleh karena itu, banyak negara yang menempatkan literasi keuangan syariah sebagai salah satu program prioritas walaupun menggunakan berbagai istilah dalam strategi nasionalnya. Survei OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*) Grifoni dan Messy, menunjukkan bahwa sebagian besar negara menggunakan istilah edukasi keuangan (*financial*

education) dan literasi keuangan (*financial literacy*) dan hanya sebagian kecil negara mengaitkannya dengan kebijakan perlindungan konsumen (*consumer protection*).³⁶

Secara konseptual literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, ketrampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran islam. Selain itu literasi keuangan islam merupakan kewajiban agama bagi setiap muslim karena hal tersebut membawa implikasi lebih lanjut tentang realisasi Al-Falah (kesuksesan sejati) di dunia dan di akhirat.³⁷

Dalam literasi keuangan syariah semua aturan dan pengaturan utama bersumber pada Al-Quran dan Sunnah. Selain itu sumber-sumber sekunder lainnya yang dapat dijadikan sebagai pedoman yaitu dari ijma', qiyas dan ijtihad. Pada dasarnya prinsip dasar keuangan islam yaitu larangan adanya riba (bunga), gharar (ketidakpastian) dan maysir (perjudian). Selain hal tersebut, hal lain yang dilarang dalam keuangan syariah yaitu menggunakan dan menangani komoditas tertentu yang dilarang, berbagi keuntungan dan resiko dalam bisnis, zakat dan takaful dalam bisnis tersebut.³⁸

Literasi keuangan syariah mencerminkan pengetahuan dan kemampuan seseorang secara kognitif mengenai keuangan. Kemampuan literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan pengetahuan keuangan yang dimiliki untuk membuat keputusan dan

³⁶ Otoritas Jasa Keuangan, "Literasi , Edukasi, dan Inklusi Keuangan". Direktorat Literasi dan Edukasi (2014).

³⁷ Agus Yulianto, _Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah_, 2018.

³⁸ Reni Silvia Yuli Safitri, _Analisis Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang_ (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2019).

menggambarkan kemampuan mengenali serta menerapkan konsep-konsep yang relevan dengan keuangan.³⁹

Tujuan program pembangunan literasi keuangan syariah adalah untuk memperluas dan meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan peran serta masyarakat dalam penggunaan produk dan jasa keuangan syariah. Literasi keuangan syariah diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat serta mengubah perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan secara lebih baik, mampu dan cerdas memilih investasi yang halal dan menguntungkan, mampu mencegah masyarakat mengikuti investasi bodong. Pembangunan literasi keuangan dalam jangka panjang bertujuan meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate*, dan meningkatkan jumlah pengguna produk dan jasa keuangan. Tujuan ini juga tentu berlaku bagi pembangunan literasi keuangan syariah. Maka, tujuan dari literasi keuangan syariah adalah agar konsumen dan masyarakat luas dapat menentukan produk dan jasa keuangan syariah yang sesuai dengan kebutuhan mereka, memahami dengan benar manfaat dan risikonya, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan jasa keuangan yang dipilih tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan mereka berdasarkan prinsip syariah yang halal dan menguntungkan.⁴⁰

Definisi untuk literasi keuangan syariah merujuk pada literasi keuangan konvensional tetapi disesuaikan dengan sistem dan kewajiban yang harus dipenuhi dalam keuangan Islam, dan istilah lainnya adalah “literasi halal” yaitu kemampuan untuk membedakan halal dan haram

³⁹ Mitchell dan Lusardi, “Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Well-Being.”

⁴⁰ Anriza Witi Nasution and Anriza Witi Nasution, ‘Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah’, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7.1 (2019), 40 <<https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>>.

berdasarkan syariah, Salehudin Antara mengemukakan pendapat yang sama bahwa literasi keuangan syariah merupakan sebagai kemampuan seseorang dalam menggabungkan seperangkat pengetahuan keuangan, kesadaran dan keterampilan dan sikapnya dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran islam. Selain itu juga literasi keuangan syariah merupakan kewajiban agama bagi setiap warga muslim karena hal tersebut berdampak pada realisasi Al-Falah (kesuksesan) di dunia dan akhirat.⁴¹

Selain itu ada juga ayat yang menjelaskan tentang pentingnya pengetahuan, yaitu Surah Al-Mujadilah ayat 11.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, “Berdirilah,” (kamu) berdirilah. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (Al-Mujadilah/58:11)

Karena Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman dan yang mempunyai pengetahuan di surganya nanti. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah yaitu seorang yang mampu

⁴¹ Siti Hafizah Abdul Rahim, Rosemaliza Abdul Rashid, And Abu Bakar Hamed, ‘Islamic Financial Literacy And Its Determinants Among University Students: An Exploratory Factor Analysis’, *International Journal Of Economics And Financial Issues*, 6.7Special Issue (2016), 32–35.

menggunakan pengetahuan keuangan, ketrampilan keuangan dan mengevaluasi informasi yang relevan untuk mengelola sumber daya keuangan Islam dalam rangka mencapai kesejahteraan yang sesuai dengan landasan hukum Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadist.

2. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Indikator literasi keuangan syariah yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa definisi konseptual literasi keuangan menurut Remund dalam Salim yaitu sebagai berikut:⁴²

a. Pengetahuan tentang Konsep Keuangan

Yaitu aspek yang harus dimiliki seseorang dalam literasi keuangan agar dapat mengelola keuangannya dengan baik.

b. Kemampuan

Yaitu kemampuan dalam menciptakan keputusan keuangan yang baik akibat dari literasi keuangan yang tinggi.

c. Sikap

Yaitu kemampuan dalam mengetahui sumber uang tunai, membayar kewajiban, tata cara pembukaan rekening pada lembaga keuangan syariah, mengajukan pinjaman dan pembiayaan, serta merencanakan keuangan dimasa yang akan datang.

d. Keyakinan

Keyakinan dalam Keefektifan Merencanakan Kebutuhan Jangka Panjang

⁴² Mitchell and Lusardi, "Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Well-Being."

D. *Product Knowledge*

1. Definisi Product Knowledge

Pengetahuan produk dapat diartikan sebagai kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Peter dan Olson menyebutkan bahwa konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda. Pengetahuan ini terdiri dari merek, model/fitur, kelas produk dan bentuk produk. Kelas produk adalah tingkat pengetahuan produk yang paling luas, yang meliputi beberapa bentuk, merek atau model. Menurut Rao dan Sieben pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk yang dimiliki oleh konsumen.

Semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa pengetahuan produk mengacu pada ingatan tentang kelas produk tertentu, bentuk produk, merek, model dan cara-cara mereka untuk membeli. Pengetahuan produk biasanya di dapatkan melalui penggunaan/keterlibatan pada suatu produk dan dijadikan sebagai dasar suksesnya suatu produk. Pengetahuan konsumen tentang suatu produk yang diinginkan dapat berpengaruh terhadap kepuasan secara positif, sebab suatu pengetahuan akan membuat produk menjadi lebih realistis.⁴³

⁴³ Fajar Sodik and others, 'Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4.2 (2022).

2. Indikator Product Knowledge

Peter dan Olson menyebutkan terdapat 4 indikator yang digunakan dalam *product knowledge* yaitu sebagai berikut:⁴⁴

- a. Atribut Produk, Yaitu segala aspek fisik suatu produk dan jasa yang dapat dilihat dan dirasakan.
- b. Manfaat fisik, Yaitu dampak langsung yang dirasakan setelah berinteraksi dengan produk dan jasa yang digunakan.
- c. Manfaat psikologis, Yaitu dampak sosial yang dirasakan setelah berinteraksi dengan produk dan jasa yang digunakan.
- d. Nilai yang Diperoleh setelah Mengkonsumsi Produk dan Jasa yang digunakan.

3. Produk Tabungan di Bank Syariah

Definisi Tabungan menurut UU RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah simpanan yang berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan yang dibenarkan dalam kegiatan bank syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah menggunakan prinsip bagi hasil dan larangan adanya riba menurut fatwa Dewan Syariah Nasional.

a. Prinsip Wadi'ah

Definisi wadi'ah menurut UU RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi

⁴⁴J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, 68-77.

kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang. Menurut Adiwarmen penerapan prinsip wadi'ah pada produk tabungan di bank syariah dilakukan dengan dua jenis yaitu sebagai berikut:

4) Wadi'ah Yad-Dhamamah

Yaitu titipan yang barang titipannya dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan selama belum dikembalikan kepada penitip. Keuntungan yang didapat menjadi hak penerima titipan.

5) Wadi'ah Yad-Amanah

Yaitu titipan yang barang titipannya tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan sampai dikembalikan kepada penitip.

Penerapan prinsip wadi'ah dalam perbankan syariah adalah dalam bentuk tabungan wadi'ah dan giro wa'diah. Menurut UU RI No. 21 tahun 2008 Pasal 1 Ayat 23, giro wadi'ah adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan. Sedangkan tabungan wadi'ah Menurut UU RI No. 21 tahun 2008 Pasal 1 Ayat 21 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

b. Prinsip Mudharabah

Mudharabah dalam kegiatan menghimpun dana menurut UU RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah akad kerja sama antara pihak pertama (*malik, shahibul mal*, atau Nasabah) sebagai pemilik dana dan pihak kedua (*'amil, mudharib*, atau Bank Syariah) yang bertindak sebagai pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan

kesepakatan yang dituangkan dalam Akad. Nasabah sebagai pemilik dana dan pihak kedua (*'amil, mudharib*, atau Bank Syariah) yang bertindak sebagai pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam Akad.

E. Keputusan Menabung

1. Definisi Keputusan Menabung

Keputusan adalah pemilihan antara alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu ada pilihan atas dasar logika/pertimbangan, ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik dan ada tujuan yang dicapai. Keputusan merupakan suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.⁴⁵ Pengertian keputusan menabung sama dengan pengertian keputusan pembelian yaitu merupakan hasil dari berbagai pilihan untuk menemukan solusi dan menilai pilihan-pilihan yang akan secara sistematis dan obyektif disertai dengan melihat keuntungan dan kerugiannya. Dalam konsep jual beli posisi bank adalah sebagai penjualnya dan sebaliknya posisi nasabah adalah sebagai konsumen (pembeli). Keputusan merupakan salah satu elemen penting dari perilaku nasabah disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis.

⁴⁵ Siti Nur Mu'alifatut Thoyibah, *„Pengaruh Faktor Demografi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bri Syariah Kep Ponorogo“* (Iain Ponorogo, 2020).

2. Tujuan Menabung

Perlu disadari bahwa masih banyak masyarakat yang belum terbiasa untuk menabung dan bahkan masih ada masyarakat yang tidak menyadari betapa pentingnya menabung. Salah satu tujuan menabung, yaitu untuk membiayai kejadian yang tidak terduga dan untuk merencanakan keuangan di masa depan.⁴⁶ Seperti yang telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 9:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا
اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

“Hendaklah merasa takut orang-orang yang seandainya (mati) meninggalkan setelah mereka, keturunan yang lemah (yang) mereka khawatir terhadapnya. Maka, bertakwalah kepada Allah dan berbicaralah dengan tutur kata yang benar (dalam hal menjaga hak-hak keturunannya).” (An-Nisa'/4:9)

Dengan kata lain, Allah telah memerintahkan apabila kita khawatir terhadap keluarga kita yang lemah ekonominya dan kesejahteraannya di masa yang akan datang maka tinggalkanlah sebagian harta untuk mereka. Tujuan menabung satu orang dengan yang lain bisa berbeda ini bisa tergantung dari tujuan awal dan target menabung dari orang tersebut. Tujuan-tujuan menabung juga baiknya diejawantahkan secara lebih jelas. Jadi, tujuan menabung yang bisa dijadikan landasan adalah berupa target-target yang ingin dicapai dalam beberapa waktu ke depan. Contoh nyatanya seperti menabung untuk modal DP rumah, persiapan biaya menikah, persiapan sebelum pensiun, sebagai modal usaha, berinvestasi dan menambah nilai aset, menyimpan dana darurat, biaya pendidikan dan investasi jangka panjang.

⁴⁶ Amanita Novi Yushita, *“Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi”, Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6.1 (2017), 11–26.

3. Indikator Keputusan Menabung

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan suatu pembelian produk yaitu:⁴⁷

a. Pengenalan Masalah

Proses pertama dari keputusan membeli adalah pengenalan masalah dimana masalah tersebut muncul dari diri seseorang berupa kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar. Rangsangan tersebut kemudian menyebabkan konsumen mengenal suatu masalah.

b. Pencarian Informasi

Merupakan proses pengambilan keputusan ketika konsumen sudah mulai menyadari akan kebutuhannya dan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak dan detail. Informasi-informasi tersebut dapat diperoleh konsumen dari beberapa sumber

c. Penelitian Alternatif

Konsumen akan melakukan penilaian terhadap informasi yang diperoleh guna mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif dan daya tarik dari alternatif yang tersedia. Pada tahap ini, konsumen akan mengevaluasi produk berdasarkan atribut golongan produk dan keyakinan merek dagang untuk menentukan sikap terhadap produk tersebut.

d. Keputusan Membeli

Setelah melakukan evaluasi biasanya konsumen akan menentukan merek yang disukai untuk kemudian dilakukan pembelian.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Proses pengambilan keputusan pada konsumen tidak berhenti pada tahap pembelian saja, melainkan konsumen bisa saja mengalami keluhan

⁴⁷ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017,38.

pasca pembelian karena ketidaksesuaian kualitas yang didapat dengan yang diharapkan. Maka dari itu, tugas seorang penjual belum berakhir ketika produknya sudah dibeli. Penjual harus memastikan kepuasan konsumen pasca pembelian dan pemakaian produk.

F. Religiusitas

1. Definisi Religiusitas

Menurut Glock & Stark Religiusitas merupakan suatu bentuk kepercayaan adi kodrati di mana terdapat penghayatan dalam kehidupan sehari-hari dengan menginternalisasikan ke dalamnya. Glock dan Stark mengemukakan bahwa agama adalah simbol, sistem keyakinan, sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persolanpersoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (ultimate meaning). Kata religius berasal dari kata Latin religiosus yang merupakan kata sifat dari kata benda religio. Asal-usul kata religiosus dan religio itu sulit dilacak. Kata relegare yang berarti terus-menerus berpaling kepada sesuatu. Glock dan Stark mengemukakan bahwa keberagaman seseorang menunjuk pada ketaatan dan komitmen seseorang terhadap agamanya, artinya keberagaman seseorang pada dasarnya lebih menunjukkan pada prosesproses internalisasinilai-nilai agama yang kemudian menyatu dalam diri seseorang kemudian terbentuklah perilaku sehari-hari.⁴⁸

⁴⁸ Glock & Stark (1969). Religion and society intension. California: Rand McNally Company.

Religiusitas berasal dari bahasa religius yaitu agama. Dalam bentuk harfiah yang terpadu, kata “agama” berarti “tidak pergi, tetap ditempat, langgeng, abadi yang diwariskan secara terus-menerus dari satu generasi kepada generasi yang lainnya. Pada hakikatnya agama adalah kepercayaan terhadap adanya tuhan yang menurunkan wahyu kepada para nabi-Nya untuk umat manusia demi kebahagiaannya di dunia dan akhirat. Mukti Ali mengatakan, barangkali tidak ada kata yang paling sulit diberi pengertian dan definisi selain dari kata agama. Pernyataan ini didasarkan kepada tiga alasan. Pertama, bahwa pengalaman agama adalah soal batin, subjektif, dan sangat individualis sifatnya. Kedua, barangkali tidak ada orang yang begitu bersemangat dan emosional dari pada orang yang membicarakan agama. Karena itu, setiap pembahasan tentang arti agama selalu ada emosi yang melekat erat sehingga kata agama itu sulit didefinisikan. Ketiga, konsepsi tentang agama dipengaruhi oleh tujuan dari orang yang memberikan definisi tersebut.⁴⁹

Religiusitas secara umum dijelaskan berhubungan dengan pengetahuan beragama dan keyakinan beragama (kognisi), yang mempengaruhi apa yang dilakukan dengan kelekatan emosional, atau perasaan emosional tentang agama dan atau perilaku seperti kehadiran di tempat ibadah, membaca kitab suci dan berdoa. Seseorang dikatakan religious adalah mereka yang mencoba mengerti hidup dan kehidupan secara lebih dalam dari batas lahiriah, yang bergerak dalam dimensi vertical dari kehidupan dan mentransendensikan hidup ini. Pengukuran religiusitas dapat difokuskan pada keterlibatan agama dalam perilaku atau pada sikap dan orientasi terhadap agama.

⁴⁹ Muhammad Kurniawan dan Eka Septiana, ‘Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada UMKM Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)’, *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1 (2020), 60.

Religiusitas adalah kepercayaan kepada Tuhan disertai dengan komitmen untuk mengikuti prinsip- prinsip yang diyakini ditetapkan oleh Tuhan. Religiusitas umumnya bersifat individual. Tetapi karena religiusitas yang dimiliki umumnya selalu menekankan pada pendekatan keagamaan bersifat pribadi, hal ini senantiasa mendorong seseorang untuk mengembangkan dan menegaskan keyakinan itu dalam sikap, tingkah laku, dan praktek keagamaan yang dianutnya. Inilah sisi sosial (kemasyarakatan) yang menjadi unsur pemeliharaan dan pelestarian sikap para individu yang menjadi anggota masyarakat tersebut. Dapat disimpulkan bahwa religiusitas diartikan sebagai suatu keadaan yang ada di dalam diri seseorang yang mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya.⁵⁰

Al-Qur'an sebagai kitab suci ummat Islam berfungsi sebagai petunjuk dan rujukan dalam menjalani kehidupan. Inilah yang disebut dengan *way of life* atau *minhajul hayah*. Oleh karena itu, ketika kita membahas konsep religiusitas maka harus mengacu kepada kitab suci tersebut. Banyak sekali ayat-ayat Al-Qur'an yang dijadikan dasar konsep religiusitas. Dalam hal ini, penulis hanya akan mengemukakan beberapa ayat saja. Pertama adalah konsep totalitas dan rahmatanlilalamin. Istilah yang digunakan adalah konsep kaffah dan Allah meminta umat manusia untuk melaksanakan ajaran Islam secara menyeluruh (*kaffah*) atau secara totalitas.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٤٨﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan

⁵⁰ Ibid

janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.” (Al-Baqarah/2:208)

Kedua adalah konsep kesempurnaan (*Kamal*), yang artinya ajaran agama islam sebagai ajaran yang lengkap, mencakup seluruh aspek kehidupan. Aspek sosial, politik, budaya, ekonomi dan hukum. Ketiga adalah konsep kebajikan, yang mencakup keimanan (Vertikal) dan muamalah (horizontal). Berdasarkan tiga konsep di atas, individu yang memiliki religiusitas tinggi akan memiliki kesalehan pribadi dan sosial yang tinggi pula. Dalam konteks ini, cendekiawan muslim Antonio menjelaskan bahwa muslim dengan tingkat religiusitas tinggi akan berusaha untuk menjalankan islam secara *kaffah* (menyeluruh). Islam *kaffah* mencakup seluruh aspek kehidupan, baik bersifat ritual (ibadah) maupun sosial kemasyarakatan (muamalah). Agama islam, sebagaimana diungkapkan sendiri oleh Allah adalah merupakan agama yang sesuai dengan fitrah manusia, seperti yang tersebut dalam surat Ar-Ruum ayat 30:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ
لِلْخَلْقِ اللَّهُ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

“Maka, hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Islam sesuai) fitrah (dari) Allah yang telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. Tidak ada perubahan pada ciptaan Allah (tersebut). Itulah agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui. Maksud fitrah Allah pada ayat ini adalah ciptaan Allah Swt. Manusia diciptakan Allah Swt. dengan naluri beragama, yaitu agama tauhid. Jadi, manusia yang berpaling dari agama tauhid telah menyimpang dari fitrahnya.” (Ar-Rum/30:30)

Disini yang dimaksud dengan fitrah Allah adalah ciptaan Allah yaitu manusia. Manusia diciptakan Allah

mempunyai naluri beragama yaitu tauhid. Kalau ada manusia tidak bertauhid, maka hal itu tidaklah wajar. Mereka tidak bertauhid itu hanyalah karena pengaruh lingkungan dan jauh dari Allah serta rasulnya. Esensi Islam dalam tauhid atau pengesaan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah Yang Maha Esa, penguasa yang mutlak dan transenden, penguasa segala yang ada.

Religiusitas diidentikkan dengan keberagaman dan keselarasan di dalam melaksanakan suatu ibadah dalam agama yang dianutnya. Religiusitas adalah bentuk manifestasi individu yang di dapat dari hasil pembelajaran keagamaan serta memahami keesaan Allah melalui kitab-kitab suci dan meneladani kisah para rasul. Religiusitas adalah suatu cara pandang dari buah pikiran (*mind of sense*) seseorang mengenai agamanya serta bagaimana individu tersebut menggunakan keyakinan atau agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Agama dalam kehidupan individu berfungsi sebagai suatu sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu. Secara umum norma-norma tersebut menjadi kerangka acuan dalam bersikap dan bertingkah laku agar sejalan dengan keyakinan agama yang dianutnya. Sebagai sistem nilai agama memiliki arti yang khusus dalam kehidupan individu serta dipertahankan sebagai bentuk ciri khas.

2. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark (dalam Reitsma: 2006) ada lima dimensi religiusitas yaitu:⁵¹

a. Dimensi keyakinan/ ideology

Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaranajaran agama, terutama yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dalam Islam, dimensi ini berkaitan rukun iman yang berisi enam kepercayaan, yaitu percaya dengan keberadaan dan ke-Esaan Allah SWT, percaya

⁵¹ *Ibid.*

terhadap malaikat malaikat, Rasul-Rasul-Nya, Kitab-KitabNya, adanya hari kiamat, dan qadha serta qadar Allah SWT. Konsep tauhid atau pengakuan akan ke-Esaan Allah SWT menjadi dasar dari dimensi ini.

b. Dimensi praktik

Dimensi ini berkaitan dengan komitmen dan ketaatan terhadap agama yang dianutnya, yang diwujudkan dalam ritual atau peribadatan.

c. Dimensi Pengalaman

Dimensi ini berkaitan dengan seberapa besar tingkat seseorang dalam merasakan pengalaman-pengalaman religinya. Dimensi ini terwujud dalam perasaan bersyukur kepada Allah, percaya kepada Allah akan mengabulkan doa-doa kita, khusyu ketika melaksanakan shalat, perasaan bergetar hatinya ketika mendengar ayat-ayat Al Quran, tertolong dari maut akibat bersedekah, Allah maha memberi rizqi dan lainnya.

d. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini menunjuk pada tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim pada ajaran-ajaran agamanya, terutama ajaran-ajaran pokok yang termuat dalam Al Quran. Pemahaman agama dapat dicapai melalui aktivitas rasional empiris maupun tekstual normatif. Pengetahuan agama dapat diperoleh dari membaca buku-buku agama, mendatangi majlis ta'lim atau pengajian, mendengarkan acara keagamaan di radio, melihat tayangan keagamaan di TV dan sebagainya.

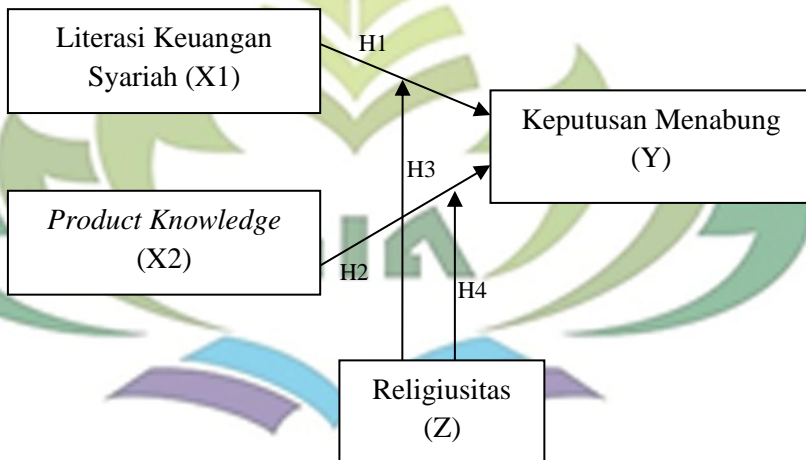
e. Dimensi konsekuensi

Dimensi ini menunjuk pada seberapa besar perilaku muslim dipengaruhi oleh ajaran-ajaran agama. Dimensi ini tercermin dalam perilaku seseorang yang bertaqwa (menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya), yang meliputi: perilaku suka menolong, bersedekah, berlaku adil pada orang lain, jujur, tidak melakukan korupsi, tidak minum-minuman keras, tidak

berjudi, tidak melakukan prostitusi/seks bebas, dan sebagainya.

G. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan petunjuk/gambaran hubungan antarvariabel pada sesuatu penelitian dimana digambarkan dengan cara berpikir tentang kerangka logis.⁵² Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variabel X (Literasi Keuangan Syariah dan *Product Knowledge*) dengan variabel Y (Keputusan Menabung), dan variabel Z (Religiusitas) maka dapat dikembangkan kerangka pemikiran teoritis, sebagai berikut:



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran

H. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah rangkuman dari kesimpulan-kesimpulan teoritis yang diperoleh dari kajian pustaka. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi

⁵² Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), 3.

tingkat kebenarannya⁵³ Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah

Salah satu faktor yang menyebabkan masih rendahnya *marketshare* perbankan syariah adalah karena masih rendahnya literasi keuangan yang dimiliki oleh konsumen terhadap produk dan layanan keuangan syariah.⁵⁴ Literasi keuangan syariah dapat diartikan sebagai pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan dan perencanaan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam untuk mencapai kesejahteraan. Dalam penelitian Thohari dan Hakim tentang pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah.⁵⁵

Sejalan dengan penelitian Ruwaidah tentang pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah.⁵⁶ Penelitian Afriani dan Asandimitra tentang pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah menjelaskan bahwa pengaruh literasi keuangan syariah

⁵³ Wahidmurni, *Cara Mudah Menulis Proposal dan Laporan Penelitian Lapangan*. Malang; UM Press. 2018. 20.

⁵⁴ Ihrom Jaelani and Kikin Mutaqin, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 03.01 (2023).

⁵⁵ *Ibid*

⁵⁶ Siti Homisyah Ruwaidah, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah', *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2.1 (2020), 79 <<https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>>.

berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.⁵⁷ Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung.

2. Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah yaitu faktor pelayanan, faktor promosi, dan faktor pengetahuan produk. Pengenalan produk-produk perbankan syariah dikalangan masyarakat merupakan hal yang penting untuk dilakukan.⁵⁸ Dalam penelitian Thohari dan Hakim tentang pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan menabung di bank syariah menjelaskan bahwa *product knowledge* berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah.⁵⁹ Penelitian Widowati dan Mustikawati tentang pengaruh pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan menabung nasabah.⁶⁰ Penelitian tentang pengaruh *product knowledge* terhadap preferensi menggunakan jasa perbankan syariah menjelaskan bahwa *product knowledge* secara simultan berpengaruh terhadap preferensi menggunakan jasa perbankan syariah.⁶¹ Penelitian

⁵⁷ Tia Afriani and Nadia Asandimitra, 'Determinants of Customer Preference to Save in Islamic Bank', *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 4.1 (2020), 1 <<https://doi.org/10.26740/al-uqud.v4n1.p1-17>>.

⁵⁸ Samsul and Ismawati, 'Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Produk-Produk Perbankan Syariah', *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 4 (2020), 67–78.

⁵⁹ *Ibid*

⁶⁰ Ayun Sekar Widowati and RR Indah Mustikawati, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah', *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7.2 (2018) <<https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>>.

⁶¹ Niken Nastiti, Arif Hartono, and Ika Farida Ulfah, 'Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa

Maulana dkk tentang pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah menjelaskan bahwa *product knowledge* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Selanjutnya penelitian Musyahidah tentang pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah menjelaskan bahwa *product knowledge* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.⁶² Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Product knowledge* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

3. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Dimoderasi Oleh Religiusitas

Religiusitas yang dimiliki oleh seorang nasabah kemungkinan akan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan suatu bank. Menurut Defiansih religiusitas merupakan salah satu faktor internal yang dapat mempengaruhi literasi keuangan syariah seseorang.⁶³ Dalam penelitian Sari dan Ratno⁶⁴ menemukan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan bank

Perbankan Syariah', *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1.1 (2020), 15–25 <<https://doi.org/10.24269/asset.v1i1.2554>>.

⁶² Siti Musyahidah, 'The Effect of Riba Avoidance and Product Knowledge on the Decision to Become a Customer of Islamic Banks', *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 04.08 (2021) <<https://doi.org/10.47191/ijmra/v4-i8-06>>.

⁶³ *Ibid*

⁶⁴ Cyntia Novita Sari and Fernaldi Anggadha Ratno, 'Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi', *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 8.2 (2020), 312–27 <<https://doi.org/10.24952/masharif.v8i2.3828>>.

syariah, penelitian Safitri dan Mubarak⁶⁵ menunjukkan religiusitas dapat memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah dan penelitian Rokhani dan Nurkhin⁶⁶ menunjukkan religiusitas secara positif dan signifikan mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di bank yang mengemukakan religiusitas dengan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan pada perilaku keuangan masyarakat dan pada akhirnya mengurangi kesulitan keuangan sehingga pemerintah perlu mendukung kegiatan pendidikan agama dan keuangan yang berkontribusi guna membantu masyarakat meningkatkan literasi keuangan mereka. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Religiusitas dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung.

4. Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Dimoderasi Oleh Religiusitas

Semakin sering seseorang terlibat dalam aktivitas agama, maka diharapkan semakin tinggi tingkat religiusitasnya dan semakin besar pula dorongan untuk mengajarkan dan mengamalkan ajaran agama dalam hal keuangan salah satunya literasi keuangan syariah dan perbankan syariah.⁶⁷ Dalam penelitian Rokhani dan Nurkhin yang menunjukkan religiusitas secara signifikan mampu memoderasi pengaruh pengetahuan

⁶⁵ Mubarak, Zaki. "Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8.3 (2022): 2875-2881.

⁶⁶ Sri Rokhani and Ahmad Nurkhin, 'Pengaruh Pengetahuan Dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi', *Business and Accounting Education Journal*, 2.2 (2021), 235–43 <<https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>>.

⁶⁷ *Ibid*

terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.⁶⁸ Sejalan degan penelitian Agustin dan Hakim yang menunjukkan religiusitas dapat memoderasi pengetahuan, persepsi produk bank syariah dan literasi keuangan terhadapminat investasi syariah.⁶⁹ Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Religiusitas dapat memoderasi pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan menabung.



⁶⁸ *Ibid*

⁶⁹ Dwi Nur Agustin and Luqman Hakim, 'Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah', *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10.2 (2022), 106–16 <<https://doi.org/10.26740/jpak.v10n2.p106-116>>.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk google form kepada seluruh sampel penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2019 dan diolah menggunakan alat bantu SPSS versi 29, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.
2. *Product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.
3. Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa menabung di bank syariah. Hal tersebut dikarenakan religiusitas bukan satu-satunya faktor signifikan yang dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan syariah seseorang, faktor tersebut antara lain adalah tingkat pendidikan, sosialisasi keuangan, dan pendapatan
4. Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh *product knowledge* terhadap keputusan mahasiswa menabung di bank syariah. Ketaatan beragama, keyakinan beragama, pengalaman keagamaan, yang tinggi tidak serta merta meningkatkan tingkat pemahaman mahasiswa terhadap produk bank syariah. Hal tersebut dikarenakan tingkat religiusitas yang tinggi apabila tidak dibarengi dengan pendidikan dan pengetahuan tentang perbankan yang tinggi maka pemahaman tentang produk bank syariah akan rendah.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka selanjutnya peneliti akan menyampaikan rekomendasi yang mungkin bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait:

1. Bagi perbankan syariah

- a. Perbankan syariah perlu memberikan edukasi dan sosialisasi keuangan syariah kepada masyarakat serta meyakinkan masyarakat bahwa produk dan jasanya sesuai dengan prinsip syariah. Hal tersebut akan meningkatkan tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang nantinya akan meningkatkan inklusi keuangan syariah. Bank syariah dapat menggunakan pihak yang berpengaruh (*social influencer*) untuk mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan serta keunggulannya dibandingkan bank konvensional. Selain itu, perbankan syariah disarankan untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya melalui kemudahan transaksi dan mempekerjakan SDM yang kompeten sehingga dapat menarik nasabah untuk merekomendasikan produk bank syariah kepada orang lain.
- b. Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa masih banyak responden yang belum memahami konsep keuangan syariah serta belum mengetahui produk tabungan apa saja yang ditawarkan oleh bank syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari rendahnya nilai dari indikator tersebut dibandingkan indikator lain yaitu sebesar 87% untuk pemahaman konsep keuangan syariah dan 67% untuk pengetahuan mengenai produk tabungan yang ditawarkan. Oleh karena itu peneliti memberikan saran kepada perbankan syariah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai konsep keuangan syariah terlebih dahulu dalam menawarkan produk dan jasanya. Selain itu perbankan syariah juga dapat dan memanfaatkan media informasi dalam melakukan promosi, salah satunya adalah dengan

membuat suatu *platform digital* sebagai media sosialisasi dan promosi produk bank syariah yang dapat menjangkau semua kalangan diberbagai wilayah terutama produk tabungan.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan data hasil penelitian, diketahui bahwa nilai *R Square* keputusan menabung adalah sebesar 0,594 yang artinya 59,4% sebaran variabel keputusan menabung dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan syariah, *product knowledge*, dan religiusitas, sedangkan sisanya 40,6% dijelaskan oleh variabel diluar variabel independen. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengembangkan dan menambah variabel lain seperti penambahan variabel moderasi motivasi, demografi, atau persepsi masyarakat yang dapat mempengaruhi variabel lainnya dengan didukung oleh teori pendahulu yang relevan. Selain itu, peneliti menyarankan untuk memperbanyak data dan memperluas jangkauan penelitian agar hasil dari penelitian menjadi lebih akurat.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas populasi maupun sampel, dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi serta sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya dengan menambah variabel-variabel lain yang tentunya dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

DAFTAR RUJUKAN**Buku:**

A. Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta, Gramedia Pustaka Umum 2012)

Andriansah & Supardi U.S, *Edisi Revisi Statistika Ekonomi 1*, 2022
www.penerbitwidina.com

Ahmad Dahlan, *Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2012), 99.

Baiq Fitri, 'Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya) Baiq Fitri Arianti Penerbit Cv. Pena Persada', 2021, 251

Damiati, dkk, *Perilaku Konsumen*, Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.

Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), 3.

Glock & Stark (1969). *Religion and society intension*.California: Rand Mc Nally Company.

J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, 68-77.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Mitchell dan Lusardi, "Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Well-Being."

Shofiyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi*

Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, 3rd ed. (Kencana, 2015).

Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017, 38.

The Royal Islamic Strategic Studies Centre, *Muslim 500*, 2021

Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), 39

Yayasan Cendekia Solution Yogyakarta, “*Modul Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan SPSS*”, (Walisongo Press).91

Jurnal:

Afriani, Tia, and Nadia Asandimitra, ‘Determinants of Customer Preference to Save in Islamic Bank’, *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 4.1 (2020), 1 <<https://doi.org/10.26740/al-uqud.v4n1.p1-17>>

Agustin, Dwi Nur, and Luqman Hakim, ‘Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah’, *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10.2 (2022), 106–16 <<https://doi.org/10.26740/jpak.v10n2.p106-116>>

Dahlia, Muna, ‘Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)’, 2020

<<http://journal.umsurabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>>

Defiansih, Defa Defana, 'Pengaruh Religiusitas, Pendidikan Keluarga, Dan Sosialisasi Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Syariah Dengan Kecerdasan Intelektual Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18.1 (2021), 34–51 <<http://doi.org/10.21831/jep.v18i1.33146>>

Dewanto, Arto C., Silcyljeova Moniharapon, and Yunita Mandagie, 'Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado)', *Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018*, 1878 – 1887, 6.2303–1174 (2018), 1878 – 1887

Faridah, Nur Lita, Luqman Hakim, and Tri Sudarwanto, 'The Effect of Economic Learning Insert Sharia Economics, Product Knowledge, Social Environment, and Religiosity on Interest in Savings in Islamic Banks in Darul Ulum Islamic Boarding School Students Jombang', *Technium Social Sciences Journal*, 26 (2021), 123–33 <www.techniumscience.com>

Firdaus, Dicky Fauzi, and Tuti Alawiyah, 'Analisis Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah', *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 6.2 (2021), 1–10

Furnawati, Raudhah, Rofiqoh Ferawati, and Novi Mubyarto, 'Pengaruh Pendapatan , Religiusitas Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Kabupaten Bungo', *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17.4 (2022), 743–50

Hakim, Muhammad Arief Achmad dan Muttaqin, Aminullah Achmad. 2020. *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah*. Jurnal Ilmiah.

- Handayani, Asri, Heru Aulia Azman, and Ismail Novel, 'Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variabel', *Ekonomika Syariah : Journal of Economic Studies*, 3.1 (2019), 1 <<https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934>>
- Jaelani, Ihrom, and Kikin Mutaqin, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 03.01 (2023)
- Lestari, E, Y Setyawati, and S Sarjo, 'Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Personal Finance Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana ...', *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen* ..., 10.1 (2022) <<https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/view/3351>>
- Liana, L., 'Penggunaan MRA Dengan SPSS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen', *Dinamik*, 14.2 (2009), 90–97
- Mahyarni, Mahyarni, 'Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior', *Jurnal EL-RIYASAH*, 4.1 (2013), 13 <<http://ejournal.uinsuska.ac.id/index.php/elriyasaah/article/view/17>>
- Maulana, Fajar Rezky, Nevi Hasnita, and Evriyenni Evriyenni, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah', *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2.2 (2020), 124 <<https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>>
- Mauludin, Mohammad Nurfaiz, and Hartomi Maulana, 'Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah', *Islamic Business and Management Journal*, 2.2 (2019), 32–42

- Mubarak, Zaki. "Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8.3 (2022): 2875-2881.
- Musyahidah, Siti, 'The Effect of Riba Avoidance and Product Knowledge on the Decision to Become a Customer of Islamic Banks', *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 04.08 (2021) <<https://doi.org/10.47191/ijmra/v4-i8-06>>
- Nastiti, Niken, Arif Hartono, and Ika Farida Ulfah, 'Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah', *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1.1 (2020), 15–25 <<https://doi.org/10.24269/asset.v1i1.2554>>
- Nasution, Anriza Witi, and Anriza Witi Nasution, 'Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah', *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7.1 (2019), 40 <<https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>>
- Nurlaeli, Ida, 'Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas', *Islamadina*, 18.2 (2017), 75 <<https://doi.org/10.30595/islamadina.v18i2.1922>>
- Nurmaeni, Rokhmania, Siti Hasanah, and Mustika Widowati, 'Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)', *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 3.2 (2020), 303–12
- Nurudin, Nurudin, Johan Arifin, and Anang Ma'ruf, 'Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan

Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi’, *EL MUDHORIB : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2.1 (2021), 1–19 <<https://doi.org/10.53491/elmudhorib.v2i1.79>>

Purnomo, Istiar, Nasor, and Erike Anggreani, ‘Peran Islamic Work Ethic Pada Kinerja Karyawan Dengan Di Moderasi Religiusitas’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.01 (2023), 867–75

Putri, Yulia, Ani Solihat, Rani Rahmayani, Iis Iskandar, and Andry Trijumansyah, ‘Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas’, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16.1 (2019), 77–88 <<https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>>

Rachmawati, Ivany, ‘Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk Dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bank Bri Syariah Di Surabaya’, *Artikel Ilmiah*, 2017, 1–15

Rahim, Siti Hafizah Abdul, Rosemaliza Abdul Rashid, and Abu Bakar Hamed, ‘Islamic Financial Literacy and Its Determinants among University Students: An Exploratory Factor Analysis’, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6.7Special Issue (2016), 32–35

Rokhani, S., & Nurkhin, A. 2021. Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Business and Accounting Education Journal*, 2(2), 221–229. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>

Ruwaitdah, Siti Homisyah, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah’, *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2.1 (2020), 79

<<https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>>

Samsul, and Ismawati, 'Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Produk-Produk Perbankan Syariah', *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 4 (2020), 67–78

Sari, C. N., & Ratno, F. A. 2020. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 8(2), 312–327.
<https://doi.org/10.24952/masharif.v8i2.3828>

Sari, Dian Novita, 'Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12.1 (2023), 1–18

Septiana, Muhammad Kurniawan dan Eka, 'Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada UMKM Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)', *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1 (2020), 60

Setiawansyah, Angga, Muhizar Muchtar, and Muhammad Saleh, 'Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Serbaguna Di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat', *Jurnal Perbankan Syariah Dan Manajemen Bisnis Islam*, 1.1 (2023), 1–12

Silalahi, Friska, and Harmon Chaniago, 'Analisis Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandung', *International Journal Administration, Business & Organization*, ISSN: 2721-5652, 2.1 (2020), 79–88
<<https://ijabo.a3i.or.id>>

- Sodik, Fajar, Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, and Raida Nadia Syahita, 'Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4.2 (2022)
- Sugiarti, Dian, 'Literasi Keuangan Syariah Generasi Z Dan Minatnya Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Siswa SMK Di Jakarta)', 9.01 (2023), 766–72
- Thohari, Cindy, and Luqman Hakim, 'Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah', *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPak)*, 9.1 (2021), 46–57
<<https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p46-57>>
- Wahyulkarima, Annisa, 'Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1.1 (2018), 51
<<https://doi.org/10.30595/jhes.v1i1.3712>>
- Widowati, Ayun Sekar, and RR Indah Mustikawati, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah', *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7.2 (2018)
<<https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>>
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7 (2), 141-156.
<https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>.

Yushita, Amanita Novi, Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi, *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6.1 (2017), 11–26

OJK, 'Snapshot Perbankan Syariah September 2021', *Www.Ojk.Go.Id*, 2021, 1–6

Otoritas Jasa Keuangan, "Literasi , Edukasi, dan Inklusi Keuangan". Direktorat Literasi dan Edukasi (2014).

<https://ekonomi.republika.co.id/berita/puhcbi330/milenial-indonesia-sibuk-menabung-daripada-investasi> diakses pada 20 Maret 2023

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/03/080500865/hal-hal-yang-perlu-diketahui-seputar-bank-syariah-indonesia?page=all> diakses pada 14 Febuari 2023

<https://www.ojk.go.id> diakses pada 14 Febuari 2023

<https://www.pewresearch.org/global/2020/07/20/the-global-goddivide/> Diakses pada 19 Maret 2023

