

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN
MINAT MENABUNG TERHADAP KEPUTUSAN
MASYARAKAT MENJADI NASABAH PADA BANK
SYARIAH DI KOTA RANTAUPRAPAT**



Disusun Oleh:

JUNITA DONGORAN

NIM. 200603035

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M / 1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Junita Dongoran

NIM : 200603035

Program Studi : perbankan syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.**
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.**
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.**
- 4. Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.**
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.**

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 21 Agustus 2024

Yang Menyatakan



(Junita Dongoran)

AR - R A N I R Y

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat
Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi
Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Rantauprapat**
Disusun Oleh:

Junita Dongoran
NIM. 200603035

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah
memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II

Rika Mulia, MBA
NIP. 198906032020122013

Mengetahui,
Ketua Prodi,

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Rantauprapat

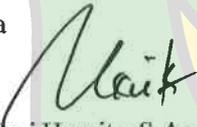
Junita Dongoran
NIM. 200603035

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Perbankan
Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin, 05 Agustus 2024 M
30 Muharram 1446 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag

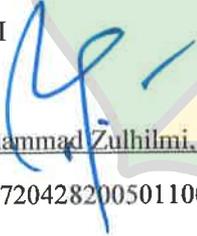
NIP. 197103172008012007

Sekretaris


Rika Mulia M.B.A

NIP. 198906032020122013

Penguji I


Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A.

NIP. 197204282005011003

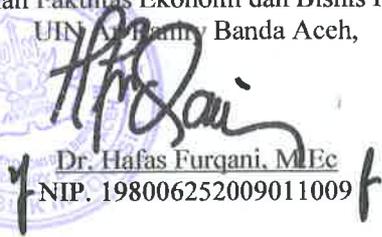
Penguji II


Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak. CPAI

NIP. 201608240219691040

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Dr. Hafas Furqani, M.Ec

NIP. 198006252009011009



**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Junita Dongoran
NIM : 200603035
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 200603035@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang berjudul: Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Rantauprapat

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 05 Agustus 2024

Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Junita Dongoran
200603035

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP.197103172008012007

Rika Mulia, M.B.A

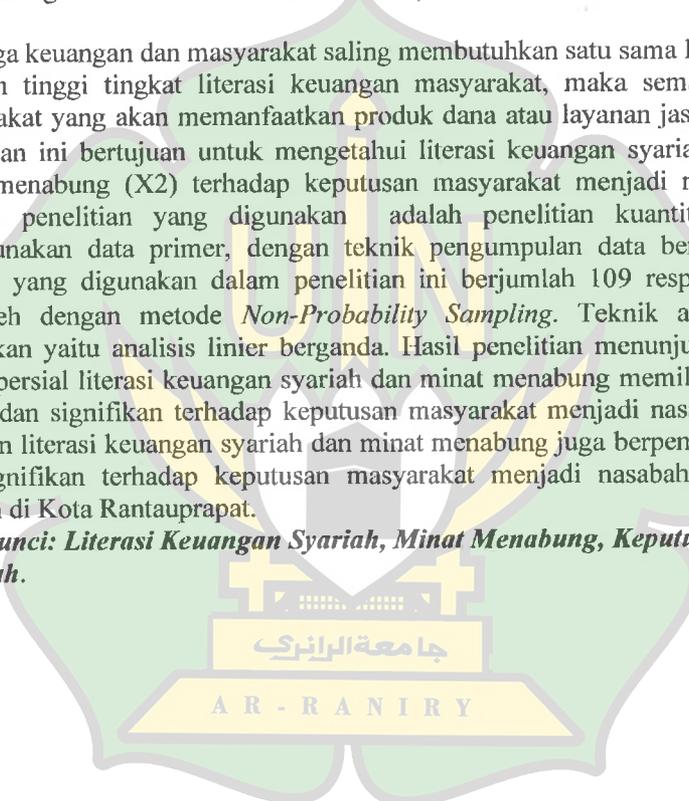
NIP.19890603202012201

ABSTRAK

Nama : JUNITA DONGORAN
Nim : 200603035
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, M,Ag.
Pembimbing II : Rika Mulia, MBA

Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dana atau layanan jasa keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui literasi keuangan syariah (X1), dan minat menabung (X2) terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah (Y). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer, dengan teknik pengumpulan data berupa angket. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 109 responden yang diperoleh dengan metode *Non-Probability Sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial literasi keuangan syariah dan minat menabung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah. Secara simultan literasi keuangan syariah dan minat menabung juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan Syariah, Minat Menabung, Keputusan Nasabah.*



جامعة الرانيري
AR - RANIRY

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag dan Ana Fitria, SE., M.Sc., RSA. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

3. Hafizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag, dan Rika Mulia, MBA selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Terkhusus kepada kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan *support* serta doa sehingga saya sampai dipenghujung ini.

Banda aceh, 21 Agustus 2024



Junita Dongoran



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	سین	Sy	28	ع	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau dipotong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- Ta marbutah* (ة) hidup
Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta marbutah* (ة) mati
Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al,

serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَانِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulaṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/*
alMadīnatul Munawwarah

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN.....	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI....	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	vi
ABSTRAK.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Bank Syariah.....	14
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	14
2.1.2 Produk-Produk dan Jasa Perbankan Syariah	16
2.1.3 Tujuan dan Manfaat Bank Syariah	21
2.2 Teori Perilaku Konsumen.....	22
2.2.1 Defenisi Perilaku Konsumen.....	22
2.2.2 Tujuan dan Manfaat Peilaku Konsumen.....	23
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.3 keputusan Menjadi Nasabah.....	29
2.3.1 Pengertian Keputusan Menjadi Nasabah.....	29

2.3.2 Tahap dan Tujuan Pengambilan Keputusan Nasabah	32
2.3.3 Tujuan Keputusan Menjadi Nasabah.....	33
2.3.4 Aspek Keputusan Nasabah.....	34
2.3.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah.....	35
2.3.6 Indikator Keputusan Nasabah.....	36
2.4 Literasi Keuangan Syariah.....	37
2.4.1 Pengertian Literasi Keuangan Syariah.....	37
2.4.2 Tujuan dan Manfaat Literasi Keuangan Syariah ...	41
2.4.3 Aspek-Aspek Dalam Literasi Keuangan Syariah...	43
2.4.4 Jenis-Jenis Literasi Keuangan Syariah.....	44
2.4.5 Indikator Literasi Keuangan Syariah	46
2.5 Minat Menabung.....	48
2.5.1 Pengertian Minat Menabung.....	48
2.5.2 Tahapan Timbulnya Minat Menabung.....	52
2.5.3 Jenis-Jenis Minat Menabung.....	52
2.5.4 Indikator Minat Menabung.....	53
2.6 Penelitian Terdahulu.....	55
2.7 Kerangka Berfikir.....	61
2.7.1 Pengaruh Variabel Literasi Keuangan Syariah Terhadap Variabel Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah.....	61
2.7.2 Model Kerangka Berfikir.....	63
2.7.3 Hipotesis Penelitian.....	64

BAB III METODE PENELITIAN.....65

3.1 Desain Penelitian.....	65
3.2 Lokasi Penelitian.....	66
3.3 Populasi dan Sampel.....	66

3.3.1	Populasi.....	66
3.3.2	Sampel.....	67
3.4	Sumber Data.....	68
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.6	Operasional Variabel.....	69
3.6.1	Operasionalisasi Variabel.....	69
3.6.2	Skala Pengukuran.....	72
3.7	Teknik Analisis Data.....	72
3.7.1	Uji Keabsahan Data.....	72
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	73
3.8	Uji Regresi Linear Berganda.....	75
3.9	Uji Hipotesis.....	75
3.9.1	Uji F (Simultan).....	75
3.9.2	Uji T (Uji Persial).....	77
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi.....	77
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	79
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	79
4.1.1	Profil Kota Rantauprapat.....	79
4.2	Deskripsi Karakteristik dan Tanggapan Responden Penelitian.....	80
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	80
4.2.2	Deskripsi Tanggapan Responden.....	83
4.3	Hasil Penelitian.....	87
4.3.1	hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	87
4.3.1.1	Hasil Uji Validitas.....	87
4.3.1.2	Hasil uji Reabilitas.....	88
4.3.2	hasil Uji Asumsi Klasik.....	89
4.3.2.1	Hasil Uji Normalitas.....	89
4.3.2.2	Hasil Uji Multikolinieritas.....	90

4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	92
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	93
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
BAB V KESIMPULAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	107
KUESIONER PENELITIAN	108

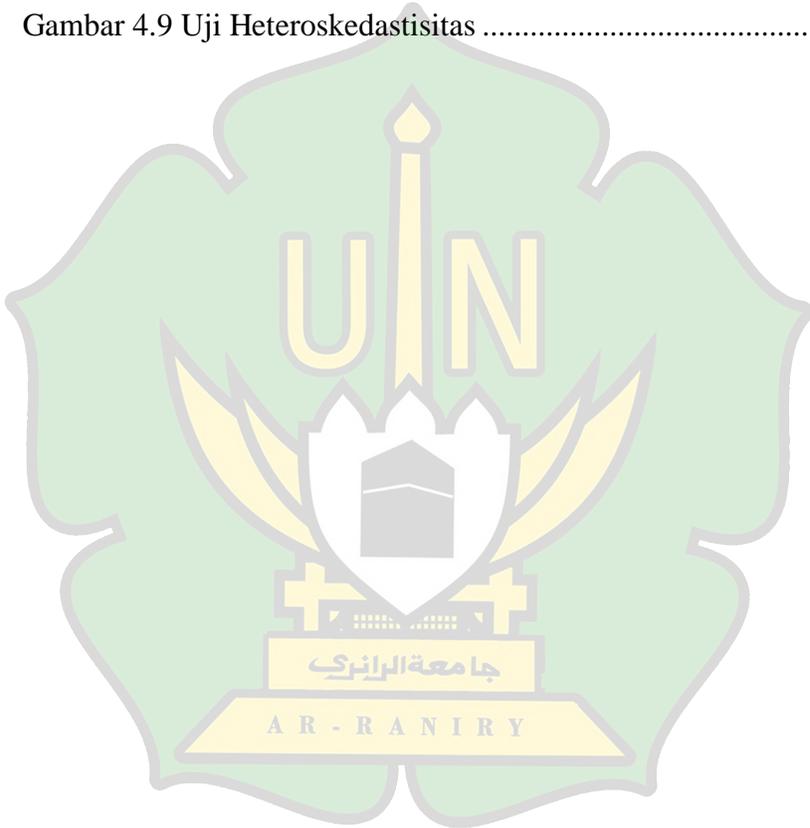


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penduduk Kota Rantauprapat Berdasarkan Per Kecamatan	6
Tabel 2.2 Penelitian Terkait.....	55
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Tahun 2023...	66
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	70
Tabel 3.3 Skala Interval.....	72
Tabel 4.1 Diskripsi Karakteristik Responden Penelitian pada Masyarakat Kota Rantauprapat.....	80
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah.....	83
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menabung.....	83
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan.....	83
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	87
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas.....	88
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	90
Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4.11 Uji T.....	93
Tabel 4.12 Uji F.....	94
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan	31
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir	64
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas (P-Plot)	89
Gambar 4.9 Uji Heteroskedastisitas	91



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah sebagai bagian dari sistem nasional mempunyai peranan penting dalam perekonomian. Peranan perbankan syariah dalam aktivitas ekonomi tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional. Terdapat alasan yang mendasar dalam berdirinya perbankan syariah ini, yaitu adanya pandangan di mana adanya bunga dalam bank konvensional ini hukumnya haram menurut agama Islam dan dari segi ekonomi juga dinilai tidak menerapkan norma keadilan karena berimbas pada penyerahan risiko yang ditanggung satu pihak saja (Rama, 2013).

Menurut Indra (2021) pada dasarnya, mayoritas masyarakat Indonesia sudah mengetahui keberadaan bank syariah namun terkendala pada pemahaman produk-produk yang difasilitasi oleh bank syariah. Dan juga persepsi masyarakat yang menilai bahwa akad-akad dalam produk bank syariah dinilai masih menyulitkan atau memberatkan masyarakat, sehingga dari hal ini menyebabkan masyarakat menjadi enggan memakai produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah dan akhirnya hanya digemari oleh sebagian masyarakat yang ingin menabung di bank syariah untuk menghindari adanya unsur riba pada bank konvensional. Padahal fasilitas dari produk-produk yang disediakan oleh bank syariah tidak kalah baiknya dengan fasilitas produk dari bank

konvensional.

Eksistensi perbankan syariah saat ini menempati posisi yang strategi dalam menjembatani kebutuhan modal kerja dan investasi di sektor riil dengan pemilik dana atau sebagai penyedia jasa tempat menyimpan kekayaan. Seperti halnya perbankan konvensional, perbankan syariah berfungsi sebagai *intermediary agent*. Dengan adanya perbankan syariah diharapkan masyarakat dapat berinvestasi dan bermuamalah sesuai dengan syariah Islam. Dengan melakukan investasi atau menyimpan dananya di bank syariah, masyarakat atau nasabah mengharapkan nilai uangnya dapat bertambah di kemudian hari (Arif, 2015).

Menurut data yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sektor perbankan syariah terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Aset perbankan syariah mengalami peningkatan sebesar 17,91 persen secara tahunan (*year-on-year/yoy*) dan mencapai jumlah sebesar Rp. 744,68 Triliun pada bulan Agustus 2022. Dana Pihak Ketiga (DPK) dalam perbankan syariah juga meningkat sebesar 18,08 persen (*yoy*) menjadi Rp. 591,97 Triliun. Sementara itu, Pembiayaan yang Diberikan (PyD) mengalami kenaikan sebesar 18,56 persen (*yoy*) dan mencapai jumlah sebesar Rp. 483,81 Triliun (Diakses dari ojk.go.id, November 2022).

Di zaman modern, lembaga perbankan telah memainkan banyak peran dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat sudah tidak asing lagi mendengar kata bank yang baik di masyarakat perkotaan

maupun pedesaan. Karena hampir semua kegiatan masyarakat saling berhubungan dengan pembiayaan tidak pernah lepas dari layanan perbankan tersebut. Keberadaan bank memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian negara. Lembaga keuangan perbankan terbagi menjadi dua bidang yaitu bank umum dan bank syariah. Lembaga keuangan memegang peranan penting dalam kehidupan suatu negara, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Lembaga keuangan memiliki peran strategis karena misi utama lembaga keuangan adalah lembaga yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan peran tersebut diharapkan keberadaan lembaga keuangan membawa lebih banyak manfaat dan tawaran kepada masyarakat, dan memberikan kebebasan kepada masyarakat untuk memilih antara lembaga keuangan syariah dan *non* syariah. Bagi masyarakat yang takut akan bunga bank (*kurs*), lembaga keuangan syariah dapat dijadikan alternatif untuk menghindari suku bunga sebagai sarana meminjam atau berinvestasi (Rahmah, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2021) memberikan hasil bahwa Bank Syariah Indonesia di Kotabumi merupakan salah satu bank yang berpartisipasi di bidang keuangan syariah dalam memajukan dan memfasilitasi ekonomi masyarakat di sekitarnya. Tingkat kepuasan nasabah pada bank ini menjadi salah sebuah acuan bagi kemajuan dan perkembangan Bank Syariah Indonesia di Kotabumi. Menurut hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa sebagian nasabah di BSI Kotabumi, menunjukkan bahwa

kebanyakan nasabah belum beralih ataupun belum menerima manfaat nyata dari kehadiran Bank ini di sekitarnya. Kurangnya minat masyarakat menjadi nasabah Bank BSI biasanya berkaitan dengan kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank.

Sebagai langkah awal dalam penelitian, dilakukan survei pengamatan terhadap 10 responden Masyarakat Kota Rantauprapat sebanyak 7 diantaranya 5 orang sudah menggunakan Bank Syariah, sedangkan 2 diantaranya belum menggunakan Bank Syariah. sehingga dapat disimpulkan bahwa Masyarakat Kota Rantauprapat belum sepenuhnya paham tentang Bank Syariah. Meskipun tingkat keputusan dari mereka belum bisa diukur dengan pasti, secara fungsi pemahaman terhadap Bank Syariah tersebut menjadi tolak ukur mereka dalam menentukan keputusan untuk menggunakan atau tidak (Data Observasi Awal 2024).

Masyarakat perlu diberikan pengetahuan yang mencukupi mengenai berbagai hal yang terkait dengan masalah keuangan. Dengan bertambahnya tingkat literasi keuangan masyarakat maka diharapkan masyarakat dapat membuat keputusan keuangan dengan lebih baik sehingga perencanaan keuangan keluarga menjadi lebih optimal. Selain itu literasi keuangan dapat memberikan manfaat yang besar bagi sektor jasa keuangan. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dana atau layanan jasa keuangan (Nurhaliza, 2023).

Pemahaman nasabah tentang literasi keuangan agar 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 (Khosasi, 2016).

Minat menabung menurut Kotler (2011), minat menabung adalah perilaku seorang nasabah yang ingin membeli suatu produk. Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa, konsumen biasanya mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas, inflasi, dan popularitas produk sebelum mengambil keputusan pembelian.

Dengan melakukan langkah-langkah tersebut, nasabah dapat mengambil keputusan apakah akan membeli atau tidak. Apabila pelanggan memutuskan untuk membeli, pelanggan akan menghadapi serangkaian keputusan tentang produk, inflasi, penjual, kapan harus membeli, dan setiap perusahaan dapat mencoba menyederhanakan keputusan yang harus dibuat pelanggan. Oleh karena itu, orang yang sedang dalam kesulitan tertarik untuk menabung. Perusahaan perlu mengetahui berapa banyak jawaban atas pertanyaan tentang perilaku nasabah dalam kepentingan tabungan mereka (Zahra et., Al 2022).

Bukan hanya tentang pemahaman dan minat nasabah

terhadap perbankan syariah, juga alokasi Bank Syariah yang ada di Kota Rantauprapat menyebabkan masyarakat kurang berminat berpindah dari bank konvensional menuju bank syariah, hal ini dikarenakan minimnya Bank Syariah yang ada di Kota Rantauprapat. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Rantauprapat dengan penduduk pada tahun 2023 sebanyak 513.826 jiwa. Dengan banyaknya jumlah penduduk serta minimnya Bank Syariah yang ada di kota Rantauprapat membuat para masyarakat enggan beralih ke Bank Syariah. Sehingga masyarakat lebih memilih bank konvensional yang banyak tersebar di Kota Rantauprapat seperti Bank BRI, yang mudah dijangkau dari tempat tinggal masyarakat sekitar (BPS Rantauprapat, 2023).

Data penduduk Kota Rantauprapat berdasarkan perkecamatan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penduduk Kota Rantau Prapat
Berdasarkan Per Kecamatan

Kecamatan	Jumlah Penduduk
Bilah Hulu	66 516
Pangkatan	39 285
Bilah Barat	41 521
Bilah Hilir	61 751
Panai Hulu	39 299
Panai Tengah	43 027
Panai Hilir	44 509
Rantau Selatan	77 936
Rantau Utara	99 982

Sumber: BPS Kota Rantauprapat, Diolah (2024)

Efektifitas sosialisasi perbankan syariah sangat penting dan harus ditingkatkan agar dapat menegakkan Islam secara menyeluruh termasuk dalam hal muamalah. Untuk mencapai tujuan

tersebut diperlukan perbaikan untuk mensosialisasikan dan melakukan penambahan bank pada lokasi-lokasi dimana masyarakat dapat menjangkaunya, dan masyarakat yang ada di desa masih awam dan menganggap bank syariah sama saja dengan bank konvensional dapat diberikan sosialisasi terhadap pemahaman bank syariah. Peran sosialisasi dari bank syariah dan tokoh masyarakat sekitar dibutuhkan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai perbankan. Sosialisasi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah (Pramana, 2017).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dalam Sensus Penduduk, mayoritas penduduk Rantauprapat menganut agama Islam yakni 83,83%, sedangkan penganut agama nonislam yakni sebanyak 28,67%. Dengan adanya literasi keuangan syariah juga dapat menjadi daya tarik *non muslim* mengenai produk maupun jasa yang ada di bank syariah, perbedaan bank konvensional dan bank syariah menjadi pemicu *non muslim* menjadi nasabah di bank syariah, karena di bank syariah tidak ada tambahan bunga. (<https://labuhanbatukab.bps.go.id/news.html>).

Persepsi masyarakat awam dan orang-orang mengenal bank syariah dari luarnya saja, yaitu memandang bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Hal ini sangat disayangkan, karena notabene penduduk Kota Rantauprapat mayoritas muslim, dan seharusnya pertumbuhan dan perkembangan bank syariah di bisa lebih cepat. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka

dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya rendah pula. Sedangkan pengetahuan tentang bank syariah tinggi maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya tinggi (Parastika, 2021).

Hasil observasi awal bahwa peneliti melihat banyaknya masyarakat Kota Rantauprapat masih banyak yang tidak menggunakan tabungan Bank Syariah dikarenakan jarak antara kantor pusat dan kantor cabang Bank Syariah sangat jauh sehingga banyak dari masyarakat (nasabah) tidak menabung atau bahkan tidak menggunakan tabungan Bank Syariah. Maka peneliti tertarik mengambil judul tentang **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dirumuskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat?
2. Apakah minat menabung berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat?
3. Apakah literasi keuangan syariah dan minat menabung syariah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat
2. Untuk mengetahui pengaruh minat menabung terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah dan minat menabung terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat.

1.4 Mafaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media pembelajaran yang bisa memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai keunggulan dan pelayanan yang ada di perbankan syariah. Terkait literasi keuangan syariah dan minat menabung terhadap keputusan keputusan menjadi nasabah bank syariah Kota Rantauprapat.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat Kota Rantauprapat penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan tentang keuangan syariah pada masyarakat Rantauprapat dan menjadi motivasi serta acuan masyarakat untuk menjadi nasabah dan berminat menabung di bank

syariah.

- b. Bagi Instansi / Perbankan penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi bank syariah untuk terus mengembangkan dan memperkenalkan bank syariah indonesia tersebut agar dapat diketahui oleh masyarakat. Serta dapat dijadikan referensi baru terhadap hasil penelitian mengenai literasi keuangan syariah dan minat menabung terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di Kota Rantauprapat.
- c. Bagi Penulis penelitian merupakan salah satu tugas akhir mahasiswa Perbankan Syariah untuk memenuhi syarat terakhir menuju kelulusan. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis mengenai literasi keuangan syariah dan minat menabung terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat.

3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pihak bank dalam merumuskan kebijakan internal terkait pelayanan dan interaksi dengan nasabah. Bank Syariah dapat menjalin kerjasama dengan pihak eksternal seperti lembaga pendidikan, pemerintah, atau lembaga nirlaba untuk mengembangkan program-program literasi keuangan yang lebih luas dan berkelanjutan.

1.5 Sistematika Pembahasan

Dalam karya ilmiah adanya sistematika pembahasan merupakan gambaran awal yang dapat digunakan oleh pembaca untuk mempermudah mengetahui informasi secara sistematis dan spesifik dari isi karya ilmiah tersebut. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dalam lima bab yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain, diantaranya adalah :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis dan sistematika penulisan.

Bab Ii : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian. teori dapat menjadi penguat penelitian yang akan dilakukan.

Bab Iii : Metode Penelitian :

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber penelitian, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, dan metode analisis data.

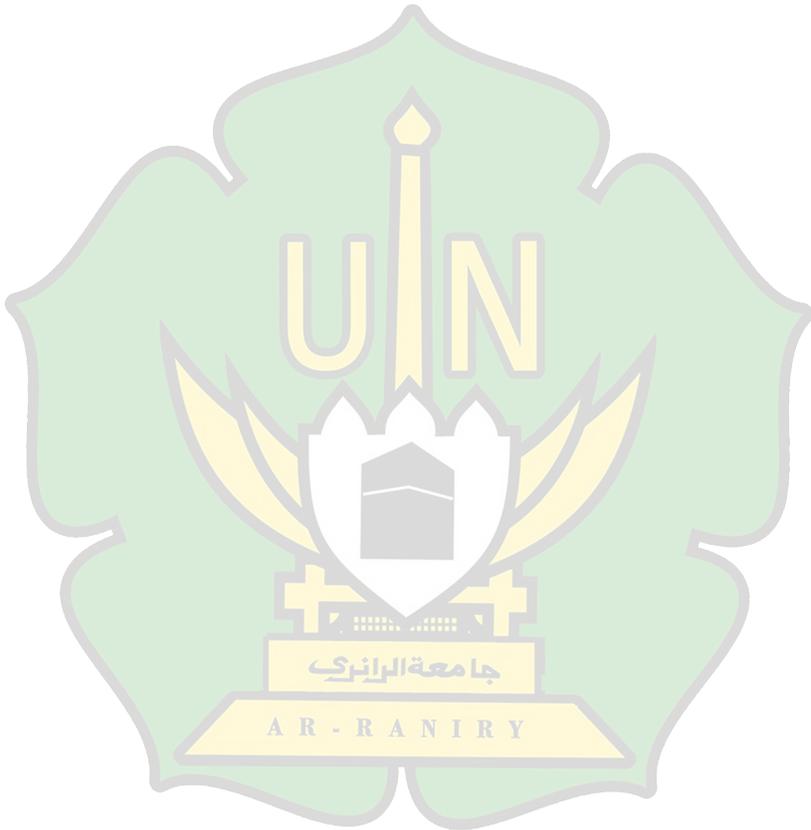
Bab Iv : Hasil Dan Pembahasan

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, analisis serta pembahasan secara mendalam dari hasil penemuan dan menjelaskan secara spesifik.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian

yang telah dibahas sebelumnya. Dan saran dari hasil analisis data yang saling terkait dengan penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah perantara penyedia jasa keuangan berdasarkan prinsip syariah. akad yang dilakukan baik transaksi, barang, atau jasa sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Di Indonesia, lembaga yang berlandaskan hukum syariah ini dikenal dengan nama Pengadilan Arbitrase Muamalah Indonesia atau Bamui, yang didirikan bersama oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia. Bank syariah atau sering disebut dengan bank bebas bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Quran dan Hadits Nabi Muhammad. Bank Syariah, selain menghindari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial. Atau dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang bisnis utamanya adalah penyedia layanan keuangan dan pembiayaan lainnya serta peredaran uang dan yang operasinya sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam. (Rahmah, et al., 2023).

Prinsip-prinsip Dasar Perbankan Syariah dalam operasinya, bank Syariah mengikuti aturan-aturan dan norma-norma Islam, seperti yang disebutkan dalam pengertian di atas, yaitu:

1) Bebas dari bunga (riba)

Berdasarkan prinsip syariah yang bahwa pelarangan riba sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah:2 ayat 275 yang artinya:

"Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya."

Islam juga mengajarkan bagaimana manusia itu giat dalam menjalani aktifitas dan semangat bekerja keras untuk mencari nafkah dan menjawab kebutuhan sehari-hari. Allah SWT, menyeru manusia untuk bertebaran di muka bumi untuk menuntut karunia Allah, dalam hal ini maksudnya adalah rezeki Allah. Bahkan Rasulullah pun sangat menganjurkan kepada ummatnya untuk giat dalam bekerja. Tidak sedikit hadits Rasulullah yang menegaskan tentang hal itu.

Para ulama menetapkan dengan tegas dan jelas tentang pelarangan riba, disebabkan riba mengandung unsur eksploitasi yang dampaknya merugikan orang lain, hal ini mengacu pada Kitabullah dan Sunnah Rasul serta ijma' para ulama. Bahkan dapat dikatakan tentang pelarangannya sudah menjadi aksioma dalam ajaran Islam. Beberapa pemikir Islam berpendapat bahwa riba tidak hanya dianggap sebagai sesuatu yang tidak bermoral

melainkan sesuatu yang menghambat aktifitas perekonomian masyarakat. Sehingga orang kaya akan semakin kaya sedangkan orang miskin akan semakin miskin dan tertindas.

Oleh karena itu perlu adanya pemahaman tentang riba agar tidak semakin terjerumus kedalam riba dan atau berhenti dari riba. Karena riba hanyalah kesenangan yang semua dan menyebabkan ketidak sejahteraannya rakyat. Dalam pengabdian masyarakat ini diperlukan sosialisai mengenai riba terhadap masyarakat Pamulang Barat agar terhindar dari transaksi-transaksi yang mengandung riba mengingat banyaknya transaksi saat ini yang telah mengabaikan riba (Efendi et al., 2019).

2) Bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian (*maysir*) Dalam Al-Qur'an yang menjelaskan tentang maisir yaitu QS. Al Baqarah 219 yang artinya:

"Mereka menanyakan kepadamu (Muhammad) tentang khamar dan judi. Katakanlah, "Pada keduanya terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia. Tetapi dosanya lebih besar daripada manfaatnya." Dan mereka menanyakan kepadamu (tentang) apa yang (harus) mereka infakkan. Katakanlah, "Kelebihan (dari apa yang diperlukan)." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu memikirkan,"

Berdasarkan paparan ayat tersebut pelarangan maisir/judi di atas, jelas bahwa pelarangan maisir/judi bersandingan dengan pelarangan minum khamr. Hal ini karena dua kegiatan ini, tidak terpisah antara satu dengan lainnya di mana ada perjudian di situ ada minum khamr, dan atau sebaliknya. Judi dan minuman keras menjadi satu paket karena kedua hal ini adalah kebiasaan

masyarakat jahiliyah. Di samping itu, pelarangan judi dan khamr juga dilakukan secara bertahap. Hal ini, karena perjudian dan mabuk-mabukan sudah menjadi tradisi yang melekat pada masyarakat Jahiliyyah, sehingga butuh strategi dan metode pentahapan untuk bisa menerapkan aturan pelarangan keduanya secara ketat (haram). Dengan kata lain, larangan minum khamar dan judi, diturunkan secara berangsur-angsur, karena bagi orang Arab kedua hal tersebut telah menjadi adat kebiasaan sejak zaman jahiliyah. (Hilyatin, 2021).

3) Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*)

Gharar adalah semua transaksi ekonomi yang melibatkan unsur ketidakjelasan, penipuan atau kejahatan. Dalam Al-Qur'an kata gharar disebutkan dalam QS Ali- Imran/3: 185 sebagai berikut:

"Setiap yang bernyawa akan merasakan mati. Dan hanya pada hari Kiamat sajalah diberikan dengan sempurna balasanmu. Barang siapa dijauhkan dari neraka dan dimasukkan ke dalam surga, sungguh, dia memperoleh kemenangan. Kehidupan dunia hanyalah kesenangan yang memperdaya."

4) Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*bathil*)

Secara bahasa artinya batal dan tidak sah. Aktivitas ekonomi yang terkait dengan pelarangan batil seperti mengurangi timbangan, mencampurkan barang jualan yang baik dan yang tidak baik untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar (Soemitra, 2009). Allah SWT juga memberikan dalil larangan

kepada hamba-Nya untuk tidak berekonomi alias bertransaksi secara batil. Dalil larangan tersebut pada QS. An-Nisa' 4: Ayat 29 sebagai berikut:

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."(QS. An-Nisa' 4: Ayat 29).

Ayat-ayat yang lalu berbicara tentang hukum pernikahan, sementara pernikahan itu tidak bisa dilepaskan dari harta, terutama berkaitan dengan maskawin. Oleh sebab itu, ayat berikut berbicara tentang bagaimana manusia beriman mengelola harta sesuai dengan keridaan Allah. Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah sekali-kali kamu saling memakan atau memperoleh harta di antara sesamamu yang kamu perlukan dalam hidup dengan jalan yang batil, yakni jalan tidak benar yang tidak sesuai dengan tuntunan syariat, kecuali kamu peroleh harta itu dengan cara yang benar dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu yang tidak melanggar ketentuan syariat. Dan janganlah kamu membunuh dirimu atau membunuh orang lain karena ingin mendapatkan harta. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu dan hamba-hamba-Nya yang beriman.

2.1.2 Produk-Produk dan Jasa Perbankan Syariah

Produk-produk perbankan syariah secara garis besar dapat dikelompokkan kedalam tiga jenis produk, yaitu produk Penghimpun Dana/ simpanan (*liability based product*) seperti giro, deposito dan tabungan, Penyaluran Dana/produk asset (*assets based product*) seperti pembiayaan, dan produk jasa-jasa bank (*services based product*) seperti kiriman uang, *save deposit box*, bank garansi, *letter of credit*, dan sebagainya. Di samping itu di beberapa bank syariah juga terdapat produk lainnya antara lain: jasa pengelolaan kekayaan (*wealth management*) bagi nasabah-nasabah yang mempunyai simpanan dalam jumlah besar di bank yang bersangkutan. Jasa pengelolaan kekayaan nasabah ini pada dasarnya merupakan pengembangan jasa bank yang bersifat eksklusif, dikenal juga dengan nama jasa *private banking* atau *prime customer* (Supyadillah, 2013).

Berikut ini dijelaskan produk-produk bank syariah yang telah berjalan selama ini, sebagai berikut:

1) Produk Penyaluran Dana (*financing*)

Dalam penyaluran dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu :

a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli

1. Pembiayaan *murabahah*

Murabahah berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah

keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*). Jadi murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

2. Pembiayaan *salam*

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

3. Pembiayaan *istishna*

Produk *istishna* merupakan produk *salam*, tapi dalam *istishna* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank beberapa kali (termin) pembayaran. Skim *istishna* dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi. Ketentuan umum pembiayaan *istishna* adalah spesifikasi barang pesanan arus seperti jenis, macam ukuran, mutu dan jumlahnya. Harga jual yang selama berlakunya akad. Jika terjadi perubahan dari kriteria pesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, seluruh biaya tambahan tetap tanggung nasabah.

b. Pembiayaan dengan prinsip sewa (*ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya, bila pada jual-beli objek transaksinya adalah barang pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*syirkah*)

Produk pembiayaan yang berdasarkan bagi hasil yaitu:

1. Pembiayaan *Musyarakah*

Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Jadi *musyarakah* ialah akad kerjasama yang terjadi di antara diantara para pemilik modal (mitra *musyarakah*) untuk menggabungkan modal dan melakukan usaha secara bersama dalam suatu kemitraan, dengan nisbah pembagian hasil sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung secara proporsional sesuai dengan kontribusi modal.

2. Pembiayaan *Mudharabah*

Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada modal kepada

pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan, dan kerugian hanya ditanggung oleh pengelola dana.

d. Pembiayaan dengan akad pelengkap (*tabarru'*)

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Berikut akad-akad pelengkap yaitu *Hiwalah* (Alih Utang-Piutang), *Rahn* (Gadai), *Qardh*, *wakalah*, dan *kafalah*.

2) Produk Penghimpun Dana (*funding*)

Penghimpun dana adalah kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito / surat berarga lainnya. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam menghimpun dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

a. Prinsip *Wadi'ah* (titipan)

Prinsip simpanan *Wadi'ah* ialah akad penitipan barang atau uang kepada koperasi maka kewajiban koperasi harus merawat barang atau uang titipan tersebut dengan baik, serta mengembalikan yang dititipkan saat penitip meminta kembali.

b. Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *Mudharabah* penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *Murabahah* atau *ijarah* yang telah dijelaskan terlebih dahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *Mudharabah* kedua. Hasil usaha ini akan dibagi dihasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati.

3) Produk Jasa (*service*)

Produk-produk jasa bank syariah pada umumnya menggunakan akad-akad *tabarru'* yang dimaksudkan tidak untuk mencari keuntungan, tetapi dimaksudkan dengan fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Jasa perbankan tersebut antara lain berupa :

a. *Sharf* (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahan harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

b. *Ijarah* (sewa) Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

2.1.3 Tujuan dan Manfaat Bank Syariah

Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyebutkan bahwa perbankan syariah

berujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Pemerataan kesejahteraan yang dimaksud diwakili oleh indeks gini. Indeks. Indeks gini merupakan suatu angka yang menggambarkan tingkat kesenjangan kesejahteraan masyarakat suatu negara. Semakin besar angka pada indeks gini maka semakin besar pula tingkat kesenjangan kesejahteraan masyarakat dan begitupula sebaliknya (Yayat et., al 2017).

Pencapaian tujuan bank syariah merupakan representasi dari kebijakan yang diterapkan oleh bank syariah. Ada dua kemungkinan kebijakan yang diambil oleh bank syariah yaitu:

1. Lebih memprioritaskan maksimalisasi pendapatan dan laba.
2. sama-sama memprioritaskan baik maksimalisasi pendapatan dan laba maupun pemerataan kesejahteraan rakyat.
3. Yaitu untuk keperluan modal kerja, investasi, dan konsumsi.

2.2 Teori Perilaku Konsumen

2.2.1 Defenisi Perilaku Konsumen

Pada hakikatnya, perilaku merupakan Tindakan nyata seseorang yang dapat diobservasi secara langsung. Sedangkan konsumen adalah seseorang yang terlibat dalam suatu kegiatan pembelian atau penggunaan produk. Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan Keputusan dan aktivitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka evaluasi, mendapatkan, penggunaan, atau mengatur barang-barang dan jasa (Adi 2002).

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan, produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku ini termasuk suatu studi unit pembelian dan proses pertukaran yang masih melibatkan perolehan konsumsi dan pembuatan barang dan jasa, pengalaman dan ide. Perilaku konsumen merupakan proses dinamis yang mencakup perilaku konsumen individual, kelompok dan anggota Masyarakat yang terus menerus mengalami perubahan (Nora et., Al 2023).

Perilaku konsumen menurut perspektif islam yaitu perilaku konsumen yang berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan Hadis dan didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini. Bekerjanya “*invisible hand*” yang didasari asumsi rasionalitas yang bebas nilai tidak memadai untuk mencapai tujuan ekonomi islam yakni terpenuhinya kebutuhan dasar setiap orang dalam suatu Masyarakat (Maulana, 2016).

2.2.2 Tujuan dan Manfaat Peilaku Konsumen

Tujuan utama perilaku konsumen adalah berkenaan dengan pemenuhan kebutuhan, yang secara spesifik meliputi adanya kebutuhan untuk peningkatan kepuasan, pembentukan loyalitas, efesiensi dalam mengkonsumsi produk, efektivitas dalam

pemanfaatan waktu serta membangun hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan (Buyung, 2024).

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

1. Faktor *Marketing Mix*

Pengertian *marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan dalam beberapa bauran:

a. Produk

Pengertian produk bagi konsumen selain merupakan benda yang mempunyai manfaat dan kegunaan juga merupakan suatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan. Pengembangan sebuah produk menghasilkan perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan di berikan produk itu. Manfaat ini dikomunikasikan dan hendaknya di penuhi oleh atribut produk.

b. Harga

Harga adalah faktor utama yang harus di tentukan sebelum suatu produk di luncurkan ke pasar sasaran. Harga produk

juga salah satu faktor penentu bagi permintaan pasar yang secara otomatis akan mempengaruhi volume penjualan. Jika harga produk tidak dapat di jangkau konsumen, maka target penjualan yang telah di tetapkan tidak tercapai. Harga menurut Umar (2005:32) adalah sejumlah nilai yang di tukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau di tetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

c. Distribusi

Suatu pemasaran perusahaan dimulai dari distribusi, namun fungsi *place* komponen *place* memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran. *Place* atau kalau diterjemahkan bisa berarti penempatan produk, distribusi atau penyebaran produk yang sangat menentukan keberhasilan pemasaran. Suatu produk atau jasa didistribusikan oleh *principal* secara terencana. Perusahaan berusaha agar produk atau jasa dapat tersebar melalui *channel-channel* pemasaran. Strategi distribusi ini dilakukan melalui penggunaan *sales force* yang cukup banyak.

d. Menurut Boyd et., al (2000:65) menyatakan strategi promosi merupakan sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang di

rancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberikan kontribusi pada kinerja laba jangka panjang.

2. Faktor budaya

a. budaya

Budaya dijelaskan sebagai hasil dari kreativitas suatu kelompok masyarakat dari generasi ke generasi yang dapat memberikan bentuk perilaku dalam kehidupan. Kebudayaan meliputi beberapa hal kompleks seperti ilmu pengetahuan, kepercayaan, adat, moral, seni, norma dan kebiasaan yang berlaku di lingkungan masyarakat.

b. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan suatu kelompok individu yang memiliki kedudukan yang seimbang dalam masyarakat. Kelas sosial memiliki perbedaan dengan status sosial meskipun keduanya sering diartikan sama, padahal kedua istilah tersebut memiliki pengertian yang berbeda.

3. Faktor Sosial

a. Faktor kelompok anutan (*Small Reference Group*)

Kelompok anutan merupakan kelompok individu yang memberikan pengaruh pada sikap, pendapat, norma,

serta perilaku konsumen. Adanya kelompok anutan terhadap perilaku konsumen yaitu menjadi penentu produk dan merek yang akan digunakan sesuai dengan aspirasi kelompok.

b. Faktor keluarga

Keluarga menjadi unit terkecil yang dengan besar mampu mempengaruhi individu dalam menentukan keputusan pembelian.

c. Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, keluarga, klub, organisasi. Kedudukan orang itu di masing-masing kelompok dapat di tentukan berdasarkan peran dan status. Peran merupakan kegiatan yang di harapkan dilakukan oleh seseorang. Status merupakan masing-masing dari peran tersebut akan menghasilkan status.

4. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga di pengaruhi karakteristik pribadi yang terdiri dari:

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Beberapa karya terbaru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis orang dewasa mengalami “perjalanan” dan “perubahan” sepanjang hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada perubahan situasi hidup dan dampak situasi itu terhadap perilaku konsumsi.

b. Gaya Hidup

Merupakan pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

5. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian konsumen di pengaruhi oleh empat faktor psikologis, yang terdiri dari:

a. Motivasi

Motivasi konsumen merupakan suatu kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong konsumen untuk bertindak.

b. Persepsi

Presepsi menurut Lamb et., al (2011) adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menginterpretasikan rangsangan tersebut ke dalam gambaran yang memberi makna dan melekat.

c. Pembelajaran

Pembelajaran menurut Kotler dan Armstrong (2011) merupakan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari

pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil dari belajar.

d. sikap dan keyakinan

Sikap merupakan kesiapan seseorang untuk melakukan sesuatu. Sikap memberi pengaruh terhadap keyakinan. Sebaliknya keyakinan dapat menentukan sikap individu. Sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk mampu memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut.

2.3 keputusan Menjadi Nasabah

2.3.1 Pengertian Keputusan Menjadi Nasabah

Menurut Chasanah (2019) mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif yang ada atau lebih. Menurut Setiadi (2003) Mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah “proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku”.

Defenisi keputusan adalah cangkupan proses identifikasi suatu masalah yang menghasilkan suatu kesimpulan dan pertimbangan-pertimbangan yang kemudian digunakan sebagai acuan dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu pertimbangan yang digunakan memiliki pengaruh yang besar dalam mengkaji suatu masalah (Ramadhani, et al., 2021).

Menurut Solomon (2007) pengambilan keputusan sebagai proses memilih yang didasari oleh kriteria-kriteria tertentu yang terdiri dari dua atau lebih alternatif. Proses pengambilan keputusan adalah adalah suatu proses yang berasal dari pengulangan strategi (*repertoire of strategies*) serta proses evaluasi terhadap strategi yang digunakan sehingga individu mampu menentukan strategi yang tepat. Menurut Kotler dan Amstrong terdapat indikator yang mendukung pertimbangan nasabah dalam pengambilan keputusan adalah persepsi melihat kinerja, kepuasan akan produk yang ditawarkan, penyediaan informasi pada saat diminta, jarak antar rumah ke bank, dan pertimbangan kualitas pelayanan (Anggytania, 2022).

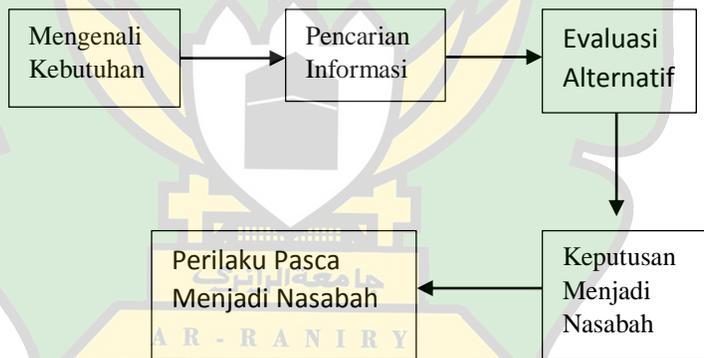
Pengambilan keputusan menjelaskan bahwa pengambilan keputusan bersifat *futuristic* yang berarti bahwa pengambilan keputusan memiliki efek dalam jangka panjang serta berkaitan dengan masa depan. Keputusan artinya sebuah pilihan yang mengandung beberapa alternatif yaitu mempertimbangkan pilihan atas dasar logika, memilih salah satu alternatif yang paling terbaik, tercapainya tujuan yang diinginkan dan adanya tujuan tersebut mengarahkan kepada keputusan yang dipilih (Muktamar et., Al 2023).

Pengertian Keputusan Nasabah diartikan sebagai proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan

digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Sedangkan keputusan nasabah adalah “hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan pembelian” (Azhar et., Al 2023).

Proses pengambilan keputusan menurut Setiadi (2015:14) menyatakan bahwa proses pembelian yang spesifik meliputi tahap-tahap yang melewati peristiwa sebagai berikut:

Gambar 2.1
Proses Keputusan



Sumber: (Setiadi, 2015)

Perilaku konsumen (nasabah) harus memahami dan perlu melalui setiap aktivitas yang terdapat pada tahapan atau proses pembelian pengambilan keputusan. Menurut Darmawan (2018) keputusan merupakan suatu kegiatan atau peristiwa yang memiliki karakteristik yang unik karena tidak hanya mempelajari ilmu tetapi menelusuri seni yang akan dikembangkan secara mendalam

oleh setiap individu.

Berdasarkan paparan defenisi oleh para ahli dapat disimpulkan bahwa keputusan merupakan tahap awal dari segala rancangan yang telah disusun dan keputusan dibuat dengan matang, serta mengutamakan kepentingan emosi dan logika. Akhirnya keputusan menjadi nasabah bank syariah memiliki dorongan dengan alasan-alasan tertentu yang dimana keputusan tersebut datang dari dalam diri seseorang atas dasar pengetahuan, mekanisme keuangan bank syariah dan produk-produk yang disediakan oleh jasa bank syariah (Anggytania, 2022).

2.3.2 Tahap dan Tujuan Pengambilan Keputusan Nasabah

Menurut Sari (2018) terdapat empat tahap dan proses dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut:

a. *Intelligence*

Tahap ini merupakan proses pengenalan masalah, mendeteksi masalah yang berada di ruang lingkup, serta proses penelusuran masalah.

b. *Design*

Tahap ini merupakan proses menemukan dan mengembangkan alternatif. Tahap ini terdiri dari proses untuk memahami masalah, melemahkan solusi dan solusi tersebut diuji atas kelayakannya.

c. *Choice*

Tahap ini merupakan proses pemilihan diantara berbagai alternatif tindakan yang mungkin dijalankan. Tahap ini terdiri

dari pencarian, evaluasi, dan rekomendasi solusi terhadap model yang telah dibuat. Solusi dari model yang dibuat menjadi tolok ukur atas nilai spesifik untuk variabel hasil alternatif yang dipilih.

d. Implementation

Tahap ini merupakan tahap keputusan yang telah diambil. Berbagai tindakan didalam tahap ini perlu disusun sesuai rencana yang telah dibuat, sehingga hasil keputusan dapat di pantau dan tentunya memerlukan revisi terhadap hasil yang telah diperoleh. Perbankan syariah bersifat universal dan memerlukan aturan khusus yang mana tidak hanya menjadi wadah transaksi umat muslim, tetapi juga menerima *non muslim* sebagai konsumen (nasabah) bank syariah. Karena, setiap kepentingan individu tentunya beraneka ragam dan kepentingan tersebut dapat ditampung dalam satu lembaga perbankan syariah. Alternatif yang digunakan bank syariah berasal dari bank konvensional yaitu dapat menggerakkan sektor rill (*moneter based economy*), yang dimana perbankan syariah harus memiliki aturan- aturan khusus yang tidak dimiliki oleh bank konvensional

2.3.3 Tujuan Keputusan Menjadi Nasabah

Tujuan keputusan menjadi nasabah bank syariah untuk melakukan perbandingan dan menambah pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah terhadap suatu produk serta melakukan tinjauan langsung sesuai dengan kebutuhannya dan akan

mempengaruhi kecenderungannya dalam pengambilan sebuah keputusan (Fitriadi, et al., 2021).

2.3.4 Aspek Keputusan Nasabah

Suatu keputusan seseorang pasti didasari dengan aspek yang mendorong seseorang hingga menjadi nasabah dengan berdasarkan pengambilan suatu keputusan yang tepat dan dominan. Aspek tersebut terdiri dari dua aspek pertimbangan seseorang terhadap jasa perbankan yang dipilih, yaitu aspekemosional dan aspek rasional yang dapat di jelaskan sebagai berikut:

- a. Aspek emosional adalah aspek yang bersifat subjektif dalam memilih sesuatu dan aspek yang berdasarkan keyakinan atau berdasarkan perasaan individu dengan emosinya. Contohnya adalah seseorang memilih jasa bank syariah dibandingkan bank konvensional karena seseorang tersebut bersikeras memilih berdasarkan keyakinan atau agama Islam dan mengutamakan sesuatu untuk kepentingan individual dalam spritualnya.
- b. Aspek rasional adalah aspek yang bersifat objektif dan berdasarkan hal-hal yang nyata dan dapat diterima. Contohnya adalah seseorang mengambil pertimbangan dari sisi bisnisnya, orang tersebut memilih bank syariah dibandingkan bank. Karena pada dasarnya bank syariah lebih menguntungkan tidak merugikan, mensejahterakan kepentingan mashlahat dan semua sisi bisnis yang terhubung dengan bank syariah dinyatakan masif.

2.3.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah

Menurut Sumantri (2017) adapun beberapa faktor yang menjadikan nasabah memiliki pendapat atau persepsi nasabah mengenai produk yang ditawarkan oleh bank syariah dan disusun beberapa instrumen perhatian minat nasabah terhadap bank syariah antara lain sebagai berikut:

- 1) Adanya perasaan senang terhadap pelayanan yang diberikan bank syariah.
- 2) Adanya keinginan dan dorongan untuk menjadi nasabah bank syariah.

Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah:

1. Faktor *Marketing Mix*

Menurut Kotler dan Armstrong (2011), pengertian *marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan dalam beberapa bauran:

- a. Produk
 - b. Harga
 - c. Distribusi
 - d. Promosi
2. Faktor budaya
 - a. Budaya
 - b. Kelas sosial

3. Faktor sosial
 - a. Kelompok acuan
 - b. Keluarga
 - c. Peran dan status
4. Faktor pribadi
 - a. Usia dan Tahap Siklus Hidup
 - b. Gaya hidup
 - c. Kepribadian dan konsep diri
5. Faktor psikologis
 - a. Motivasi
 - b. Persepsi
 - c. Pembelajaran

Keyakinan dan sikap

2.3.6 Indikator Keputusan Nasabah

Menurut Kotler (2009) Pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemecahan masalah. Dalam memutuskan produk apa yang akan digunakan, sebagian nasabah menggunakan mental yang sama dalam memutuskannya. Walaupun kenyataannya berbagai nasabah akhirnya memilih produk yang berbeda-beda untuk digunakan itu disebabkan oleh perbedaan karakteristik pribadi dan pengaruh sosial.

1) Pengenalan kebutuhan

Tahap pertama proses keputusan pembeli, dimana pembeli mengenali permasalahan atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dan sejumlah keadaan

yang diinginkan.

2) Pencarian informasi

Tahap proses pengambilan keputusan pembeli, dimana konsumen tergerak untuk mencari informasi tambahan, konsumen mungkin sekedar meningkatkan perhatian atau mungkin pula mencari informasi secara aktif.

3) Pengevaluasian alternatif

Tahap proses keputusan pembelian, dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai merek alternatif di dalam serangkaian pilihan alternatif.

2.4 Literasi Keuangan Syariah

2.4.1 Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Dalam perkembangan sistem keuangan islam selama beberapa dekade terakhir merupakan suatu manifestasi pandangan dunia islam yang digambarkan menurut syariah atau hukum islam. Syariah merupakan landasan pandangan dunia islam. Syariah menurut secara harfiah berarti “jalan” atau “jalan menuju tempat air”, “jalan yang jelas untuk diikuti” dan lebih tepat, “jalan yang mengarah ke sumber”. Dengan demikian syariah merupakan serangkat norma, nilai, dan hukuim yang mengatur cara hidup islam. Syariah adalah keseluruhan ajaran islam dan sistem islami, yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad Saw., dicatatkan di dalam Al-Quran, serta dideduksi dari Sunnah (Yulianto 2018).

Menurut Rahim *et al.* (2016) 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.

Istilah “literasi keuangan” mengacu pada pengetahuan seseorang tentang keberadaan lembaga keuangan, berbagai produk yang mereka tawarkan, serta potensi keuntungan dan kerugian masing-masing. Hal ini sejalan dengan tuntutan agar umat Islam memilih produk yang mereka gunakan dengan hati-hati dan memperhatikan semua aspek untuk memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan hukum syariah. Tingkat literasi keuangan yang tinggi akan mendorong ekspansi ekonomi. Orang yang akrab dengan semua aspek keuangan lebih mampu meningkatkan kesejahteraan mereka dan sebagai hasilnya membuat keputusan yang lebih baik mengenai perbankan syariah (Sari et al., 2023).

Literasi keuangan merupakan hal vital untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera. Kemudian dengan pengelolaan keuangan yang tepat tentunya ditunjang oleh literasi keuangan yang baik, maka taraf kehidupan diharapkan dapat meningkat, hal ini berlaku untuk setiap tingkat penghasilan, karena bagaimanapun tingginya tingkat penghasilan seseorang tanpa pengelolaan yang tepat, keamanan finansial pasti akan sulit dicapai. (Rahmawati, 2022).

Literasi keuangan menjadi kepentingan oleh seseorang yang memiliki seperangkat keterampilan dan kemampuan mengenai sumber daya untuk mencapai suatu tujuan. Literasi keuangan meliputi edukasi yang mencakup pada pengelolaan keuangan, jasa keuangan, produk dan layanan keuangan, hak dan kewajiban nasabah serta transaksi keuangan lainnya. Sedangkan pada konsep literasi keuangan syariah pada umumnya menggunakan konsep literasi keuangan konvensional yang ditambahkan dengan aspek syariah. Berikut ini beberapa pengertian literasi keuangan, antara lain:

- 1) Menurut *Programme for International Student Assessment* (PISA), “literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman mengenai wawasan konsep keuangan beserta risikonya, keterampilan, motivasi, dan kepercayaan diri seseorang untuk mengaplikasikan pengetahuan dan pemahaman dalam membuat keputusan yang efektif mengenai persoalan pengelolaan keuangan untuk mewujudkan kesejahteraan finansial individu dan masyarakat, serta memungkinkan adanya partisipasi dalam kehidupan ekonomi.”
- 2) Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 76, “literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang dapat menentukan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.”
- 3) Menurut Roestanto, “literasi keuangan adalah kemampuan dalam memahami pengetahuan serta keterampilan untuk

mengelola sumber daya keuangan demi tercapainya kesejahteraan.

Sebagai konsep yang berkembang dalam literatur ekonomi dan keuangan, literasi nasabah diukur melalui serangkaian indikator yang mencerminkan kemampuan individu dalam mengelola portofolio investasi, memahami dan menilai risiko keuangan, serta menjalankan praktik-praktik keuangan yang sehat. Literasi nasabah seringkali melibatkan analisis statistik yang komprehensif untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat literasi nasabah, serta menganalisis implikasi literasi tersebut terhadap perilaku finansial dan kesejahteraan ekonomi individu (Ayustia et., Al 2023).

Pengetahuan, pemahaman serta kecakapan dalam mengelola keuangan merupakan sebuah keniscayaan pada era industri 4.0. Bukan hanya pada level korporasi, namun juga sampai pada orang pribadi, karena literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan guna mencapai kesejahteraan (Nanda et al., 2019).

Kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan, keterampilan, dan sikap keuangan untuk mengelola sumber daya keuangannya sesuai dengan ajaran Islam dikenal dengan literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah adalah kemampuan untuk memahami dengan jelas produk dan layanan keuangan syariah, membedakan antara bank syariah dan bank konvensional, dan

memengaruhi sikap individu untuk membuat keputusan ekonomi yang sesuai dengan syariah (Azizah et al., 2020).

Literasi nasabah merupakan kapasitas individu dalam memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi keuangan untuk mengambil keputusan yang rasional dan efektif dalam mengelola aspek-aspek keuangan pribadi. Konsep literasi nasabah melibatkan pemahaman mendalam terhadap konsep-konsep keuangan, termasuk namun tidak terbatas pada pengetahuan mengenai produk dan layanan keuangan, keterampilan perencanaan keuangan, serta kemampuan analisis terhadap risiko dan imbal hasil dari suatu keputusan finansial. (Asyhar, 2020).

Literasi nasabah memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap dinamika perilaku finansial masyarakat, serta memberikan dasar empiris bagi pengembangan kebijakan publik dan program edukasi keuangan yang bertujuan meningkatkan literasi nasabah. Oleh karena itu, literasi nasabah bukan sekadar dimaknai sebagai pengetahuan, melainkan sebagai keterampilan holistik yang mendukung pengambilan keputusan finansial yang cerdas dan berkelanjutan.

2.4.2 Tujuan dan Manfaat Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan memiliki tujuan untuk meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate* serta untuk meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan layanan keuangan. Literasi keuangan memberikan manfaat bagi masyarakat maupun industri keuangan

OJK, (2013). Dimana manfaat literasi keuangan bagi masyarakat yaitu:

- a. Agar masyarakat dapat menggunakan produk serta layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhannya.
- b. Memiliki kemampuan untuk melakukan perencanaan keuangan yang lebih baik.
- c. Agar terhindar dari investasi keuangan yang tidak jelas dan memahami manfaat serta risiko produk dan jasa keuangan.

Sedangkan manfaat literasi keuangan bagi industri keuangan antara lain:

- a. Untuk meningkatkan profit institusi jasa keuangan.
- b. Untuk mengembangkan serta menciptakan produk dan jasa keuangan yang terjangkau dalam rangka memenuhi kebutuhan Masyarakat.

2.4.3 Aspek-Aspek Dalam Literasi Keuangan Syariah

Dalam literasi keuangan ada beberapa aspek keuangan yang harus diukur untuk mengetahui tingkat literasi seseorang. Menurut Chen dan Volpe (1998) menyatakan bahwa literasi keuangan dibagi menjadi empat aspek, yaitu:

- a. Pengetahuan Keuangan Umum

Meliputi pemahaman yang berkaitan dengan petahuan dasar tentang keuangan pribadi.

- b. Simpan dan Pinjam

Meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan

pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.

c. Asuransi Meliputi

pengetahuan dasar asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa dan asuransi kendaraan bermotor.

d. Investasi

Meliputi pengetahuan tentang suku bunga pasar, reksadana dan risiko investasi.

Menurut Huston (2010) literasi keuangan dapat di ukur dengan menggunakan empat aspek yang dikategorikan sebagai berikut:

- a. Keuangan dasar, meliputi daya beli, nilai uang dan perencanaan.
- b. Pinjaman, meliputi pinjaman yang dapat dilakukan melalui kartu kredit, pinjaman dan hipotek.
- c. Investasi/tabungan, meliputi tabungan maupun investasi masa depan yang dapat dilakukan melalui saham, obligasi, reksadana dan dana pensiun.
- d. Perlindungan sumber daya asuransi, bagian ini dapat berupa produk-produk asuransi maupun teknik manajemen risiko.

2.4.4 Jenis-Jenis Literasi Keuangan Syariah

Menurut (Ruwaidah 2020) Literasi keuangan syariah melibatkan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip keuangan yang sesuai dengan hukum Islam. Berikut adalah beberapa jenis literasi keuangan syariah yang penting:

1. Prinsip Dasar Keuangan Syariah

a. Riba

Pemahaman tentang larangan riba (bunga) dalam transaksi keuangan syariah.

b. Gharar

Pengetahuan mengenai larangan ketidakpastian atau spekulasi dalam transaksi keuangan.

c. Mudarabah

Pemahaman tentang kemitraan di mana satu pihak menyediakan modal dan pihak lainnya menyediakan keahlian untuk memperoleh keuntungan bersama.

d. Musyarakah

Pemahaman tentang kerjasama bisnis di mana semua pihak berkontribusi pada modal dan berbagi keuntungan serta risiko.

2. Produk Keuangan Syariah

a. Tabungan Syariah

Tabungan yang mematuhi prinsip-prinsip syariah, di mana keuntungan diperoleh melalui skema bagi hasil, bukan bunga.

b. Pembiayaan Syariah

Berbagai produk pembiayaan seperti murabaha (jual beli dengan margin keuntungan), ijarah (sewa), dan istisna (pesanan barang).

c. Asuransi Syariah (Takaful)

Sistem asuransi yang berbasis pada prinsip saling membantu dan berbagi risiko sesuai dengan prinsip syariah.

3. Sukuk

Surat berharga syariah yang berfungsi sebagai instrumen investasi yang sesuai dengan prinsip syariah.

4. Perencanaan Keuangan Syariah

a. Perencanaan Keuangan Pribadi

Pengelolaan keuangan pribadi dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah, termasuk pengelolaan anggaran, investasi, dan perlindungan.

b. Perencanaan Waris Syariah

Pembagian harta warisan sesuai dengan hukum waris Islam yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan Hadis.

5. Investasi Syariah

Pasar Modal Syariah: Investasi di pasar saham yang mematuhi prinsip syariah, seperti tidak berinvestasi di perusahaan yang terlibat dalam aktivitas haram.

a. Reksa Dana Syariah

Investasi kolektif yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dan diinvestasikan dalam instrumen yang halal.

6. Etika dan Tanggung Jawab Sosial

a. Zakat

Pengetahuan tentang kewajiban zakat dan cara menghitung serta menyalurkan zakat secara benar.

b. Sedekah dan Wakaf

Pemahaman tentang pentingnya sedekah dan wakaf dalam keuangan syariah dan bagaimana mengelolanya.

2.4.5 Indikator Literasi Keuangan Syariah

Indikator literasi keuangan syariah Menurut (Chen et., Al 1998). terbagi menjadi empat bagian, yaitu:

a. Pengetahuan keuangan dasar syariah

Menurut Ichwan (2016) dan Hambali (2018) pengetahuan dasar keuangan syariah ini terkait pada wawasan mengenai pengetahuan dasar-dasar prinsip pengelolaan keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk membantu dalam mengambil keputusan dan penerapan sejumlah kebijakan dalam aspek keuangan agar sesuai dengan prinsip syariah (Nanda et., Al 2019).

Sebuah pemahaman mendasar pada keuangan syariah ini yaitu tentang konsep seperti pemahaman terhadap lembaga keuangan, prinsip-prinsip transaksi keuangan syariah, manfaat pengetahuan dasar keuangan syariah, dan produk keuangannya. Selain itu menurut *Programme for International Student Assessment (PISA)* terdapat pemahaman terhadap bunga (riba), inflasi, dan nilai uang yang penting untuk kesejahteraan finansial orang lain (Nanda et., Al 2019).

b. Tabungan dan Pinjaman Syariah

Menurut Soemitra dalam penelitian Nanda et., Al (2019) tabungan adalah sebagian harta seseorang yang diperoleh dari pendapatan dan harus disisihkan untuk disimpan agar digunakan dikemudian hari untuk keperluan dan kebutuhan yang tidak pernah diduga. Selain itu, tabungan juga mendorong seseorang untuk terus belajar mengelola keuangan dengan bijak. Tabungan menurut konsep syariah menggunakan akad wadi'ah atau investasi dana yang berdasarkan pada akad mudharabah atau akad lain yang berlandaskan pada prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang sudah disepakati antara pihak bank dan nasabah.

Penarikannya tidak bisa ditarik melalui cek, bilyet giro, atau alat yang lainnya. Pinjaman adalah penyediaan sejumlah dana guna mampu memenuhi kebutuhan yang konsumtif maupun produktif. Maka dari itu dibutuhkan wawasan serta kecakapan yang luas agar mampu mengelola pinjaman tersebut secara bijak. Lembaga keuangan syariah yang merupakan tempat dalam pinjaman berupa pembiayaan memiliki aktivitas dalam penyaluran dananya kepada pihak nasabah yang membutuhkan dana dan harus berdasarkan pada prinsip syariah. Bagian tabungan ini dengan mengetahui jenis tabungan di bank syariah, akad-akad transaksi keuangan syariah, pembagian keuntungan dalam bank syariah, pembiayaan mudharabah dan jenis pinjaman.

c. Asuransi Syariah

Dalam keuangan Islam memiliki asuransi tersendiri yang disebut dengan takaful. Takaful berarti garansi gabungan, tanggung jawab bersama, garansi bersama, jaminan kolektif, dan janji timbal balik sehingga menciptakan suatu hubungan resiprokal dan kontrak mengenai bantuan timbal balik diantara para anggota. Menurut Fatwa DSN MUI nomor 21 tahun 2001 tentang pedoman umum asuransi syariah menyatakan bahwa asuransi syariah sebagai yang mengarah dan mementingkan pada perlindungan dan tolong menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan/atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu dengan melalui akad (perjanjian/perikatan) yang terjadi sesuai dengan prinsip syariah.

d. Investasi Syariah

Investasi syariah yaitu aktivitas investasi pada instrument keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Kegiatan bisnis dan investasi ini dianjurkan dalam ajaran Islam. Investasi merupakan keputusan yang diambil seseorang untuk dikeluarkan pada saat ini melalui tujuan untuk masa depan. Namun, kegiatan investasi dalam Islam tidak berarti setiap individu bebas dan melakukan tindakan untuk memperkaya diri atau menimbun sebuah kekayaan dengan cara yang tidak dibenarkan. Etika bisnis harus tetap dilandasi pada norma dan moralitas yang sudah ditentukan dalam ekonomi Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits.

2.5 Minat Menabung

2.5.1 Pengertian Minat Menabung

Menurut Priansa (2017) minat menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu. Menurut Assael menyatakan bahwa minat menabung merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan.

Menurut Damayanti (2017) menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia minat diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Menurut Syah (2004), minat merupakan sikap positif dari seseorang terhadap sesuatu yang dilakukan dengan perasaan senang dan semangat sehingga dapat diterima tanpa membiarkannya. Jadi dapat dikatakan bahwa minat adalah kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu sebagai interpretasi perasaan suka yang timbul atas aktivitasnya.

Hal ini terdapat pada Firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah ayat 266, yang artinya:

Artinya: “Apakah ada seorang di antara kamu yang ingin memiliki kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, di sana dia memiliki segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tuanya sedang dia memiliki keturunan yang masih kecil-kecil. Lalu kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, sehingga terbakar. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat Nya kepadamu agar kamu memikirkannya.”

Pada ayat di atas memiliki pesan untuk manusia dalam mengantisipasi masa depan keturunannya yang lebih baik secara ekonomi maupun hal kehidupan lainnya. Salah satu langkah yang harus diambil yaitu dengan menabung (Miftah, 2022).

2.5.2 Tahapan Timbulnya Minat Menabung

Menurut penelitian (Said 2016) timbulnya minat menabung biasanya mengikuti beberapa tahapan perkembangan yang melibatkan aspek psikologis, emosional, dan praktis. Berikut adalah tahapan-tahapan yang sering terjadi dalam proses timbulnya minat menabung:

1. Kesadaran Awal
 - a. Kesadaran Awal Seseorang mungkin mulai menyadari pentingnya menabung setelah mengalami situasi di mana uang tidak cukup, atau ketika mereka melihat orang lain mengelola keuangan dengan baik.
 - b. Belajar tentang konsep dasar uang, seperti apa itu menabung dan bagaimana uang bekerja, baik dari keluarga, sekolah, atau media.

2. Pengenalan dan Motivasi

a. Pengenalan Manfaat Menabung

Menyadari manfaat dari menabung, seperti memiliki cadangan dana untuk kebutuhan mendatang, tujuan jangka panjang, atau situasi darurat.

b. Motivasi Internal

Memiliki motivasi pribadi, seperti keinginan untuk membeli sesuatu yang diinginkan, mempersiapkan masa depan, atau mencapai tujuan finansial tertentu.

3. Perencanaan dan Tujuan

a. Menetapkan Tujuan finansial yang spesifik dan realistis, seperti membeli barang mahal, merencanakan liburan, atau mempersiapkan dana pendidikan.

b. Rencana Menabung yang jelas tentang berapa banyak yang akan ditabung dan dalam jangka waktu berapa lama.

4. Pengembangan Kebiasaan

a. Memulai Menabung secara teratur, seperti menyisihkan sebagian dari pendapatan setiap bulan.

b. Konsistensi Mengembangkan kebiasaan menabung secara konsisten, meskipun dalam jumlah kecil, agar menjadi rutinitas yang berkelanjutan.

5. Pengelolaan dan Evaluasi

a. Mengelola dan memantau tabungan, termasuk memilih produk keuangan yang tepat (seperti tabungan syariah, reksa dana, atau investasi).

- b. Mengevaluasi kemajuan tabungan dan menyesuaikan rencana jika diperlukan, berdasarkan perubahan dalam pendapatan, pengeluaran, atau tujuan.

6. Perluasan dan Diversifikasi

- a. Diversifikasi Investasi setelah kebiasaan menabung terbentuk, seseorang mungkin mulai mempertimbangkan diversifikasi investasi, seperti membeli saham, obligasi, atau aset lainnya.
- b. Pendidikan Lanjutan terus belajar tentang berbagai produk keuangan dan strategi investasi untuk meningkatkan pemahaman dan pengelolaan keuangan.

7. Penguatan dan Komitmen

- a. Komitmen Jangka Panjang menjadikan menabung sebagai bagian integral dari gaya hidup dan perencanaan keuangan jangka panjang.
- b. Penguatan Kebiasaan terus memperkuat kebiasaan menabung dan memastikan bahwa tujuan finansial tetap relevan dan tercapai.

2.5.3 Jenis-Jenis Minat Menabung

Menurut penelitian (Naisah, 2017) Minat menabung dapat bervariasi tergantung pada tujuan, motivasi, dan strategi individu. Berikut adalah beberapa jenis minat menabung yang umum:

1. Menabung untuk kebutuhan jangka pendek
2. Menabung untuk tujuan jangka menengah

3. Menabung untuk tujuan jangka panjang
4. Menabung berdasarkan metode atau strategi
5. Menabung untuk investasi
6. Menabung untuk kegiatan sosial dan amal
7. Menabung untuk keamanan dan perlindungan

2.5.4 Indikator Minat Menabung

Dalam penelitian ini mengadopsi Teori Lucas dan Britt (2003) dalam penelitian Nathasa dan Kurnadi yang mengkaji lima komponen yang memengaruhi minat menabung nasabah, antara lain:

1) Perhatian (*attention*)

Menurut Kotler dalam penelitian Solihin menyatakan bahwa *attention* merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan calon konsumen, selain itu juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks minat menabung, artinya pada tahap ini nasabah menilai suatu produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Pada bagian ini memiliki pesan yang dapat menarik perhatian konsumen sehingga mampu dilihat dan dirasakan oleh nasabah. Perhatian ini terjadi pada tingkat perhatian nasabah terhadap produk-produk perbankan, pegawai bank memperkenalkan produk-produk dengan ramah.

2) Ketertarikan (*Interest*)

Menurut Kotler dalam penelitian Solihin menyatakan bahwa

Interest merupakan proses munculnya rasa ketertarikan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Artinya dalam tahapan ini setelah adanya perhatian pihak pegawai bank kepada calon nasabah maka akan timbul ketertarikan untuk menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan.

3) Keinginan (*Desire*)

Menurut Kotler dan Armstrong, *desire* ditandai dengan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh kultur dan kepribadian individu. Produsen mencoba menyediakan barang-barang yang orang butuhkan. Artinya, keinginan ini munculnya karena ketertarikan yang kuat dari calon konsumen yang dihadapkan pada objek yang membangkitkan minat dan hasrat untuk membeli atau mencoba produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam penggunaan produk perbankan, apabila calon nasabah sudah merasa tertarik maka tahap ini yaitu memilih produk yang ditawarkan oleh pihak bank.

4) Keyakinan (*Conviction*)

Menurut Kotler, *conviction* merupakan keadaan apabila pasar sasaran sudah menempatkan produk pada posisi penting dan menjadikan sebagai produk pilihan. Keyakinan merupakan suatu hal yang sudah pasti mendatangi seseorang karena kemampuannya dalam memilih. Dalam konteks bank syariah, apabila nasabah memilih produk yang diinginkan kemudian

timbul suatu keyakinan maka nasabah akan membuat keputusan untuk memperoleh produk tersebut. Keyakinan ini ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan digunakan.

5) Perasaan Senang

Perasaan mengenai minat menabung di Bank Syariah yaitu artinya indikator ini sangat erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, artinya jika keberhasilan didorong dengan minat yang sangat kuat maka akan menimbulkan rasa senang.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait dengan pengaruh variabel literasi keuangan dan minat menabung terhadap keputusan sebagai referensi penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.2 di bawah ini:

Tabel 2.2
Penelitian Terkait

No.	Nama. Tahun dan Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Widiawaiti, L., Hajidah, I. H., Saraiswaiti, H., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (BSI).	Analisis linier sederhana	Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menabung pada bank syariah
2.	Miftahul Jannah, (2022). "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah	Pendekatan kuantitatif deskriptif analisis regresi linier	Literasi keuangan syariah dan kepercayaan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada

Tabel 2.2 lanjutan.....

No.	Nama. Tahun dan Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
2.	dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	sederhana	mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
3.	Anggytania, (2022). Dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tanjung Balai Karimun Kabupaten Karimun.	Pendekatan kuantitatif dengan metode kausalitas	Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Tanjung Balai Kaerimun Kabupaten Karimun.
4.	Thohari, C., & Haikim, L. (2021). Peran religiusitas sebagai variabel <i>moderating</i> pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, <i>product knowledge</i> terhadap keputusan menabung di bank syariah.	Teknik purposive sampling	Pembelajaran perbankan syariah, <i>product knowledge</i> , dan literasi keuangan syariah mampu mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah Religiusitas tidak dapat memoderasi pembelajaran perbankan syariah dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah namun mampu memperkuat <i>product knowledge</i> terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Tabel 2.2 lanjutan.....

5.	Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumanisya, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas”.	Pendekatan statistik deskriptif dan verifikatif	Secara parsial variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Lingkungan Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung.
6.	Nurlatifah, S. Z., & Masykur, R. (2017). Pengaruh strategi pemasaran word of mouth (wom) dan produk pembiayaan syariah terhadap minat dan keputusan menjadi anggota (nasabah) pada baitul tamwil muhammadiyah (BTM) kota bandar lampung.	Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif	hasil penelitian dilihat bahwa strategi pemasaran <i>word of mouth</i> (wom) dan produk pembiayaan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan keputusan menjadi anggota (nasabah) pada baitul tamwil muhammadiyah (btm) kota bandar lampung.

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya pada Tabel 2.2 dan temuan empiris dapat dijelaskan secara umum sebagai berikut:

1. Widiawati *et., al*^R (2023). Dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (BSI). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak literasi keuangan syariah terhadap niat menabung di bank syariah (BSI). Metode kuantitatif digunakan untuk penelitian ini dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 dan sebanyak 31 responden diambil sebagai sampel dengan menggunakan teknik

quota sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung pada bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian, bank syariah Indonesia (BSI) lebih fokus pada literasi keuangan bank syariah dan produknya untuk menjangkau masyarakat Indonesia, khususnya mahasiswa.

2. Jannah (2022) melakukan penelitian literasi keuangan syariah dan kepercayaan mahasiswa terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah dan kepercayaan mahasiswa terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2018-2020 yang sudah menjadi nasabah bank syariah. Teknik sampel yang digunakan yaitu total sampling sebanyak 80 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan soal tes, dan angket yang dianalisis menggunakan regresi linier sederhana, berganda, uji T, uji F, dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan syariah dan kepercayaan mahasiswa terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

3. Penelitian Anggytania (2022) bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah syariah di Tanjung Balai Karimun Kabupaten Karimun. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan metode kausalitas. Metode yang digunakan dalam teknik pengumpulan data adalah observasi, dokumentasi dan angket. Teknik analisis data dengan persamaan regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap Keputusan menjadi nasabah bank syariah di Tanjung Balai Karimun Kabupaten Karimun.
4. Penelitian Thohari et., al (2021) dilakukan untuk bahan analisis pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah dan *product knowledge* dengan religiusitas sebagai variabel moderating terhadap keputusan menabung di bank syariah. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 140 mahasiswa. Untuk mengukur hasil yang akurat penelitian ini menggunakan instrument kuisisioner dan tes yang telah berbentuk *googleform*. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik pemodelan persamaan struktural. Dari hasil analisis penelitian ini didapatkan 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 dibank syariah. Kemudian religiusitas tidak dapat memoderasi pembelajaran perbankan syariah dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung dibank syariah sedangkan religiusitas mampu memperkuat *product knowledge* terhadap keputusan menabung dibank syariah.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmayani et., al (2019) bertujuan untuk menganalisis strategi meningkatkan minat menabung di Bank Syariah melalui penerapan religiusitas dan minat menabung di Bank Syariah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode yaitu kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif dan verifikatif. Analisis data menggunakan uji statistik yang terdiri dari analisis regresi sederhana, analisis korelasi dan koefisien determinasi, dan uji t. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental dan jumlah sampelnya adalah 98 orang dari jumlah populasi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung sebanyak 5.664 nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan religiusitas termasuk dalam kategori rendah, tetapi mengarah positif. Pengujian yang dilakukan secara parsial variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Lingkungan Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung.
6. Penelitian Nurlatifah et., al (2017) bertujuan untuk mengetahui

dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran dengan *Word of Mouth* terhadap minat menjadi anggota (nasabah), menganalisis pengaruh produk pembiayaan syariah terhadap minat dan bagaimana pengaruh strategi pemasaran *Word of Mouth* terhadap keputusan. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengetahui pengaruh produk pembiayaan syariah terhadap keputusan, serta pengaruh minat terhadap keputusan. Proses analisis dilakukan dengan pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara dan kuisioner. Data yang telah terkumpul diolah dengan menggunakan alat analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Teknik analisa yang dipergunakan untuk menganalisis data adalah analisis SEM (*Structural Equation Model*). Analisis SEM pada penelitian ini menggunakan PLS dengan bantuan software Smart PLS. Hasil penelitian dilihat bahwa *original sample Word of Mouth* berpengaruh positif dan pengaruh yang signifikan (berarti) terhadap minat, *sample Word of Mouth* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan dengan pengaruh yang signifikan (berarti), untuk sampel produk berpengaruh positif terhadap minat dan berpengaruh yang positif terhadap keputusan, dan sampel terakhir minat terhadap keputusan terbukti tidak berpengaruh signifikan antara terhadap keputusan.

2.7 Kerangka Berfikir

2.7.1 Pengaruh Antar Variabel Penelitian

a. Pengaruh Variabel Literasi Keuangan Syariah Terhadap Variabel Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah

Penelitian Anggytania (2022) menunjukkan literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap Keputusan menjadi nasabah bank syariah di Tanjung Balai Karimun Kabupaten Karimun.

Literasi memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah karena literasi nasabah memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap dinamika perilaku finansial masyarakat, serta memberikan dasar empiris bagi pengembangan kebijakan publik dan program edukasi keuangan yang bertujuan meningkatkan literasi nasabah. Oleh karena itu, literasi nasabah bukan sekadar dimaknai sebagai pengetahuan, melainkan sebagai keterampilan holistik yang mendukung pengambilan keputusan finansial yang cerdas dan berkelanjutan.

b. Pengaruh Variabel Minat Menabung Terhadap Variabel Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah

Penelitian Nurlatifah *et., al* (2017) menunjukkan Hasil penelitian dilihat bahwa *original sample Word of Mouth* berpengaruh positif dan pengaruh yang signifikan terhadap minat, *sample Word of Mouth* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan dengan pengaruh yang signifikan, untuk sampel produk berpengaruh positif terhadap minat dan berpengaruh yang positif

terhadap keputusan, dan sampel terakhir minat terhadap keputusan terbukti tidak berpengaruh signifikan antara terhadap keputusan.

Minat menabung terhadap keputusan menjadi nasabah sangat berpengaruh karena Minat merupakan salah satu faktor yang mendorong seseorang dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Minat seseorang dipengaruhi oleh beberapa hal, bisa dari dalam diri individu maupun dari luar. Namun pada kenyataannya faktor dari luar yang lebih berpengaruh besar untuk menimbulkan minat dari seorang individu. Faktor dari luar bisa berasal dari lingkungan. Jika minat masyarakat untuk menyimpan dana di bank semakin tinggi, maka keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Kota Rarntauprpat juga akan semakin meningkat.

2.7.2 Model Kerangka Berfikir

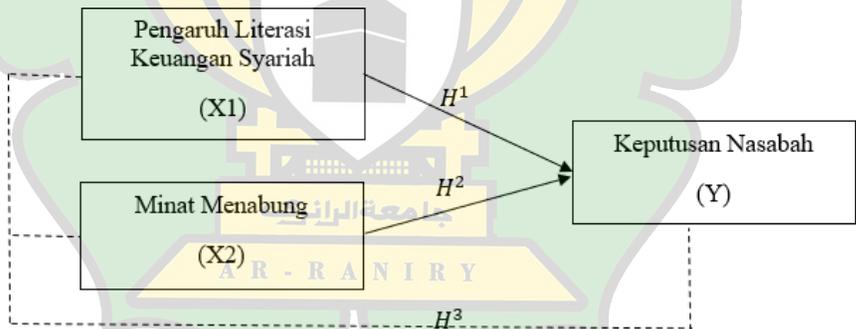
Bank Syariah adalah dalam perkembangannya tidak terlepas dari bagaimana kualitas sumber daya insani, terutama dari segi promosi, pelaksana Bank Syariah harus mampu menjelaskan kepada nasabah atau calon nasabah tentang bagaimana konsep syariah yang diterapkan didalamnya dan bagaimana perbedaan produk-produk Bank Syariah dengan Bank Konvensional sehingga hal ini nantinya mampu menarik minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah. Minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah tentunya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantara faktor yang dianggap dapat mempengaruhi minat masyarakat tersebut yaitu, literasi dan persepsi masyarakat tentang

Bank Syariah.

Menurut Sugiyono (2017) mengatakan bahwa, kerangka berpikir ialah bentuk konseptual mengenai tentang teori yang berhubungan dengan faktor yang diidentifikasi sebagai permasalahan yang penting. Kerangka berpikir pada penelitian ini yaitu literasi keuangan syariah dan minat menabung terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di kota Rantauprapat.

Berdasarkan dari penjelasan pengaruh antar variabel diatas, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini seperti pada gambar di bawah:

Gambar 2.3
Kerangka Berfikir



Sumber: Data Diolah (2024)

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan teoritis atau sementara dalam penelitian. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang

relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan kerangka pemikiran maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di Kota Rantauprapat
- H2 : Minat Menabung Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat
- H3 : Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung sama-sama Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Adapun jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang pengumpulan informasi serta penafsirannya banyak menggunakan angka juga didukung dengan gambar, tabel, grafik, dan lainnya yang ukurannya dapat ditetapkan (Seabeni, 2017). Data yang diperoleh dari penelitian didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada Masyarakat Kota Rantauprapat. Penelitian ini juga akan menganalisis pengaruh literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat.

3.2 Lokasi Penelitian

Populasi adalah sekumpulan objek atau individu yang menjadi pusat kajian (Harinaldi, 2005). Ditinjau dari jumlah populasinya, populasi terbagi menjadi dua yaitu populasi yang mempunyai anggota terbatas (*finite population*) dan populasi yang mempunyai anggota tidak terbatas (*infinite population*). *Finite population* memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai elemen atau anggota yang dapat dihitung atau dapat diketahui berapa jumlahnya. Sedangkan *Infinite population* mempunyai sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai anggota yang tidak dapat diketahui berapa banyak anggotanya (Indra,

2019). Lokasi yang dipilih pada penelitian ini yaitu Kota Rantauprapat. Objek penelitian yang dilakukan pada Masyarakat di Kota Rantauprapat.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan penyearataan wilayah yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kapasitas dan keunikan tertentu yang kemudian dipilih oleh peneliti untuk diteliti lebih lanjut kemudian memperoleh sebuah kesimpulan. Adapun populasi yang dipilih yaitu Masyarakat Kota Rantauprapat. Kabupaten Labuhanbatu Ibukota Rantauprapat Terdiri dari 9 (sembilan) kecamatan yaitu :

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Tahun 2023

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk
1.	Bilah Hulu	66.516 orang
2.	Pangkalan	39.285 orang
3.	Bilah Barat	41.521 orang
4.	Bilah Hilir	61.751 orang
5.	Panai Hulu	39.299 orang
6.	Panai Tengah	43.027 orang
7.	Panai Hilir	44.509 orang
8.	Rantau Selatan	77.936 orang
9.	Rantau Utara	99.982 orang
	Jumlah	513.826 orang

Sumber: (BPS Kabupaten Labuhanbatu, 2023)

Berdasarkan tabel diatas bahwa populasi penduduk masyarakat dapat dilihat berdasarkan Kecamatan. (BPS Kabupaten Labuhanbatu, 2023).

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian yang terdiri dari suatu ukuran dan karakteristik dari populasi. Besarnya sampel dilihat dari beberapa faktor mulai dari sumber daya manusia, waktu, dan material untuk meneliti seluruh populasi. Dan sampel dapat memberikan kesimpulan kepada populasi. Untuk itu sampel yang dipilih harus sesuai agar dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2019).

Dalam menentukan sebuah data yang akan diteliti maka pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan sampel *Non-Probability Sampling*. *Non-Probability Sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota dari populasi untuk dipilih dijadikan sampel. *Teknik Non-Probability Sampling* yang digunakan yaitu teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel (Ibrahim, 2023).

Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang ada maka peneliti menggunakan rumus Slovin (Umar, 2011) :

Kabupaten Labuhanbatu dengan penduduk sebanyak 513.826 orang.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$
$$n = \frac{513.826}{1 + 513.826 \cdot (0,1)^2} = \frac{513.826}{1 + 513.826(0,01)}$$

$$n = \frac{513.826}{5.138,26} = 100$$

Keterangan :

Keterangan :

n= Ukuran sampel

N= Ukuran Populasi

e= Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan penentuan sampel yang dapat ditoleransi yaitu 10% (0,1) Jadi, berdasarkan perhitungan diatas jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang

3.4 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data. Menurut Sugiyono (2019), data primer merupakan data yang secara langsung diberikan kepada pengumpul data. Data ini harus dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama yaitu responden, dan data ini didapatkan melalui kuesioner yang berisikan pertanyaan dan pernyataan yang diberikan langsung kepada responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik dalam mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan dan pernyataan yang

nantinya akan dijawab oleh responden. Pengumpulan data ini akan sangat efisien apabila peneliti mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2019).

Peneliti menggunakan kuesioner melalui *google* formulir, agar dapat memudahkan dalam penyebaran kuesioner serta dapat menghemat waktu. Kuesioner berisikan pertanyaan dan pernyataan seputar literasi keuangan syariah dan minat serta keputusan masyarakat menjadi nasabah.

3.6 Operasional Variabel

3.6.1 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat”. Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu literasi Keuangan Syariah (X1) dan minat menabung (X2), satu variabel terikat yaitu keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah (Y).

Menurut Sugiyono (2019) variabel adalah segala sesuatu yang bisa berbentuk apa saja yang secara langsung ditetapkain oleh peneliti untuk dipelajijiri dengain tujuan memperoleh informaisi dain daipait mengaimbil kesimpulan.

a. Vairiaibel independen aitaui vairiaibel bebais, aidailaih vairiaibel yang daipait mempengaruhi vairiaibel terikait sertai mempunyai ikaitain positif aitaui negaitif baigi vairiaibel terkaiit laiinyai (Kuncoro, 2013). Dain menurut Sugiyono

(2019), variabel bebas adalah variabel yang dapat membuat perubahan baru kepada variabel terkait. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah sebagai berikut: Dalam penelitian ini variabel bebas yaitu terdiri dari variabel Literasi Keuangan Syariah, dan variabel Minat Menabung masyarakat.

- b. Variabel Dependen atau Variabel Terkait, Menurut Sugiyono (2019), variabel terkait adalah variabel yang menjadi paitokain utama dalam sebuah penelitian. Variabel terkait merupakan variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel terkait pada penelitian ini adalah variabel Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah

Untuk mendefinisikan operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2 di bawah ini.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No.	Defenisi Variabel	Indikator	Pernyataan Item	Skala
1.	Literasi Keuangan Syariah (X1) yaitu pemahaman mendalam terhadap konsep keuangan syariah, tidak terbatas pada pengetahuan produk, layanan keuangan, juga keterampilan dalam perencanaan keuangan, serta kemampuan untuk analisis (AIsyhar, 2020)..	a. Pengetahuan Dasar Keuangan Syariah	I-1	Interval
		b. Tabungan dan Pinjaman Syariah	I-2	
		c. Asuransi Syariah	I-3	
		d. Investasi Syariah	I-4	

Tabel 3.2 lanjutan....

No.	Defenisi Variabel	Indikator	Pernyataan Item	Skala
2.	Minat Menabung (X2) merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu, atau sebagai pernyataan mental dari nasabah (Priansa, 2017)	a. Perhatian (<i>etention</i>)	II-1	Interval
		b. Ketertarikan (<i>interest</i>)	II-2	
		c. Keinginan (<i>desire</i>)	II-3	
		d. Keyakinan (<i>compatition</i>)	II-4	
		e. Perasaan senang	II-5	
3.	Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah (Y) yaitu sebuah pilihan yang mengandung pertimbangan pilihan atas dasar logika untuk memilih yang terbaik, untuk tercapainya tujuan yang diinginkan (Maski, et al., 2010).	a. Pengenalan masalah atau kebutuhan	III-1	Interval
		b. Pencarian informasi	III-2	
		c. Evaluasi alternatif produk	III-3	
		d. Keputusan penggunaan pembelian/pengenalan masalah kebutuhan	III-4	

Sumber : Data diolah, (2023)

3.6.2 Skala Pengukuran

Skala merupakan urutan yang diaplikasikan sebagai pedoman untuk menetapkan panjang pendeknya dalam sebuah alat ukur, sehingga apabila alat ukur tersebut digunakan pada metrology menciptakan data kuantitatif. Penelitian ini berpedoman pada skala interval. Variabel yang digunakan dalam pengukuran yaitu indikator yang kemudian menjadi pembanding untuk menyusun sebuah pertanyaan ataupun pernyataan. Variabel

dalam penelitian ini yaitu literasi Keuangan Syariah (X1), minat menabung (X2), keputusan Masyarakat Menjadi nasabah (Y) (Sugiyono, 2019). Skala interval terdiri dari lima jawaban yaitu angka yang digunakan mengandung arti tingkatan, seperti:

Tabel 3.3
Skala Interval

No	Kategori	Skala
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: *Data Diolah (2024)*

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Keabsahan Data

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur mengenai apa yang akan diukur. Menurut Ghazali (2018) uji validitas yakni digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner akan dinyatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang nantinya akan diukur oleh kuesioner itu sendiri. Kriteria penilaian pada uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila r hitung $>$ r table, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r table, maka kusioner tersebut tidak

valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator suatu variabel. Jika hasil jawaban pada kuesioner stabil dan konsisten maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus perhitungan *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronboach alpha* $> 0,60$ atau 60% (Latan, 2013).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Menurut Gjozali (2011), uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian variabel lainnya dengan mengonsumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Maksud dari data distribusi normal yakni data akan mengikuti arah dari garis diagonal dan menyebar disekitaran garis diagonal. Dalam mempermudah perhitungan secara statistik, maka uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode *P-P Plot*.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Sujarweni (2015) uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki kesamaan antara variabel independen dalam satu

model. Kesamaan yang terdapat antara variabel independen menimbulkan kolerasi yang sangat kuat. Selain itu uji multikolinearitas ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Satu regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 .

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varian dari setiap variabel sama untuk setiap pengamatan. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka hal ini disebut homoskedastisitas. Regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau heteroskedastisitas (Sarjono et al., 2011).

Uji yang digunakan adalah metode scatterplot. Dimana sumbu horizontal menggambarkan *Predicted Standardized* sedangkan sumbu vertikal menggambarkan *Residual Studentize*. Adapun dasar dari pengambilan keputusan dalam uji ini yakni sebagai berikut:

1. Jika plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual* maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.
2. Jika plot membentuk pola tertentu maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

3.8 Uji Regresi Linear Berganda

Uji linear berganda bertujuan melihat sebab akibat diantara dua variabel independen atau lebih dan satu variabel dependen (Suyono, 2018). Dalam uji dapat dilihat bagaimana variabel independen literasi keuangan syariah (X_1) dan minat menabung (X_2) dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan masyarakat menjadi nasabah (Y). dalam memperoleh hasil data yang akurat, penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS. Persamaan analisis regresi linear berganda yang dipakai yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan nasabah

a : Konstanta dari persamaan regresi

$b_1 b_2$: koefisien regresi variabel independent

X_1 : pengaruh literasi

X_2 : minat menabung

e : Variabl penggang

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji F (Simultan)

Uji f Untuk menguji apakah semua vaiabel bebas yang terdapat dalam model regresi memiliki pengaruh yang segmental terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Uji f dilakukan dengan cara membandingkan fhitung dengan ftabel dengan tingkat signifikan 5% (0,05). Apabila fhitung > ftabel maka H_0 ditolak

dan H_a diterima sehingga dinyatakan berpengaruh, sedangkan jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dinyatakan tidak berpengaruh secara simultan. Adapun H_a dan H_0 sebagai berikut:

H_{a1} : literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di Kota Rantauprapat.

H_{02} : literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di Kota Rantauprapat.

H_{a2} : Minat menabung berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di Kota Rantauprapat.

H_{02} : Minat menabung tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di Kota Rantauprapat.

H_{a3} : Keuangan syariah dan minat menabung berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di Kota Rantauprapat.

H_{03} : Literasi keuangan syariah dan minat menabung tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di Kota Rantauprapat.

3.9.2 Uji T (Uji Parsial)

Pengetahuan tentang koefisien regresi atau uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

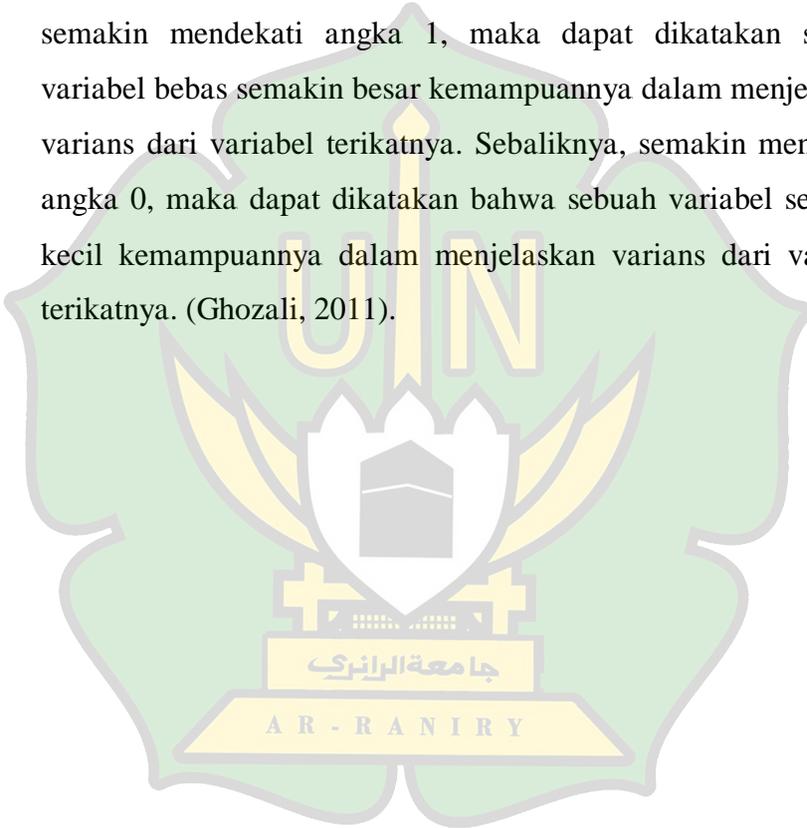
Adapun penjabaran hipotesis dalam uji parsial dapat dijelaskan di bawah ini:

- a. $H_0 = 0$, artinya variabel Literasi keuangan syariah dan Minat Menabung tidak berpengaruh terhadap Keputusan masyarakat menjadi Nasabah pada bank syariah di kota Rantauprapat.
- b. $H_a \neq 0$, artinya variabel Literasi keuangan syariah dan Minat Menabung berpengaruh terhadap Keputusan masyarakat menjadi Nasabah pada bank syariah di kota Rantauprapat.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Koefisien determinasi dapat di peroleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau R Squared (R). Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat.

Melalui angka koefisien determinasi, kita dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas didalam model persamaan regresi dapat menjelaskan variabel terikat dibandingkan dengan variabel lain di luar model. Angka koefisien deteminasi adalah diantara 0 (nol) hingga 1 (satu). semakin mendekati angka 1, maka dapat dikatakan sebuah variabel bebas semakin besar kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Sebaliknya, semakin mendekati angka 0, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel semakin kecil kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. (Ghozali, 2011).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Kota Rantauprapat

Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Kota Rantauprapat yang meliputi 9 Kecamatan. Rantauprapat adalah ibu kota Kabupaten Labuhanbatu, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kota ini dilintasi oleh Jalan Raya Lintas Timur Sumatra.

Rantauprapat dilengkapi dengan akses kereta api, yang terhubung hingga ibu kota provinsi Sumatera Utara, Kota Medan. Rantauprapat memiliki luas 17.679 Ha (176.79 km²) atau 2.4% dari wilayah Sumatera Utara. Secara geografis, Rantauprapat terletak pada 2°09'30.4"–2°00'57.7" Lintang Utara dan 99°46'30.8"–99°53'06.8" Bujur Timur. Iklim Rantauprapat tergolong tropis. Curah hujan di Rantauprapat cukup signifikan, dengan curah hujan bahkan selama bulan terkering. Iklim ini dianggap Af sesuai klasifikasi iklim Köppen-Geiger. Suhu tahunan rata-rata adalah 26,0 °C di Rantauprapat, suhu terendah tercatat yaitu 12,22 C atau 55 F pada dini hari pada tanggal 24 april 2018. Curah hujan di sini rata-rata 2567 mm. Di antaranya kecamatan yang menjadi target penelitian sebanyak 9 kecamatan yaitu, kecamatan Bilah Hulu, Pangkatan, Bilah Hilir, Bilah Barat, Panai Hulu, Panai Hilir, Panai Tengah, Rantau Selatan, Rantau Utara. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak

109 responden yang berasal dari 9 Kecamatan (www.sp2010.bps.go.id. BPS. Diakses tanggal 18 Maret 2022).

4.2 Deskripsi Karakteristik dan Tanggapan Responden Penelitian

4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah masyarakat yang berada di Kota Rantauprapat. Oleh karena itu, untuk mendapatkan data responden yang diperlukan perlu adanya penelitian yang menggunakan angket/kuesioner untuk mendapat data responden yang kemudian akan diolah menggunakan data statistik. Data responden dalam penelitian meliputi dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan. Berdasarkan kuisioner yang dibagikan kepada 109 masyarakat Rantauprapat, berikut data yang diperoleh mengenai karakteristik dari responden:

Tabel 4.1
Diskripsi Karakteristik Responden Penelitian pada Masyarakat Kota Rantauprapat

No.	Uraian	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Kecamatan :		
	1. BilahHulu	4.5	4.5%
	2. Pangkatan	2	2%
	3. Bilah Hilir	2	2 %
	4. Bilah Barat	9	9%
	5. Panai Hulu	2	2%
	6. Panai Hilir	2	2%
	7. Panai Tengah	2	2%
	8. Rantau Selatan	22.3	22.3%
	9. Rantau Utara	55.4	55.4%
	Total	109	109
2.	Jenis Kelamin :		
	a. Laki-Laki	37	37%
	b. Perempuan	63.3	63.3%.
	Total	109	109

Tabel 4.1 lanjutan

No.	Uraian	Frekuensi	Persentase (%)
3.	Usia :		
	a. 17-21 tahun	52.2	52.2%
	b. 22-28 tahun	36	36%
	c. 29-38 tahun	4.5	4.5%
	d. 39-50 tahun	2	2%
	e. > 50 tahun		
	Total	109	109
4.	Pendidikan :		
	a. SD		
	b. SMP	1	1%
	c. SMA	44	44%
	d. SMK	28.4	28.4%
	e. S1	25	25%
	f. Lainnya	2	2%
	Total	109	109
5.	Pekerjaan :		
	a. ASN	2	2%
	b. Karyawan Swasta	8.3	8.3%
	c. Pelajar		
	d. Mahasiswa	5	5%
	e. Petani	70	70%
	f. Guru	2	2%
	g. Lainnya	2	2%
	Total	109	109
6.	Agama :		
	a. Islam	98.2	98.2%
	b. Kristen	2	2%
	Total	109	109

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan data yang disajikan di Tabel 4.2 dari tanggapan responden penelitian, dapat dipaparkan sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

Dari 109 responden penelitian, 22.3% ialah kecamatan Rantau Selatan dan 55.4% adalah kecamatan Rantau Utara, menunjukkan mayoritas masyarakat Kota Rantauprapat adalah Kecamatan Rantau Utara.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari 109 responden penelitian, 37% ialah laki-laki dan 63.3% adalah wanita berdasarkan jenis kelamin bahwa mayoritas responden adalah wanita.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Menurut data usia yang ditunjukkan pada table 4.2 dari 109 responden berusia 17-21 tahun sebesar 52.2% dan usia 22-28 tahun 36% berdasarkan usia data responden paling dominan adalah usi 17-21.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Menurut data pendidikan pada tabel 4.2 dari 109 responden SMA 44% dan SMK 28.4%, (S-1) 25%.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari 109 responden penelitian, ASN 2%, Karyawan Swasta 8.3%, Pelajar 5%, Mahasiswa 70%, Petani 2%, Guru 2% dan pekerjaan lainnya sebanyak 12%.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Berdasarkan tabel 4.2 dari 109 responden yang beragama Islam sebanyak 98.2% dan yang beragama Kristen sebesar 2%

4.2.2 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Penelitian

Berdasarkan tanggapan responden tentang pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variable-variabel penelitian ini, dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Tanggapan Responden terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1)

Tabel 4.2 menunjukkan deskripsi analisis yang dilakukan terhadap tanggapan responden mengenai variabel literasi keuangan syariah yang digunakan dalam model penelitian ini:

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah

Pernyataan Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata
a. Saya paham tentang tabungan syariah secara umum	5	5	20	56	23	3,80
b. Saya mampu memahami produk dan layanan keuangan yang tersedia di Bank Syariah	4	11	18	57	19	3,70
c. Saya mengetahui kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan transaksi keuangan di Bank Syariah.	6	6	28	53	16	3,61
d. Saya merasa menabung di Bank Syariah merupakan pilihan yang aman untuk mencapai tujuan keuangan.	8	15	7	43	36	3,77
Total	23	37	73	209	94	14,88

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.2 maka dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan pada variabel Literasi Keuangan Syariah adalah 3,80 dengan indikator Literasi Keuangan Syariah yaitu “saya paham tentang keuangan syariah secara umum” sehingga dapat disimpulkan pada Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah akan tercapai apabila masyarakat semakin paham akan literasi keuangan syariah.

b. Tanggapan Responden Terhadap Minat Menabung (X2)

Tabel 4.3 menunjukkan deskripsi analisis yang dilakukan terhadap tanggapan responden mengenai variabel minat menabung yang digunakan dalam model penelitian ini:

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menabung

Pernyataan Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata
a. Saya sering memperhatikan informasi atau promosi terkait produk tabungan di Bank Syariah.	7	5	29	51	17	3,60
b. Saya tertarik untuk membuka rekening tabungan di Bank Syariah.	9	6	13	43	38	3,87
c. Saya memiliki keinginan besar untuk memiliki tabungan.	11	4	6	43	45	3,98
d. Saya yakin bahwa menabung di Bnak Syariah merupakan langkah yang bijak untuk mempersiapkan finansial masa depan.	8	8	13	34	46	3,93

Tabel 4.3 lanjutan..

Pernyataan Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata
e. Saya merasa senang atau puas ketikadilayani oleh pegawai Bank Syariah.	9	8	20	39	33	3,72
Total	44	31	81	210	179	19,1

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.3 maka dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan pada variabel Literasi Keuangan Syariah adalah 3,98 dengan indikator Literasi Keuangan Syariah yaitu “saya memiliki keinginan besar untuk memiliki tabungan” sehingga dapat disimpulkan pada minat menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah akan tercapai apabila masyarakat semakin paham akan literasi keuangan syariah akan meningkatkan keinginan untuk menabung di Bank Syariah.

f. **Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)**

Tabel 4.3 menunjukkan deskripsi analisis yang dilakukan terhadap tanggapan responden mengenai variabel keputusan menjadi nasabah yang digunakan dalam model penelitian ini:

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan

Pernyataan Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata
a. Saya merasa bahwa memiliki tabungan adalah hal yang penting dalam mencapai tujuan keuangan.	9	4	6	42	48	4,06

Tabel 4.4 lanjutan

Pernyataan Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata
b. Saya sering mencari informasi tentang produk tabungan yang tersedia di Bank Syariah.	6	10	31	38	24	3,58
c. Saya pernah membandingkan berbagai bank syariah sebelum menabung di Bank Syariah.	10	10	18	43	28	3,63
d. Saya yakin dengan keputusan untuk membuka rekening tabungan di Bank Syariah.	7	6	11	43	42	3,93
Total	32	30	66	166	142	15,2

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.4 maka dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan pada variabel Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah adalah 4,06 dengan indikator yaitu “saya merasa bahwa memiliki tabungan adalah hal yang penting dalam mencapai tujuan keuangan” sehingga dapat disimpulkan pada Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah akan tercapai apabila masyarakat semakin paham akan literasi keuangan syariah akan meningkatkan keinginan untuk menabung di Bank Syariah sehingga dapat mengambil keputusan menjadi nasabah akan semakin yakin.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

4.3.1.1 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas adalah bagian dari uji untuk mengukur apakah butir kuisioner dari tiap variable sudah valid atau belum. Butir

kuesioner dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel. Sebelumnya dalam uji validitas ini akan dimulai dengan mencari nilai r hitung, dengan cara sebagai berikut:

$$d(f) = n - 2$$

$$d(f) = 109 - 2$$

$$d(f) = 107$$

Keterangan :

$d(f)$ = *degree of freedom*

(r tabel) n = Jumlah responden

Dari perhitungan mencari nilai r tabel diatas, didapatkan hasil dari r tabel 107 yang menunjukkan angka 0.165. Hal itu berarti data akan dinyatakan valid jika hasil perhitungannya lebih dari 0.165, dapat dilihat pada 4.5 di bawah.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,784	109	Valid
	X1.2	0,902	109	
	X1.3	0,883	109	
	X1.4	0,828	109	
Minat Menabung (X2)	X2.1	0,696	109	Valid
	X2.2	0,892	109	
	X2.3	0,901	109	
	X2.4	0,925	109	
	X2.5	0,765	109	
Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah (Y)	Y.1	0,794	109	Valid
	Y.2	0,892		Valid
	Y.3	0,876		Valid
	Y.4	0,891	109	Valid

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel pertama Literasi Keuangan Syariah (X1) dinyatakan valid karena hasil dari r hitung $>$ r tabel (r tabel, 109 dengan jumlah $n = 98$), maka dalam kuesioner penelitian data X1 sebanyak 4 pertanyaan dinyatakan valid. Kemudian hasil perhitungan uji validitas variabel kedua Minat Menabung (X2) dinyatakan valid karena hasil dari r hitung $>$ r tabel (r tabel, 109 dengan jumlah $n = 98$), maka dalam kuesioner penelitian data X2 sebanyak 5 pertanyaan dinyatakan valid. Terakhir hasil perhitungan uji validitas variabel ketiga berupa Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah (Y) dinyatakan valid karena hasil dari r hitung $>$ r tabel (r tabel, 109 dengan jumlah $n = 98$). Maka secara keseluruhan disimpulkan bahwa data dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid.

4.3.1.2 Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menggambarkan kemantapan suatu instrumen pengukuran. Untuk membuktikan bahwa instrument pernyataan ini reliabilitas peneliti menggunakan bantuan aplikasi *SPSS* dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,851	0,60	Reliabel
Minat Menabung (X2)	0,815	0,60	Reliabel
Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah (Y)	0,815	0,60	Reliabel

S

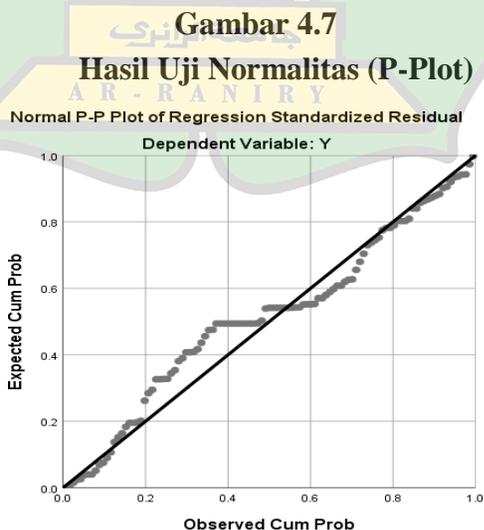
Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil olahan data reliabilitas, dinyatakan bahwa data yang di uji memiliki nilai variabel reliabilitas yang baik karena keseluruhan nilai *Chonbach's Alpha* menunjukkan hasil yang lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu 6. Dari hasil tabel diatas dapat dilihat nilai reliabilitas variabel Literasi Keuangan Syariah sebesar 0,851. Nilai reliabilitas dari Minat Menabung sebesar 0, 815, serta nilai reliabilitas dari variable Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah sebesar 0,815.

4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas

Uji pertama yang dilakukan dalam uji asumsi klasik ini adalah uji normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi normalitas dari nilai residul. Peneliti menggunakan *Kolmogorov Smirnov*, adapun hasil uji normalitas yang didapatkan adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *Kolmogrov-Smirnov* dan *P-P Plots* menunjukkan pola distribusi normal. Pada gambar diatas juga dapat dilihat bahwa titik-titik yang terbentuk menyebar disekitar garis diagonal.

4.3.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Metode uji multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi, jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa suatu model regresi bebas dari multikolinearitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.018	.895		1.136	.258		
	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah	.249	.083	.220	3.020	.003	.470	2.126
	Minat Menabung	.551	.059	.684	9.378	.000	.470	2.126

Sumber: Data Diolah (2024)

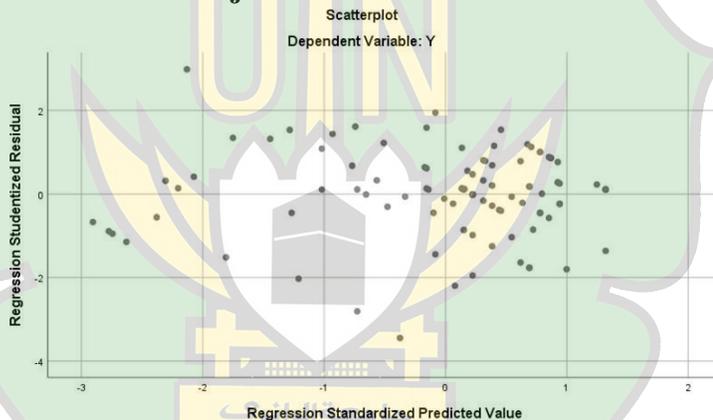
Berdasarkan *output coefficients* pada tabel di atas, dapat dilihat pada kolom VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk komunitas *online*, interaksi, aksesibilitas dan kredibilitas < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi

bebas dari multikolinearitas atau tidak adanya masalah multikolinearitas.

4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan variasi residual dari sebuah pengamatan. Data uji dapat dikatakan baik jika hasil menunjukkan data yang tidak terjadi ketidaksamaan variasi residual dan dapat dikatakan heteroskedastisitas yang didapatkan adalah sebagai berikut.

Gambar 4.9
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan di atas hasil regresi antara variabel independen dengan absolut residualnya menunjukkan bahwa koefisien dari masing-masing variabel independen tidak ada yang signifikan (taraf signifikansi $> 0,05$). Heteroskedastisitas antar variabel independent dalam model regresi. Maka hasil di atas dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik *scatterplot*, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik di atas maupun di bawah angka

0 pada sumbu Y. Apabila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi linier berganda digunakan.

4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independen/variabel bebas (X) terhadap variabel dependen/variabel terikat (Y). Hasil perhitungan regresi linear berganda dengan program SPSS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.018	.895		1.136	.258
	X1	.249	.083	.220	3.020	.003
	X2	.551	.059	.684	9.378	.000

Sumber: Data Diolah (2024)

a. Dependent Variable: Y

$$1018 + 0,249X1 + 0,551X2$$

1. Nilai Konstanta yang didapat sebesar 1018, maka memiliki arti bahwa apabila variabel Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Minat Menabung nilai konstantanya diasumsikan bernilai 0 maka nilai Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah adalah 1,018.
2. Nilai Koefisien Regresi variabel Pengaruh Literasi

Keuangan syariah bernilai positif sebesar 0,249 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% Variabel Pengaruh Literasi Keuangan Syariah akan menyebabkan kenaikan pada Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah sebesar 0,249.

3. Nilai Koefisien Regresi variabel Minat Menabung bernilai positif sebesar 0,551 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% Variabel Minat Menabung akan menyebabkan kenaikan pada konsumen Keputusan Menjadi Nasabah sebesar 0,551.

4.5 Hasil Uji Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi hipotesis secara parsial atau tidak. Variabel bebas (X1) Literasi Keuangan Syariah dan (X2) Minat Minabung dengan variabel terikat (Y) Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah. Tabel 4.11 menunjukkan uji t dilakukan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel dengantingkat signifikan 5%. Jika t hitung < t tabel maka H_0 ditolak, sedangkan jika t hitung > t tabel maka H_0 diterima. Didapatkan t hitung sebesar 0,003 dan t tabel dicari pada tabel statistic pada signifikan 0,05 dengan $df = n - k = 112 - 3 = 99$ adalah 1,018.

Tabel 4.11
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.018	.895		1.136	.258
	X1	.249	.083	.220	3.020	.003
	X2	.551	.059	.684	9.378	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah (2024)

1. Variabel Pengaruh Literasi keuangan syariah memiliki nilai signifikan sebesar 0,003 ($<0,05$) maka berkesimpulan Variabel Pengaruh literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Nasabah.
2. Variabel Minat Menabung memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 ($<0,05$) maka berkesimpulan Variabel Minat Menabung berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Nasabah.

4.5.2 Hasil Uji F

Pada dasarnya uji F menunjukkan apakah dari variabel bebas ada pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan Uji F ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1265.157	2	632.578	147.006	.000 ^b
	Residual	456.128	106	4.303		
	Total	1721.284	108			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji F model pertama pada gambar diatas , maka nilai F sebesar 147,006 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 3,10 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau $< 0,05$ maka secara simultan variabel Pengaruh literasi keuangan syariah, Minat Menabung berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah.

4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

Koefisien Determinasi (*R Square*) bertujuan untuk mengukur seberapa besar presentase pengaruh variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat dalam satuan persen pada sebuah model regresi penelitian. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.735	.730	2.07439

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Diolah (2024)

Diketahui Nilai *adjusted R Square* sebesar 0,730 maka memiliki arti bahwa variabel Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, dan Minat Menabung memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar 73% terhadap variable Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah dan sisanya 27% dipengaruhi

variable lain diluar penelitian ini.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

4.6.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik secara parsial yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel pemahaman produk memperoleh nilai t hitung yakni 3.020 lebih besar dari nilai t tabel yakni 1.018. Kemudian tingkat probabilitas $0,003 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel literasi keuangan syariah secara signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di kota Rantauprapat.

Berdasarkan kajian tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh literasi keuangan syariah di kota Rantauprapat sudah cukup baik dan dapat menjadi salah satu pertimbangan yang dapat mempengaruhi mereka untuk menggunakan Bank Syariah. Masyarakat kota Rantauprapat merasa bahwa dengan adanya literasi keuangan syariah akan meningkatkan minat serta dapat mengambil keputusan dalam menggunakan bank syariah. Menurut Rahim *et al.* (2016) secara konseptual literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, ketrampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Widiawati *et., Al* (2023). Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Minat menabung pada bank syariah. Bertolak belakang dengan Thohairi, C., & Haikim, L. (2021) 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.

4.6.2 Pengaruh Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabelnya untuk variabel minat menabung yaitu sebesar 9.387 yang lebih besar dari t tabel yaitu 01.018. Kemudian nilai probabilitas signifikan 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 (<5%). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat menabung berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di kota Rantauprapat.

Berdasarkan kajian tersebut dapat diketahui bahwa minat menabung dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi masyarakat kota Rantauprapat untuk menggunakan Bank syariah. Masyarakat kota Rantauprapat merasa telah paham akan keuangan

syariah sehingga menimbulkan minat menabung di Bank Syariah yang tidak ada unsur riba nya.

Menurut Priansa (2017) minat menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu. Menurut Assael menyatakan bahwa minat menabung merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan.

Hasil penelitian sejalan dengan Miftahul Jannah, (2022) Literasi keuangan syariah dan kepercayaan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Rahmayani et., al (2019) secara parsial variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Lingkungan Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung.

4.6.3 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat.

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik secara simultan (bersama-sama) yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel literasi keuangan syariah dan minat menabung memperoleh nilai F hitung yaitu sebesar 146.006 lebih besar dari

nilai F tabel sebesar 3,3.10 dan nilai signifikan yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya juga memenuhi ketentuan syarat pengaruh yang dikemukakan sebelumnya. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa independen variabel yakni literasi keuangan syariah dan minat menabung secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat.

Nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,730 menunjukkan bahwa sebanyak 73% dapat menjelaskan varian variabel literasi keuangan syariah dan minat menabung terhadap dependen variabel berupa keputusan masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah di kota Rantauprapat. Sedangkan sisanya sebesar 27% dipengaruhi oleh variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan penggunaan, yaitu variabel Kepercayaan Mahasiswa (Jannah, 2022), Religiusitas, pembelajaran perbankan syariah, *product knowledge* (Thohari et.,al 2021), Strategi meningkatkan, variabel penerapan religiusitas (Putri et.,al 2019) dan variabel strategi pemasaran *word of mouth* (wom) dan produk pembiayaan syariah (Nurlatifah et.,al 2017).

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh literasi keuangan syariah dan minat menabung terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian uji statistik analisis regresi linier literasi keuangan syariah berpengaruh dengan memperoleh nilai koefisien 0.249 sebanyak 24.9%.
2. Dari hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan minat menabung berpengaruh dengan memperoleh nilai koefisien 0.551 menunjukkan sebanyak 55%.
3. Berdasarkan hasil uji secara simultan variabel literasi keuangan syariah, Minat Menabung berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah.

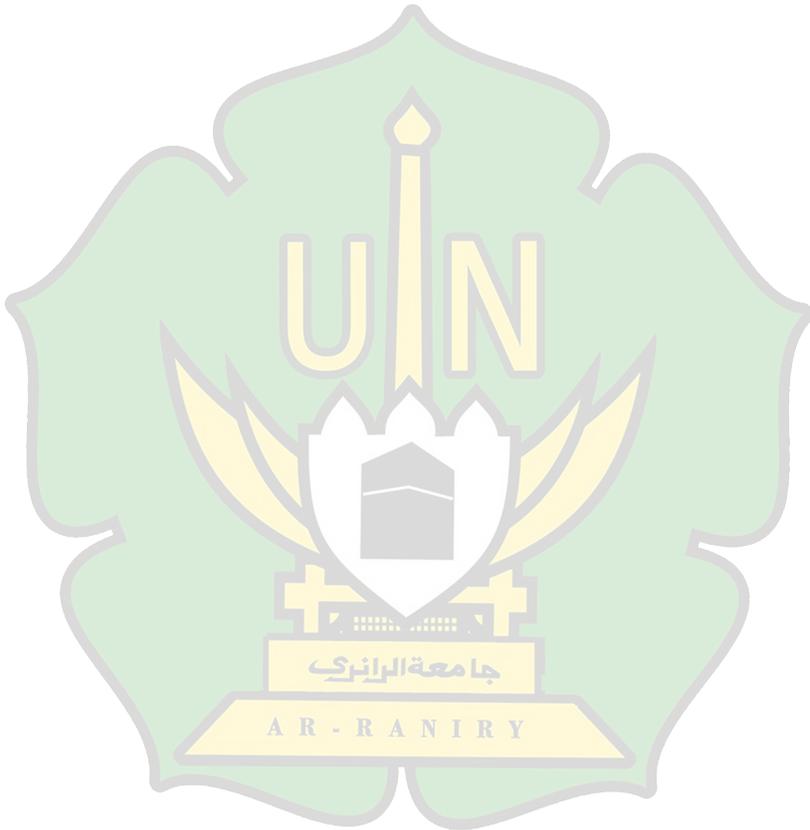
5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka dapat diusulkan saran dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya agar dapat mendalami lebih banyak variabel yang dapat mempengaruhi Keputusan Masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kota Rantauprapat, dan

juga dapat menambahkan objek selain Masyarakat.

2. Kepada Bank Syariah agar lebih meentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat menabung seperti adanya promosi atau iklan sehingga tercapainya keinginan untuk menabung dan memutuskan menggunakan Bank Syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS jurnal Perbankan Syariah*.
- Azhar, R. F. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Uang Saku pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar iB Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Siswa Sekolah Menengah Atas di Banda Aceh (*Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry*).
- Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.
- BPS, Kabupaten Labuhanbatu (2023).
- Chasanah, U. (2019). Pengaruh Kepribadian Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mukenah Bordir (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyah Tambakberas Jombang) (*Doctoral dissertation, IAIN Kediri*).
- Cahyani, A. F. (2013). Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Bandung. *Journal of Social and Politic*, 2(3), 1-9.
- Chen, H. & Volpe, R. P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students, Financial Services Review. Vol.7 No 2. Hal: 107- 128.*
- Efendi, A. W., Saputra, R., Syarasfati, A., & Purnamasari, O. (2019). Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Pamulang Barat dalam Menghindari Riba melalui Sosialisasi Perbankan Syariah. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.
- Dewa, H. I. S. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Masyarakat Tentang Lembaga Keuangan Syariah dan Relevansinya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus di Desa Banarjoyo Kecamatan Batang Hari, Lampung Timur) (*Doctoral dissertation, IAIN Metro*).
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan*

- Pemasaran Jasa*. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>
- Hilyatin, D. L. (2021). Larangan Maisir dalam Al-Quran dan Relevansinya dengan Perekonomian. *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 6(1), 16-29.
- Hambali, M. Y. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keuangan Masyarakat Sekitar Pondok Pesantren Di Kecamatan Cibitung Bekasi. *Skripsi*, 7.
- Ismanto, K. (2018). Literasi Masyarakat dan Dampaknya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. Human Falah: *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Indra, A. (2021). Pengaruh motivasi untuk menghindari riba dan pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah (studi kasus pada bank mandiri syariah kc malang). 27, 419–43.
- Ichwan, C. N. (2016). Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah Pada Wilayah Gerbangkertasusila. *Jurnal*, 3.
- Jannah, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. (*Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Keuangan, O. J. (2017). Otoritas Jasa Keuangan. Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor, 65.
- Lubis, H. Z., Syahputri, D., Adelia, N. D., & Maherza, W. (2019, October). Tingkat kesadaran siswa melalui budaya menabung sejak dini di desa sidourip kecamatan beringin kabupaten deli serdang. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 194-199).
- Muktamar, A., Agusnawati, R., Maulana, M., & Awal, J. (2023). Pengambilan Keputusan Dan Perencanaan Kebijakan. *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 1(2), 1125-1135.
- Nanda, T. S. F., Ayumiati, A., & Wahyu, R. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota

- Banda Aceh. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 141-152.
- Nurhaliza. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Desa Dangiang Kec. Kayangan Kab. Lombok Utara) (Studi Pada Masyarakat Desa Dangiang Kec. Kayangan Kab. Lombok Utara).
- Nasihah, Z. (2017). Pengaruh Karakteristik Individu, Kepercayaan Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus Di Kspps Bmt Bus Lasem Rembang) (Doctoral dissertation, STAIN Kudus).
- Nurlatifah, S. Z., & Masykur, R. (2017). Pengaruh strategi pemasaran word of mouth (wom) dan produk pembiayaan syariah terhadap minat dan keputusan menjadi anggota (nasabah) pada baitul tamwil muhammadiyah (btm) kota bandar lampung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 163-184.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177-187.
- Pratama, Y. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Bsi Di Kotabumi Lampung Utara).
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan minat menabung di Bank Syariah melalui penerapan religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (M. A. Firsada, Ed.) (1st ed.). Bandung: ALFABETA, CV.
- Pramana, I. G. Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sosialisasi Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/artic le/download/18248/11928>

- Rama, A. (2013). Perbankan Syariah Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(1), 33–56.
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh literasi keuangan syariah dan syariah governance terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79-106.
- Rahim, et.al, (2016) *Islamic Literasi Keuangan and Its Determinants among University Student:An Exploratory Factor Analysis (International Journal of Economics and Financial Issues*, 6
- Sari, A. J., & Pradesyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor, Malaysia, Melakukan Transaksi di Bank Islam. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Saputra, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Penggunaan Mobile Banking Syariah Di Kecamatan Bebesen Aceh Tengah (*Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry*).
- Suretno, S., & Bustam, B. (2020). Peran bank syariah dalam meningkatkan perekonomian nasional melalui pembiayaan modal kerja pada UMKM. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Sri, W., Anggraini, T. (2023). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Sosialisasi Produk dan Literasi Nasabah terhadap Eksistensi Bank Syariah Indonesia (BSI) di Tapanuli Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Syahira, S. (2022). Pengaruh Literasi Bank Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z di Jakarta (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Syatriadi, Tommy. 2013. Pengertian Menabung. <http://tommysyatriadi.blogspot.co.id/2013/04/pengertian-menabung.htm>

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sari, D. R., Windarto, A. P., Hartama, D., & Solikhun, S. (2018). Sistem pendukung keputusan untuk rekomendasi kelulusan sidang skripsi menggunakan metode AHP-TOPSIS. *Jurnal Teknologi dan Sistem Komputer*, 6(1), 1-6.
- Supyadillah, A. (2013). *Hukum Perbankan Syariah* Jakarta: PT. Wahana Kardofa. Cet. Ke-1.
- Sumantri, A. S., Kau, B., & Abimanto, D. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online di yogyakarta (studi kasus penumpang grab-bike). *Manor: jurnal manajemen dan organisasi review*, 4(2), 114-123.
- Said, A. (2016). Pengaruh *Brand Image, Word of Mouth, Dan Iklan*, Terhadap Minat Menabung Di Bmt Se-Kabupaten Demak (*Doctoral dissertation*, STAIN Kudus).
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran religiusitas sebagai variabel moderating pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, product knowledge terhadap keputusan menabung di bank syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*.
- Tulwaidah, R., Mubyarto, N., & Ismail, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Di BANK Syariah. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Widiawati, L., Hajidah, I. H., Saraswati, H., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (BSI). *Student Research Journal*.
- Yulianto, A. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Saudara/I yang saya hormati sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Rantauparapat” saya:

Nama : Junita Dongoran

Nim : 200603035

Fakultas/Prodi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Instansi : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Bermaksud untuk meminta ketersediaan saudara/i untuk membantu saya mengisi angket ini, bantuan saudara/i sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Saya menjamin kerahasiaan setiap jawaban yang saudara/i berikan, dan hasil jawaban yang diberikan akan digunakan untuk penelitian atas kesediaan saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya

Junita Dongoran

KUESIONER PENELITIAN

Mohon dengan hormat kesedian saudara untuk menjawab pertanyaan ini dengan memberikan tanda (\checkmark) pada kolom dibawah ini:

1. Nama/inisial :

2. Jenis Kelamin

Laki-Laki

Perempuan

3. Umur

17 - 21 tahun

22 - 28 tahun

29 – 38 tahun

39 – 50 tahun

> 50 tahun

1) Apakah anda adalah nasabah tabungan di Bank Syariah Rantauprapat?

1. Ya  2. Tidak

2) Sudah berapa lama anda menjadi nasabah tabungan di Bank Syariah Rantauprapat?

1. \leq 6 bulan 2. 7 - 12 bulan

3. 1 - 2 tahun 4. > 2 tahun

PETUNJUK PENGISIAN

Berikanlah tanda (\checkmark) pada kolom yang saudara pilih sesuai keadaan yang sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

Kategori	Skala
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. Pertanyaan Literasi Keuangan Syariah (X1)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya paham tentang tabungan syariah secara umum.					
2.	Saya mampu memahami tentang produk dan layanan keuangan yang tersedia di Bank Syariah.					
3.	Saya mengetahui kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan transaksi keuangan di Bank Syariah.					
4.	Saya merasa menabung di Bank Syariah merupakan pilihan yang aman untuk mencapai tujuan keuangan.					

2. Pertanyaan Minat Menabung (X2)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya sering memperhatikan informasi atau promosi terkait produk tabungan di Bank Syariah.					
2.	Saya tertarik untuk membuka rekeningtabungan di Bank Syariah.					
3.	Saya memiliki keinginan besar untuk memiliki tabungan.					
4.	Saya yakin bahwa menabung di Bnak Syariah merupakan langkah yang bijak untuk mempersiapkan finansial masa depan.					
5.	Saya merasa senang atau puas ketika dilayani oleh pegawai Bank Syariah.					

3. Pertanyaan Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa bahwa memiliki tabungan adalah hal yang penting dalam mencapai tujuan keuangan.					
2.	Saya sering mencari informasi tentang produk tabungan yang tersedia di Bank Syariah.					
3.	Saya pernah membandingkan berbagai bank syariah sebelum menabung di Bank Syariah.					
4.	Saya yakin dengan keputusan untuk membuka rekening tabungan di Bank Syariah.					

Lampiran 2: Jawaban Responden

1. Variabel Literasi Keuangan Syariah

3	4	5	5	17
4	3	2	4	13
1	2	3	4	10
5	4	4	4	17
4	4	4	3	15
3	2	3	1	9
3	3	3	5	14
4	4	4	4	16
2	2	3	2	9
4	3	3	5	15
2	2	2	1	7
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
5	4	3	2	14
4	4	3	4	15
4	5	4	5	18
1	1	1	1	4
1	1	1	1	4
4	4	4	4	16
4	4	3	2	13
4	4	4	5	17
3	3	3	1	10
2	2	2	2	8
5	5	4	5	19
3	2	4	4	13
5	4	3	3	15

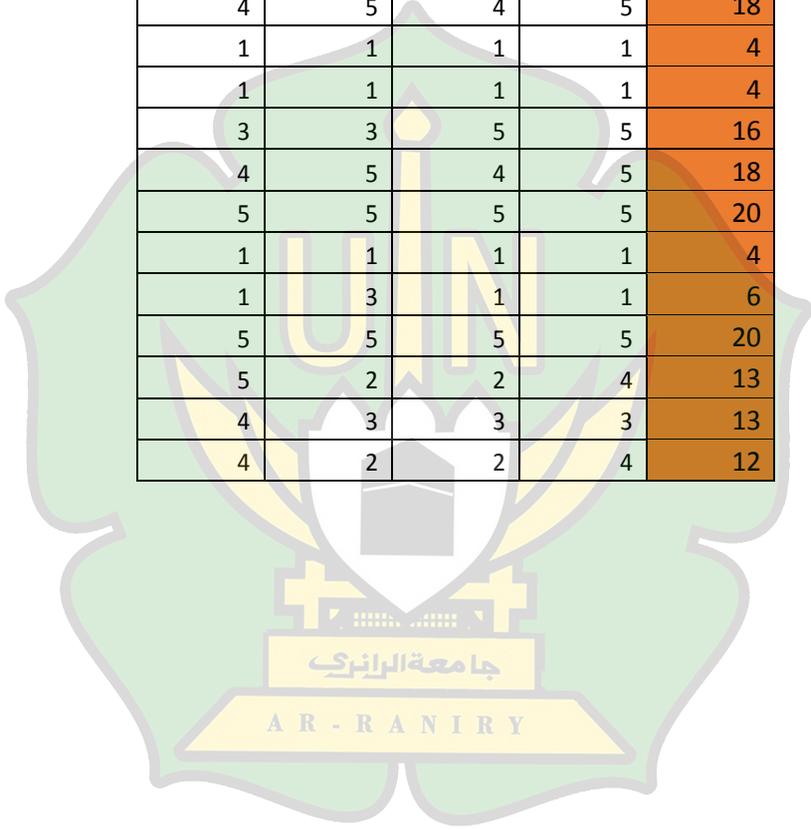
2. Variabel Minat Menabung (X2)

4	5	5	5	5	24
3	4	4	4	4	19
2	3	3	4	3	15
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	2	18
3	1	1	1	1	7
5	5	5	5	4	24
3	4	5	4	3	19
3	3	3	3	5	17
3	5	5	5	5	23
2	1	2	2	2	9
3	5	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	23
5	5	5	5	1	21
4	4	4	4	4	20
2	3	4	3	4	16

3. Variabel Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah (Y)

5	3	5	5	18
4	4	4	4	16
5	2	3	2	12
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
1	2	2	1	6
4	3	4	5	16
4	3	4	4	15
3	3	4	4	14
5	3	4	5	17
2	2	2	2	8
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

5	4	1	5	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	3	3	3	14
3	3	3	2	11
5	4	3	4	16
4	5	4	5	18
1	1	1	1	4
1	1	1	1	4
3	3	5	5	16
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
1	1	1	1	4
1	3	1	1	6
5	5	5	5	20
5	2	2	4	13
4	3	3	3	13
4	2	2	4	12



LAMPIRAN 3: HASIL UJI VALIDITAS

Uji Validitas X1

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1.1	Pearson	1	.744**	.473**	.460**	.784**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109
X1.2	Pearson	.744**	1	.707**	.605**	.902**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109
X1.3	Pearson	.473**	.707**	1	.623**	.833**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109	109
X1.4	Pearson	.460**	.605**	.623**	1	.828**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	109	109	109	109	109
TOTAL	Pearson	.784**	.902**	.833**	.828**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109	109

Uji Validitas X2

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.589**	.478**	.543**	.385**	.696**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109	109
X2.2	Pearson Correlation	.589**	1	.774**	.828**	.533**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109	109
X2.3	Pearson Correlation	.478**	.774**	1	.852**	.633**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109	109
X2.4	Pearson Correlation	.543**	.828**	.852**	1	.625**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109	109	109
X2.5	Pearson Correlation	.385**	.533**	.633**	.625**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	109	109	109	109	109	109
TOTAL	Pearson Correlation	.696**	.892**	.901**	.925**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109	109	109

Uji Validitas Y

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
Y.1	Pearson	1	.577**	.511**	.642**	.794**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109
Y.2	Pearson	.577**	1	.769**	.704**	.882**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109
Y.3	Pearson	.511**	.769**	1	.727**	.876**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109	109
Y.4	Pearson	.642**	.704**	.727**	1	.891**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	109	109	109	109	109
TOTAL	Pearson	.794**	.882**	.876**	.891**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109	109

Lampiran 4:

Uji Reliabilitas

X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	6

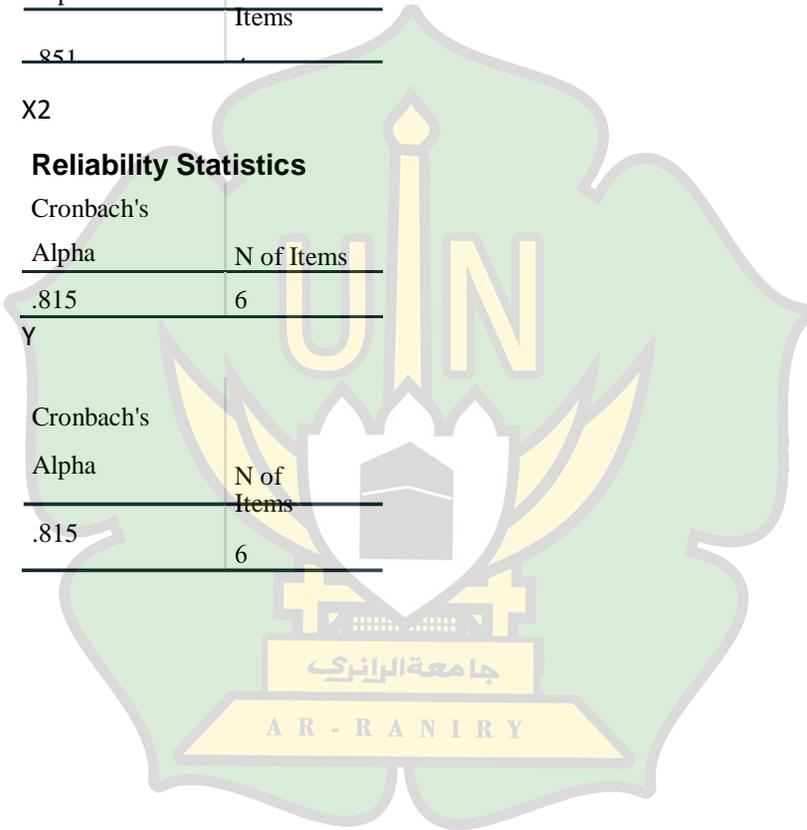
X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	6

Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	6



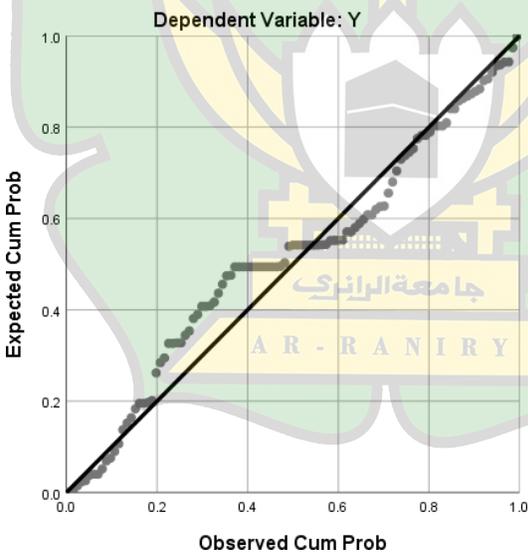
Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

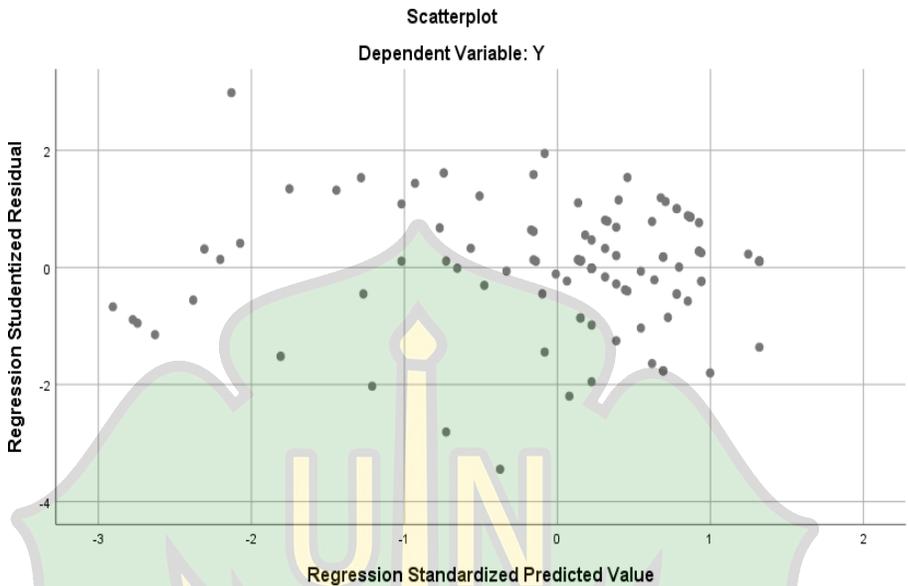
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.018	.895		1.136	.258		
	X1	.249	.083	.220	3.020	.003	.470	2.126
	X2	.551	.059	.684	9.378	.000	.470	2.126

Uji Normalitas (P-Plot)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6:

Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.018	.895		1.136	.258
	X1	.249	.083	.220	3.020	.003
	X2	.551	.059	.684	9.378	.000