

**PENGARUH GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS DAN
LITERASI KEUANGAN SYARIAH
MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH IAIN PURWOKERTO
TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**RIFQO YATUL ULYA
NIM. 1617202031**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifqo Yatul Ulya
NIM : 1617202031
Jenjang : S.1
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 26 Juli 2020

Saya yang menyatakan,

IAIN PURWO



Rifqo Yatul Ulya

NIM. 1617202031



PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH IAIN PURWOKERTO TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH

Yang disusun oleh Saudari **Rifqo Yatul Ulya NIM. 1617202031** Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **10 Agustus 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Fathul Annuddin Aziz, MM.
NIP. 19680403 199403 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si.
NIDN. 2009039301

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 18 Agustus 2020

Mengesahkan



Dr. H. Fathul Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19530921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Rifqo Yatul Ulya NIM. 1617202031 yang berjudul:

Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (.S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 27 Juli 2020

Pembimbing,



Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN.0619018002

MOTTO

“Ciptakan berbagai jalan menuju kebahagiaan dan kesejahteraan”

Pitutur Luhur

Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag.



**PENGARUH GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS DAN LITERASI
KEUANGAN SYARIAH MAHASISWA
PERBANKAN SYARIAH IAIN PURWOKERTO
TERHADAP MINAT MEMILIH
PRODUK BANK SYARIAH**

Rifqo Yatul Ulya

NIM. 1617202031

Email: rifqoyatul@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Lembaga keuangan syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat khususnya pada perkembangan bank syariah. Namun dalam perkembangannya mengalami kesulitan yaitu dalam mencari nasabah, karena tidak semua mengetahui arti bank syariah dan ada faktor yang mempengaruhinya yang mengakibatkan jumlah nasabah lebih kecil dibanding bank konvensional. Maka perlu adanya literasi keuangan yang harus ditingkatkan pada masyarakat dan memahami perilaku konsumen. Faktor yang mempengaruhi yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, usia, pekerjaan, dan gaya hidup. Omer berpendapat, perilaku ekonomi sangat dipengaruhi oleh tingkat keimanan seseorang. Perilaku ini akan membentuk perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Religiusitas menjadi faktor pembentuk perilaku konsumen. Karenanya, dibutuhkan peran aktif dari generasi penerus bangsa dalam mensosialisasikan kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto angkatan tahun 2016-2018, sampel yang diambil sebanyak 82 responden. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, teknik pengambilan data menggunakan metode kuesioner. Data diolah dengan uji validitas, reliabilitas, statistik dan asumsi klasik. Untuk mengetahui pengaruh dari gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah digunakan analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F dan uji koefisien determinasi dengan bantuan alat uji IBM SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Variabel gaya hidup (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat memilih produk bank syariah. 2) Variabel religiusitas (X2) secara parsial berpengaruh terhadap minat memilih produk bank syariah. 3) Variabel literasi keuangan syariah (X3) secara parsial berpengaruh terhadap minat memilih produk bank syariah. 4) Variabel gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mahasiswa IAIN Purwokerto secara simultan berpengaruh terhadap minat memilih produk bank syariah.

Kata kunci: Bank Syariah, Gaya Hidup, Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah

**THE AFFECT OF LIFESTYLE, RELIGIUSITY AND ISLAMIC
FINANCIAL LITERACY OF ISLAMIC BANKING STUDENTS IAIN
PURWOKERTO ON INTEREST IN CHOOSING ISLAMIC BANK
PRODUCTS**

Rifqo Yatul Ulya

NIM. 1617202031

Email: rifqoyatul@gmail.com

Islamic Banking Departement Faculty of Economics and Business Islam
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Islamic financial institutions have developed quite rapidly, especially in the development of Islamic banks. But in its development certainly experienced difficulties, namely in finding customers, because not all people know the meaning of Islamic banks. There are factors that effect it, resulting in a small number of customers compared to conventional banks. So it is necessary to have islamic financial literacy that must be improved in the community and understand consumer behavior. There are factors culture, social class, family, status, group/community, age, occupation and lifestyle. In addition, Omer argues that economic behavior is greatly affected by the level of one's faith. This behavior will shape consumer behavior, consumption and production behavior in the market. Religiosity is a factor in shaping consumer behavior. In this case, requires an active role in socializing to the community, especially in the next generation. This study has a purpose to a find out the affects of lifestyle, religiosity and financial literacy interest in choosing Islamic bank products.

Population in this study are students of Islamic banking Study, Faculty of Economics and Business in Islam, the year of force 2016-2018 IAIN Purwokerto, there are 82 samples that have been used on this study. Research method of this study is quantitative method, while for collecting data researcher uses questioner. The data was processed using validity test, reliability, statistic and classic assumption. To find out the effect of lifestyle, religiosity and Islamic financial literacy interest in choosing Islamic bank products, researcher uses double linear regression analysis, in addition there is any hypothesis test, that is t test, F test and determination coefficient with involving IBM SPSS 25.

Research findings that show:1) Lifestyle variable (X1), partially there is not affect on interest in choosing Islamic bank products. 2) Religiosity variable (X2), partially there is affect on interest in choosing Islamic bank products. 3)Financial literacy variable (X3), partially there is affect on interest in choosing Islamic bank products. 4) Lifestyle, religiosity and financial literacy variable, there is any significant stimulant there is affect on interest in choosing Islamic bank products.

Keywords: Islamic Banking, Lifestyle, Religiosity, Financial Literacy.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam pernyataan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/u/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ĥ	Ĥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	Š	es (dengan titik dibawah)
ض	d'ad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	ž	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef

ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	w
ه	ha’	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	ya’	Y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعددة	ditulis	Muta’addidah
عدة	ditulis	‘iddah

3. Ta’ marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah
جزية	ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada akata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya’
----------------	---------	--------------------

b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan

زكاة لغير	Ditulis	Zakat al-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جَاهِلِيَّة	ditulis	jahiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تَنْس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كَرِيم	ditulis	karim
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فُرُوض	ditulis	furud

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بَيْنَكُمْ	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قَوْل	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	a'antum
أَعَدْتُ	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyah

الْقُرْآن	Ditulis	Alqur'an
الْقِيَّاس	Ditulis	Al-qiyas

b. Bila diikuti huruf syamsi ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf l (el)-nya.

السَّمَاء	Ditulis	As-sama
الشَّمْس	Ditulis	Asy-syams

9. Penulisan kata-kata dalam rangka kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذَوِي الْفُرُوض	Ditulis	Zawi al-furud
-----------------	---------	---------------

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat, hidayahNya dan kesempatan untuk belajar.
2. Untuk kedua orang tua saya yang tercinta, Bapak Makhrodin dan Ibu Roaetun yang tidak bosan selalu memberikan dukungan serta tak pernah kenal lelah untuk memberikan dan mengupayakan yang terbaik untuk semua anaknya. Ucapan terimakasih tidak cukup untuk membalas semua perjuangan kalian, semoga kelak disuatu hari saya dapat membuat kalian bahagia dan bangga. Amiiin.
3. Untuk kakak dan adik saya tercinta, Mas Azi Zallah Fauzi yang selalu memberikan pesan untuk selalu belajar serta nasehat demi nasehat untuk diri saya dan adik saya. Adik saya, Faruk Nafa Faza yang selalu mengajarkanku arti kesabaran. Dan terimakasih kepada Isteri dan anak dari kakak saya Mba Nanda Widyastuti, Abidzar Alli Zaflan dan Nadia Maisun Fauziyah.
4. Untuk Riza Najazi dan Umi maghfiroh, sahabat yang selalu setia dan pasti bosan mendengarkan keluh kesah, bertukar cerita dan selalu memberikan motivasi. Semoga Allah selalu memberkahi disetiap langkah kalian.
5. Untuk keluarga besar Mbah Tarsiti, Mbah Wachat, Almarhum Mbah Wusin dan Almarhumah Mbah Sunimah serta yang tak dapat saya sebutkan satu-satu.
6. Kepada Indah Ayu Kurniasari, Ikhda Ngatiatul Munji, Latifah Dwi Lestari dan Ike Inten Pratiwi sahabat seperjuangan.
7. Keluarga besar Pondok Pesantren An Najah terkhusus Abah dan Umi, teman-teman komplek SH Cemara dan Fatimah Az-Zahra. Yang telah menjadi bagian dari hidup saya di pondok. Serta pengurus putra-putri periode 2019/2020.
8. Ucapan khusus saya sampaikan kepada Santi Kurniasih, S.Pd., Mba Khusnul Abdiyah, S.Pd, Mba Rosiana Safitri,SH, Mba Uliyatul Marfu'ah, S.Pd, dan

Mba Ummi Nur K, S.Pd., sahabat disetiap langkah walaupun sudah terpisah kamar.

9. Terimakasih saya sampaikan kepada teman kamar, Mba Hesty Nurul Isnaeni, M.Pd., mba Latipah Rakhmawati, S.Pd., Alivia Nuril Ihram, Ulya Alfiana dan Lily Rahayu U.K., S.E.
10. Dan semua yang telah memberikan dukungan, bantuan dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karuniaNya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi akhir zaman Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabat dan tabi'in, semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak kita mendapat syafaatnya di hari akhir.

Semoga dengan selesainya penulisan skripsi ini membawa berkah dan manfaat untuk kemaslahatan bersama. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

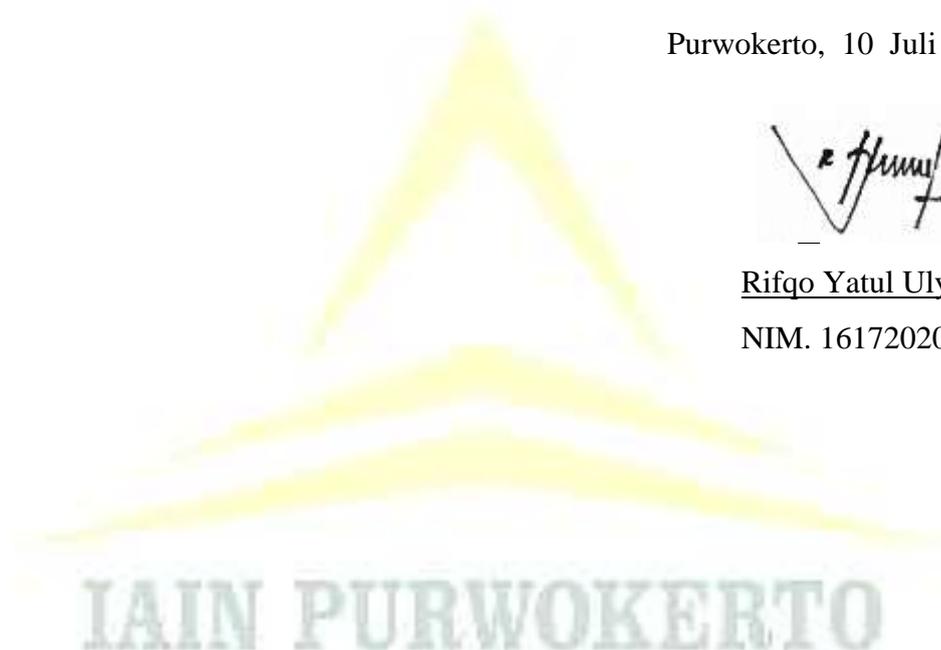
1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku rektor Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Sulasih, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi dan kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa selalu memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan ibu.
8. Segenap dosen dan staf Administrasi Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.

9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto yang telah membekali ilmu pengetahuan.
10. Orang tua penyusun Bapak Makhrodin dan Ibu Roaetun yang tidak bosan selalu memberikan dukungan serta tak pernah kenal lelah untuk memberikan dan mengupayakan yang terbaik untuk semua anaknya.
11. Kepada keluarga besar Perbankan Syariah A 2016 dan teman seangkatan Perbankan Syariah 2016.
12. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per-satu.

Purwokerto, 10 Juli 2020



Rifqo Yatul Ulya
NIM. 1617202031



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
D. Sistematika Pembahasan	12
BAB II : LANDASAN TEORI.....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
B. Perilaku Konsumen	16
1. Pengertian	16
2. Model Perilaku Konsumen	17
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	18
C. Minat	19
1. Pengertian	19
2. Unsur Minat	20

3. Faktor Timbulnya Minat	20
4. Minat Memilih Produk Bank Syariah	21
D. Gaya Hidup	22
1. Pengertian	22
2. Hubungan Gaya Hidup dengan Minat Memilih Produk	23
E. Religiusitas	24
1. Pengertian	24
2. Dimensi Religiusitas	25
3. Indikator Religiusitas	26
4. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	26
5. Hubungan Religiusitas dengan Minat Memilih Produk.....	27
F. Literasi Keuangan Syariah.....	28
1. Pengertian	28
2. Pengukuran Literasi Keuangan Syariah.....	30
3. Hubungan Literasi Keuangan Syariah dengan Minat Memilih Produk	31
G. Bank Syariah	33
1. Pengertian	33
2. Perkembangan Sistem Bank Syariah	34
3. Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional	35
4. Akad dan produk dalam bank syariah.....	37
H. Kerangka Berfikir	40
I. Rumusan Hipotesis	40
J. Landasan Teologis.....	42
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Waktu dan Tempat Penelitian	44
C. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel.....	44

D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	46
E. Sumber Data Penelitian	48
F. Teknik Pengumpulan Data.....	48
G. Analisis Data Penelitian	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	50
3. Statistik Deskriptif	50
4. Uji Asumsi Klasik.....	50
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
6. Pengujian Hipotesis	52
a. Uji t.....	53
b. Uji F.....	53
c. Koefisien Determinasi.....	54
BAB IV : ANALISIS HASIL PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Karakteristik Responden Penelitian	58
C. Hasil Analisis Data Penelitian.....	61
D. Pembahasan Hasil Pembahasan	82
BAB V : PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu
Tabel 2	Model Rangsangan Tanggapan
Tabel 3	Perbandingan Antara Bank syariah dan Bank konvensional
Tabel 4	Variabel & Indikator Penelitian
Tabel 5	Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Tahun Angkatan
Tabel 6	Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 7	Frekuensi Responden berdasarkan status nasabah bank syariah/ bukan
Tabel 8	Descriptive Statistics
Tabel 9	Distribusi Penilaian Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup (X1)
Tabel 10	Distribusi Penilaian Responden Terhadap Variabel Religiusitas (X2)
Tabel 11	Distribusi Penilaian Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah (X3)
Tabel 12	Distribusi Penilaian Responden Terhadap Variabel Minat Memilih Produk Bank Syariah (Y)
Tabel 13	Hasil Uji Validitas
Tabel 14	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel 15	Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov
Tabel 16	Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Metode Monte Carlo
Tabel 17	Uji Multikolinieritas
Tabel 18	Uji Heteroskedastisitas
Tabel 19	Analisis Regresi Linear Berganda
Tabel 20	Hasil Uji t
Tabel 21	Hasil Uji F
Tabel 22	Koefisien Determinasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1	Tahapan dalam Proses Membeli
Gambar	2	Kerangka Berfikir



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Foto Pengisian Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 : Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 : Uji Validitas
- Lampiran 6 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Tabel r
- Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 : Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 10 : Tabel t
- Lampiran 11 : Tabel F
- Lampiran 12 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 13 : Blangko/ Kartu Bimbingan
- Lampiran 14 : Surat Keterangan Ujian Komprehensif
- Lampiran 15 : Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 16 : Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 17 : Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 18 : Sertifikat Aplikom
- Lampiran 19 : Sertifikat PPL
- Lampiran 20 : Sertifikat KKN
- Lampiran 21 : Sertifikat PBM
- Lampiran 22 : Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat termasuk pada perkembangan bank syariah. Keberadaan bank syariah ditandai dengan munculnya UU No 7 Tahun 1992 tentang perbankan dan direvisi kedalam UU No 10 Tahun 1998, kemudian diperbaharui lagi dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Sistem perbankan syariah bukan hanya untuk kepentingan penduduk Indonesia yang sebagian besar umat muslim, namun karena adanya faktor keunggulan atau manfaat yang lebih dari perbankan syariah dalam menjembatani ekonomi. Dalam usaha pokok Bank Syariah dimana bank memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah (Muhammad, 2011, hal 11-12).

Penerapan prinsip syariah ini yang membedakan dengan lembaga keuangan umum atau konvensional. Dalam hal perolehan keuntungan, bank konvensional mengikat keuntungan dengan mengandalkan sistem bunga sedangkan pada bank syariah dengan mengandalkan pada sistem bagi hasil. Kemudian pada pembiayaan ataupun investasi, bank syariah hanya melakukan pembiayaan dan investasi terhadap usaha yang dihalalkan oleh Islam. Bank syariah muncul di Indonesia dilatarbelakangi dengan berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam yang kemudian berpengaruh ke Indonesia. Di awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan, beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan. Diantaranya berdirinya Baitul Tamwil-Salman, Bandung yang sempat tumbuh dan mengesankan. Di Jakarta, juga berdiri yakni Koperasi Ridlo Gusti (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 18-24). Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, Majelis Ulama

Indonesia (MUI) menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor.

Kemudian hasil dari lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional MUI dan menghasilkan amanat bahwa dibentuklah kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam Indonesia. PT Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai hasil kerja Tim perbankan MUI tersebut. Pada awal pendirian Bank Muamalat Indonesia, keberadaan bank syariah belum mendapat perhatian yang optimal. Landasan hukum operasi bank hanya dikategorikan sebagai “bank dengan sistem bagi hasil”, tidak terdapat rincian hukum secara detail (Muhammad Syafi'i A, 2001, hal 25-26).

Di era reformasi, perkembangan sistem perbankan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 dengan tertera aturan hukum secara rinci serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Dalam undang-undang tersebut memberikan arahan kepada bank-bank konvensional untuk membuka cabang bank syariah atau mengkonversi secara total menjadi bank syariah. Peluang tersebut ternyata disambut baik oleh masyarakat perbankan. Sejumlah bank mulai memberikan pelatihan dalam bidang perbankan syariah bagi para stafnya (Muhammad Syafi'i A, 2001, hal 25-26). Sampai dengan saat ini perkembangan bank syariah dapat dikatakan cukup baik. Dalam kurun waktu empat tahun terakhir, bank syariah mengalami perkembangan yaitu pada tahun 2015 dengan jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 12 bank dengan jumlah kantor 1.990, pada tahun 2016 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor 1.869, pada tahun 2017 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor 1.825, dan pada tahun 2018 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor 1.827.

Dari data diatas menunjukkan bahwa bank syariah terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Namun, sejatinya bank syariah di Indonesia masih berada dalam pertumbuhan, dengan pangsa pasarnya yang masuk kecil yaitu sekitar lima persen. Hal tersebut sangat disayangkan karena jumlah penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam dan jika potensi

tersebut tidak dimanfaatkan. Oleh karena itu, Indonesia tentunya diharapkan mampu membuat sistem perbankan syariah yang cukup baik. Cara yang dapat diambil dalam hal ini yaitu dengan mengembangkan literasi masyarakat terhadap sistem perbankan syariah. Jika banyak orang yang mengetahui sistem perbankan syariah dan manfaatnya, maka akan semakin maju perbankan syariah di Indonesia. Literasi keuangan merupakan suatu pengetahuan dan kemampuan untuk mengaplikasikan pemahaman mengenai konsep dan risiko, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial untuk meningkatkan kesejahteraan finansial, baik individu maupun sosial, serta dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat. Lembaga Keuangan yang mengawasi jalannya perbankan yaitu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sangat mendorong masyarakat agar memahami dan mengerti arti penting dari adanya literasi keuangan. Hal ini terlihat dari angka tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang masih jauh dibandingkan dengan inklusi keuangan. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2016 tercatat indeks literasi keuangan sebesar 29,7% sementara indeks inklusi keuangan sebesar 67,8% (Mengutip dari <https://www.ojk.go.id/>, diakses pada tanggal 21 Oktober 2019).

Menurut Hung et.al, Glaser dan Weber dalam penelitian Agus Yulianto (2018), bahwa literasi keuangan akan mempengaruhi seseorang dalam memutuskan suatu perilaku keuangan. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan juga dapat disebut sebagai pemicu kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan menimbulkan perilaku penting untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan individu (Hadi Ismanto, dkk, 2019 hal 95).

Tingkat literasi keuangan antar individu berbeda-beda dan hal tersebut akan mempengaruhi perilaku individu masing-masing. Ketika seseorang tidak memiliki literasi keuangan yang baik maka seseorang dapat berbuat kesalahan dalam membuat keputusan keuangan sehingga mengakibatkan tidak efektif

dalam mengelola keuangannya dan dapat mempengaruhi tidak tercapainya kesejahteraan hidupnya. Tingkat literasi keuangan seseorang penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah atau tidak. Literasi keuangan terhadap lembaga dan produk keuangan syariah ini dilakukan pada riset dunia yang mengungkapkan bahwa dengan tingginya indeks literasi keuangan akan mendongkrak pertumbuhan perekonomian suatu negara.

OJK mengeluarkan produk perbankan baru untuk meningkatkan minat masyarakat dalam memilih produk bank, salah satu produk yang terbaru adalah produk simpanan mahasiswa dan pemuda atau disebut SiMuda (Mengutip dari <https://www.ojk.go.id/>, diakses pada tanggal 21 Oktober 2019). Mahasiswa merupakan bagian dari kelompok yang sangat berpengaruh dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di suatu negara. Disaat mereka mengenyam pendidikan di dunia perkuliahan, mereka dituntut untuk belajar dengan sungguh-sungguh dan hidup secara mandiri. Salah satunya adalah dalam mengelola keuangan yang membuat mereka harus pintar dalam mengelola bahkan dituntut untuk menabung. Dalam penelitian ini penulis melihat bagaimana pengaruh dari literasi keuangan syariah, karena dengan literasi keuangan syariah yang baik artinya seseorang memahami bagaimana sistem dari lembaga keuangan syariah dalam hal ini adalah bank syariah. Secara konseptual literasi keuangan syariah dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan, keterampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut agama islam (Rahim, 2016). Kemudian dalam pengukuran literasi keuangan syariah, terdapat prinsip dasar salah satunya adalah larangan adanya riba/bunga. Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa literasi keuangan syariah berkaitan dengan produk yang dianjurkan yaitu bank syariah.

Selain literasi keuangan yang harus ditingkatkan, memahami perilaku nasabah juga menjadi faktor yang mempengaruhi untuk mengatasi pangsa pasar yang rendah. Rendahnya pangsa pasar bank syariah merupakan masalah yang urgent bagi perkembangan bank syariah di Indonesia dan berkaitan

dengan bagaimana bank syariah bisa menarik nasabah yang akan membuat nasabah menjadi loyal, bertahan dan berkembang. Karena itu untuk mewujudkannya dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran dapat berjalan sesuai dengan target jika pemasar memahami perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller, minat adalah perilaku konsumen yang muncul terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian (Donni Juni P, 2017, hal 164). Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok/komunitas, usia, pekerjaan gaya hidup dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut dapat memberikan pelayanan yang baik untuk pembeli. Menurut Kotler, gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. (Amstrong dan kotler, 2003: 192). Dalam hal ini gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Hal ini berhubungan dengan tindakan dan perilaku dari sejak lahir (John C. Mowen & Michael Minor, 2001, hal 282).

Gaya hidup perlu diketahui karena pola hidup yang berhubungan dengan uang akan mempengaruhi keputusan dalam menabung. Untuk mengukur gaya hidup para konsumen, peneliti menggunakan analisis psikografis yang bertujuan untuk aplikasi dasar. Yaitu para peneliti pasar menguraikan segmen pasar untuk menguraikan segmen konsumen yang nantinya akan membantu organisasi mencapai dan memahami konsumennya. Studi psikografis biasanya mencakup pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk menilai gaya hidup pasar target, karakteristik kepribadian dan karakteristik demografi (John C. Mowen & Michael Minor, 2001, hal 283).

Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen yang telah disebutkan, Omer berpendapat bahwa perilaku ekonomi sangat dipengaruhi oleh tingkat keimanan seseorang. Keimanan seseorang dalam Islam dituangkan dalam enam prinsip dasar, yaitu: percaya kepada Allah Swt, utusan Allah Swt, kitab-kitab Allah, hari akhir, dan qada-qadarnya Allah (Fathul Aminudin Aziz, 2017, hal 134). Perilaku ini akan membentuk

perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Dalam hal ini religiusitas menjadi faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam, pada dasarnya semua aspek kehidupan telah diatur sudah sedemikian rapi termasuk dalam hal masalah konsumis dimana setiap muslim harus mencerminkan hubungannya dengan Allah Swt. Religiusitas tidak hanya dapat diwujudkan dalam beribadah, namun juga dapat diterapkan didalam mengerjakan sesuatu. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Julia Sri Ningsih 2017, bahwa religiusitas merupakan motif yang penting, karena semakin tinggi religiusitas seseorang maka semakin berhati-hati ketika memilih produk. Tingkat religiusitas seseorang tentunya akan mempengaruhi cara berperilaku, karena kepercayaan yang dimiliki seseorang pada agamanya cenderung berpegang teguh pada aturan-aturan dalam agama yang diyakini. Pernyataan tersebut juga didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Jalaludin, 2010. Maka dengan itu kita dapat melihat bahwa tingkat religiusitas dapat mempengaruhi perilaku untuk memilih suatu produk.

Penelitian Putri Dyah Wardani dan Susanti dalam jurnal Pendidikan Akuntansi, Vol. 07 Tahun 2019, 189-196 yang dengan judul *Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Bahwa gaya hidup yang termasuk dalam kontrol diri, religiusitas dan literasi keuangan berpengaruh positif pada perilaku masyarakat dalam menabung di Bank Syariah.

Sumadi (1988, hal 109) mengatakan bahwa minat merupakan kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangi sesuatu objek. Jika seseorang tertarik terhadap produk yang ada didalam bank tersebut, artinya bahwa ia minat. Dari rasa minat tersebut, akan membuat calon nasabah tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Produk bank syariah yang banyak diminati adalah produk pendanaan dan pembiayaan. Karena dua produk tersebut termasuk hal yang dibutuhkan oleh masyarakat. Bank Syariah mempunyai banyak macam produk yang ditawarkan kepada para calon nasabah dan nasabahnya. Salah satu produk bank yang banyak

diminati oleh masyarakat umum adalah produk tabungan dan simpan pinjam atau dalam bank syariah disebut produk pendanaan dan pembiayaan. Di Indonesia sendiri, sudah banyak bank syariah yang berdiri sekitar 2.990 kantor bank (Mengutip dari <https://www.ojk.go.id>, diakses pada tanggal 20 Desember 2019). Bank muamalat adalah bank pertama di Indonesia yang mencetuskan landasan syariah didalam operasionalnya, yang kemudian memunculkan bank-bank umum yang melahirkan bank syariah. Bank Syariah yang berdiri di Purwokerto adalah BNI Syariah, BRI Syariah, Mandiri Syariah, dan Bank Muamalat. Produk pendanaan, pembiayaan dan jasa itu pasti ada di bank syariah. Dan produk tabungan selalu menjadi unggulan di setiap bank. Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat sebagian besar lebih memilih menyimpan uangnya di Bank. Bukan hanya di kalangan pejabat ataupun pengusaha. Masyarakat kecil pun sudah memilih bank untuk bertransaksi maupun simpan pinjam.

Mahasiswa sebagai golongan masyarakat milenial, sangat membutuhkan adanya bank. Di era digital ini, bank sangat dibutuhkan untuk bertransaksi, menabung dan lain-lain (Putri Dyah W & Susanti, *Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel di Surabaya*, Jurnal Pendidikan Akuntansi Vol 07 No 02 2019). IAIN Purwokerto merupakan salah satu perguruan tinggi yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman. Karenanya dalam proses pembelajaran berlandaskan pada al-Qur'an dan Hadits. Hal tersebut dapat kita lihat dengan dimasukkannya nilai-nilai keislaman pada mata perkuliahan dan kegiatan lain yang berkaitan dengan proses pembelajaran seperti adanya kewajiban bagi mahasiswa yang belum lulus BTA-PPI untuk nyantri di pondok. Selain itu, pada pembelajaran IAIN Purwokerto juga menerapkan nilai-nilai keislaman dalam bidng ekonomi yaitu dalam bentuk kerjasama dengan salah satu perbankan syariah yang ada di purwokerto untuk mengelola kegiatan ekonominya yang berupa pembayaran uang kuliah tunggal (UKT), pembukaan rekening bank syariah dalam bentuk ATM yang disertakan pada

kartu tanda mahasiswa angkatan tahun 2016 dan mahasiswa yang mendapatkan beasiswa prestasi dan kegiatan lainnya.

Program studi Perbankan Syariah merupakan salah satu program studi yang pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto yang memiliki tujuan diantaranya: 1) Menghasilkan lulusan yang bertakwa, berudi luhur, berkualitas, profesional dan memiliki jiwa enterpreneurship yang sensitif terhadap kebutuhan masyarakat. 2) Mampu menerapkan pengetahuan dan keahlian manajemen perbankan syariah dalam pelayanan aktivitas transaksi bisnis dan keuangan di lembaga perbankan syariah secara profesional. 3) Menghasilkan karya-karya ilmiah yang berkualitas melalui fungsi penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. 4) Mampu membentuk kelompok/komunitas di masyarakat yang akan menjadi model dalam pembangunan lembaga keuangan syariah di Purwokerto. 5) Membina dan mengembangkan kehidupan masyarakat akademik yang didukung oleh budaya ilmiah dan suasana akademik yang menunjukkan tinggi kebenaran, obyektivitas, terbuka, jujur, kritis, kreatif, inovatif dan tanggap terhadap perubahan dan perkembangan ilmu dan teknologi perbankan syariah. 6) Meningkatkan kinerja yang profesional dengan memantapkan pelaksanaan sistem pengelolaan kelembagaan yang efektif dan efisien. 7) Memupuk dan menjalin jaringan kerjasama yang saling menguntungkan dengan lembaga bisnis dan keuangan syariah atau konvensional, baik dalam maupun luar negeri.

Dengan adanya tujuan tersebut, dibutuhkan peran aktif semua pihak yang terkait salah satunya adalah mahasiswa. Mahasiswa diharapkan menerapkan ilmu yang diperoleh dan memiliki preferensi yang tinggi dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Berdasarkan data diatas, penelitian ini akan mengarah pada usaha dalam menemukan fakta seberapa besar pengaruh dari dimensi gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah yang terhadap minat memilih produk bank syariah. Dalam penelitian ini mencoba menganalisis faktor gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan

syariah yang dianggap dapat mempengaruhi nasabah untuk memilih produk bank syariah.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan oleh peneliti, bahwasannya sebagian besar mahasiswa angkatan 2016-2017 sudah memiliki rekening bank syariah dan sebagian mahasiswa angkatan 2018 yang memiliki bank syariah. Kemudian peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa mahasiswa yang memilih produk bank syariah dan mahasiswa yang tidak memilih produk bank syariah untuk mengetahui alasan keduanya tersebut. Bahwa mahasiswa yang memiliki produk bank syariah salah satunya adalah rekening tabungan bank syariah dengan alasan karena kemauan dari diri sendiri dan ada yang hanya mengikuti aturan kampus untuk membuka rekening bank syariah, sedangkan mahasiswa yang tidak memilih produk bank syariah beranggapan bahwa belum mempunyai dana untuk sekedar menabung di bank syariah dan ada yang mengatakan tidak praktis jika harus membuka rekening di bank syariah karena sudah memiliki rekening di bank konvensional.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati Deylla Handida (2019) perbankan syariah perlu mengembangkan jaringannya dengan berbagai usaha melalui peningkatan pemahaman masyarakat mengenai produk, sistem, serta mekanisme dari perbankan syariah yang dapat dilakukan melalui sosialisasi maupun promosi yang dapat dipahami oleh berbagai kalangan.

Peneliti memilih variabel gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah karena berdasarkan teori yang ada mengatakan bahwa komponen tersebut saling berhubungan dan menjadi faktor dalam minat konsumen dalam memilih (membeli) suatu produk dalam hal ini produk bank syariah. Kemudian terjadi gap pada penelitian diantaranya hasil penelitian Tantan (2015) yang menjelaskan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung di bank syariah. Sedangkan pada penelitian Suratno (2019) hasilnya menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap perilaku menabung di bank syariah. Selain itu, pada penelitian Tharanika Andrew (2017) menyatakan bahwa kontrol diri (gaya hidup) tidak memiliki pengaruh

terhadap perilaku menabung, hasil ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Putri & Susanti (2018) yang menyatakan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung di bank syariah. Disamping itu, penelitian yang dilakukan oleh Triani (2017) bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung di bank syariah, sedangkan pada penelitian Agus Yulianto (2018) bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk atau jasa lembaga keuangan syariah.

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah”. Diharapkan penelitian ini menghasilkan kondisi terbaru pada objek penelitian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas mengenai Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah, maka tersusun rumusan masalah yang akan dikaji sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup mempengaruhi mahasiswa untuk memilih produk bank syariah?
2. Apakah tingkat religiusitas mempengaruhi mahasiswa untuk memilih produk bank syariah?
3. Apakah literasi keuangan syariah mempengaruhi mahasiswa untuk memilih produk bank syariah?
4. Apakah gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mempengaruhi mahasiswa untuk memilih produk bank syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Didalam sebuah penelitian, tentunya mempunyai maksud dan tujuan yang ingin dicapai. Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup bagi mahasiswa dalam minat memilih produk bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas bagi mahasiswa dalam minat memilih produk bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah bagi mahasiswa dalam minat memilih produk bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mahasiswa dalam memilih produk bank syariah

Selain tujuan penelitian, ada manfaat yang dapat diambil dari sebuah penelitian. Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis agar mengetahui pengaruh dalam memilih produk bank syariah melalui gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah dalam diri seseorang nasabah atau calon nasabah.

b. Bagi Akademik

Manfaat bagi akademik adalah untuk mengetahui ilmu dalam dunia perbankan syariah khususnya mengenai pentingnya literasi keuangan syariah dan faktor lainnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi bank, bahwa banyak faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Dalam penelitian ini juga, memberikan informasi kepada bank bahwa literasi keuangan itu penting.

b. Bagi Nasabah/ Mahasiswa

Bagi nasabah juga memberikan manfaat agar dapat pintar dalam mengatur keuangan dan diseimbangkan dengan kehidupan sehari-harinya.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk mempermudah pembaca dalam melihat bagian-bagian yang lebih rinci. Secara keseluruhan sistematika penyusunan penelitian ini dibagi tiga bagian pokok, yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Bagian dari awal penelitian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman persembahan, kata pengantar dan daftar isi.

Bagian isi dari penelitian ini terdiri dari lima bab. Secara spesifik, pada bagian isi ini akan memaparkan mengenai inti didalam penelitian, yaitu:

Bab pertama, berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab kedua, membahas tentang landasan teori yang memuat uraian mengenai definisi gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan syariah, minat, dan produk bank syariah.

Bab ketiga, membahas tentang metode penelitian antara lain: jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab keempat, merupakan pembahasan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto yang berisi pembahasan secara empiris mengenai keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan seperangkat konsep, definisi dan proporsisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui hubungan antar variabel yang berguna untuk menjelaskan fenomena tersebut. Pada bagian ini, penulis mengkaji mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literatur yang tersedia seperti dari jurnal ilmiah (Wiratna Sujarweni, 2019, hal 61).

1. Rahmawati Deylla Handida dan Maimun Sholeh (2018), dalam karyanya yang berjudul Pengaruh Tingkat Pengetahuan, kualitas layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta, yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY baik secara parsial maupun simultan.
2. Dwi Lestari dan Arlin Ferlina (2017), dalam karyanya yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung (Studi Pada Siswa SMA di Kota Bandung). Yang menyatakan bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung sebesar 79,57% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Suratno (2019), dalam karyanya yang berjudul Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan *Disposable Income* terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (studi kasus mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto), yang menyatakan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

4. Putri Dyah Wardani dan Susanti (2019), dalam karyanya yang berjudul Pengaruh Kontrol Diri (gaya hdiup), Relgiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, yang menyatakan bahwa secara simultan dan parsial kontrol diri (gaya hidup), religiusitas, literasi.

Tabel 1
Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Rahmawati Deylla Handida & Maimun Sholeh (2018), <i>Pengaruh Tingkat Pengetahuan, kualitas layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY baik secara parsial maupun simultan.	Persamaan: Menggunakan variabel literasi keuangan sebagai variabel dependent Perbedaan: a. Ada dua variabel dependent yang berbeda b. Variabel independent berbeda c. Objek penelitian
2.	Dwi Lestari dan Arlin Ferlina (20), <i>Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung (Studi Pada Siswa</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa asil dari penelitian ini menunjukkan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan	Persamaan: 1) Menggunakan literasi keuangan sebagai variabel dependent 2) Variabel

	<i>SMA di Kota Bandung)</i>	terhadap minat menabung sebesar 79,57% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.	independent Perbedaan: Objek penelitian
3.	Suratno (2019), <i>Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (studi kasus mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah	Persamaan: 1) Religiusitas sebagai variabel dependent 2) Objek penelitian Perbedaan: 1) Dua variabel dependent 2) Variabel independent
4.	Putri Dyah Wardani dan Susanti (2019), <i>Pengaruh Kontrol Diri (gaya hdiup), Relgiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung di Bank Sayariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kontrol diri (gaya hidup), religiusitas, literasi keuangan, inklusi keuangan berpengaruh signifikan serta memiliki hubungan positif terhadap perilaku menabung di bank syariah mahasiswa	Persamaan: 1) Menggunakan religiusitas dan literasi keuangan sebagai variabel dependent 2) Objek penelitian (sama-sama mahasiswa) Perbedaan: Satu variabel dependent Variabel independent

		Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.	
5.	Fatkhul Sani Rohana (2017), <i>Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pondok Pesantren Al Munawwir komplek R2)</i>	Hasil penelitian skripsi ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan religiusitas memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif sedangkan gaya hidup memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.	Persamaan: 1) Menggunakan tiga variabel dependent yang sama Perbedaan: 1) Objek penelitian 2) Menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel independent

Penelitian ini penting dilakukan karena terdapat ketidak konsistenan dalam penelitian terdahulu di atas dengan beberapa variabel yang berbeda dengan penelitian ini. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti dengan menggunakan variabel gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah sebagai variabel dependent pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto.

B. Perilaku Konsumen

1. Pengertian

Perilaku konsumen merupakan perilaku seseorang yang ditunjukkan melalui sebuah pencairan, pembelian, penggunaan, mengevaluasi dan menentukan produk atau jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Kotler dan Keller mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli,

menggunakan dan menempatkan barang dan jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Paul Peter dan Jerry C.Olson memberikan definisi perilaku nasabah sebagai konsumen bank (consumer behavior) yaitu interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar kita, yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran didalam hidup mereka. Perilaku konsumen diartikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide (John C. Mowen & Michael Minor, 2001, hal 6)

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah sebagai studi tentang bagaimana suatu keputusan baik secara individu, kelompok maupun organisasi membuat suatu keputusan untuk membeli atau melakukan transaksi atas pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya dalam rangka memuaskan kebutuhannya.

2. Model perilaku konsumen

Model perilaku konsumen dapat dijelaskan dengan menggunakan model rangsangan tanggapan. Model rangsangan dapat kita lihat pada tabel berikut (Nurlailah, 2014, hal 58):

Tabel 2
Model rangsangan tanggapan

Stimulus	Proses perilaku	Respon
Pemasaran: produk, harga, tempat, promosi Lingkungan: ekonomi, teknologi, politik dan budaya	Karakteristik pembeli: faktor personal dan faktor sosial. Proses pengambilan keputusan	Pilihan produk, merk, dealer, waktu membeli dan jumlah pembelian

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Faktor-faktor tersebut harus benar-benar diperhitungkan karena akan membantu untuk memahami perilaku dari konsumen. Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Nugroho J Setiadi, 2003, hal 10):

a. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan adalah faktor yang paling mendasar dari perilaku konsumen. Apabila makhluk lain bertindak berdasar naluri, maka pada umumnya perilaku manusia dapat dipelajari. Biasanya perilaku manusia belajar dari lingkungan sekitarnya, sehingga nilai, persepsi, preferensi dan perilaku antara seorang yang tinggal di suatu daerah berbeda dengan orang yang tinggal di daerah lain (Nugroho J Setiadi, 2003, hal 10).

b. Faktor Sosial

Faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Kelompok referensi terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku seseorang.

Keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumen. Pertama, orang tua, pasangan dan keluarga akan memberikan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta.

Peran dan status sosial seseorang dapat diidentifikasi dalam setiap kelompok yaitu seseorang akan berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya di keluarga, klub dan organisasi (Nugroho J S, 2003, hal 11).

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi terdiri dari umur, tahapan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Umur dan tahapan siklus hidup seseorang akan merubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup mereka. Bahwa apa yang dibutuhkan atau selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia. Para pemasar

berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu. Keadaan ekonomi terdiri dari pendapatan, tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan pengeluaran.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Kepribadian dan konsep diri mengacu pada karakteristik psikologis yang unik sehingga menimbulkan relatif konstan terhadap lingkungan sendiri. Kepribadian sangat bermanfaat untuk menganalisis perilaku konsumen bagi beberapa pilihan produk dan merk (Bilson Simamora, 2002, hal 11).

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, dan keyakinan. Motivasi kebanyakan dari kebutuhan yang ada dan kurang bisa untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif merupakan suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan. Persepsi seseorang yang telah termotivasi akan siap untuk bereaksi, bagaimana orang itu bertindak akan dipengaruhi oleh persepsi mengenai suatu situasi. Keyakinan dan sikap merupakan pemikiran deskriptif yang dipertahankan oleh seseorang mengenai sesuatu. Sikap merupakan evaluasi, perasaan dan kecenderungan yang konsisten atas suka atau tidaknya seseorang terhadap sesuatu objek (Nurlailah, 2014, hal 60).

C. Minat

1. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memiliki sesuatu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *minat* berarti sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Sumadi (1998, hal 109) mengatakan bahwa minat merupakan kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau

menyenangi sesuatu objek. Menurut Thamrin, minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Ada beberapa aspek minat beli atau memakai pada konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2007, hal 56), diantaranya yaitu:

- 1) Tertarik untuk mencari informasi tentang produk
- 2) Mempertimbangkan untuk membeli
- 3) Tertarik untuk mencoba
- 4) Ingin mengetahui produk
- 5) Ingin memiliki produk

2. Unsur Minat

Minat mengandung tiga unsur, yaitu (Abror, 1993, hal 112):

- a. Unsur Kognisi (menenal) bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut.
- b. Unsur Emosi (perasaan) karena dalam pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (senang).
- c. Unsur Konasi (kehendak) merupakan kelanjutan dari dua unsur diatas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.

Dengan unsur-unsur yang terkandung dalam minat, maka minat dianggap sebagai respon sadar, sebab jika tidak seperti itu maka minat tidak ada artinya.

3. Faktor Timbulnya Minat

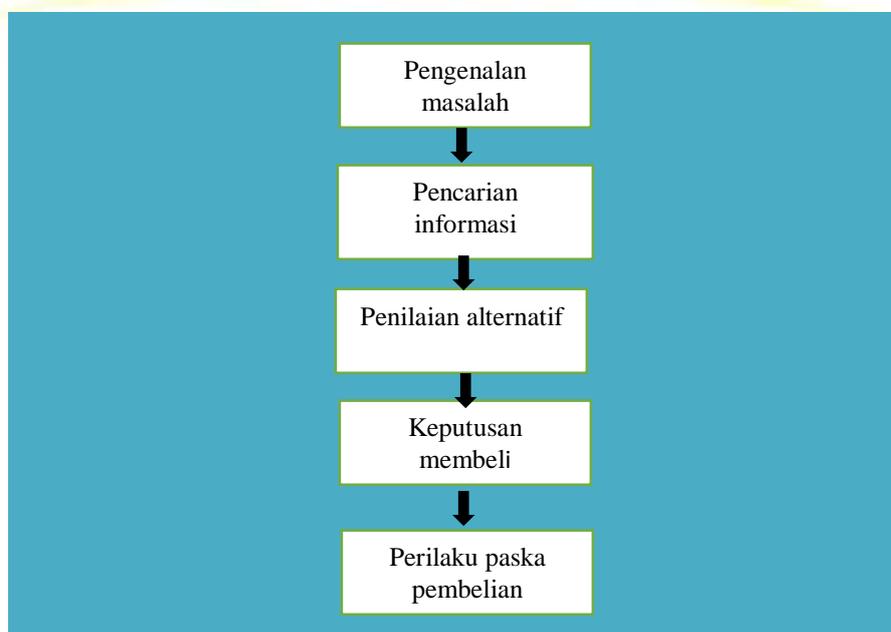
Menurut Crow dalam Siti Nurmala (2012), ada banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat, berasal dari individu maupun dari lingkungan masyarakat. Ada tiga faktor utama yang membentuk minat yaitu:

- a. Faktor dari dalam diri, dorongan rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar dan mencari informasi dan lain-lain atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang berbeda.

- b. Faktor motif sosial, yaitu minat dalam upaya mengembangkan diri dalam menuntut ilmu yang diilhami akan mendapat penghargaan dari keluarga maupun teman.
 - c. Faktor emosional (perasaan), minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi atau perasaan. Bila seseorang mendapat kesuksesan pada aktivitas yang dilakukannya, maka akan timbul rasa senang dan hal tersebut akan memperkuat rasa minat terhadap aktivitas tersebut.
4. Minat memilih bank syariah

Menurut Kotler dan Keller, minat adalah perilaku konsumen yang muncul terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian (Donni Juni P, 2017, hal 164). Percy dan Rossiter mengemukakan pendapat bahwa minat merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk, perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan, merekomendasikan dan memilih kemudian akhirnya mengambil keputusan untuk membeli. Dalam proses membeli, ada beberapa tahapan didalamnya, yaitu:

Gambar 1
Tahapan dalam proses membeli



Secara rinci, gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pengenalan masalah, proses ini dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah dalam kebutuhannya.
- 2) Pencarian informasi, seorang konsumen yang terdorong akan kebutuhannya akan mencari informasi lebih lanjut.
- 3) Penilaian alternatif, konsumen akan memproses informasi tentang pilihan merk untuk membuat keputusan akhir.
- 4) Keputusan membeli, setelah tahap penilaian terhadap sesuatu objek maka kemudian konsumen akan membuat keputusan dan memilih merk yang disukai.
- 5) Perilaku paska pembelian, sesudah membeli suatu produk maka konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

Jadi minat memilih produk bank adalah sebagai keinginan dari konsumen untuk melakukan pembelian (memilih) sebagai respon terhadap bank syariah yang didasarkan atas dorongan faktor dari dalam individu atau luar individu.

D. Gaya Hidup

1. Pengertian

Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan keputusannya untuk membeli. Gaya hidup diartikan sebagai suatu gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan dengan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang dipikirkan tentang dirinya sendiri sehingga hal itu membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan. Segala aspek dan tingkah laku individu dipengaruhi oleh gaya hidup, termasuk dalam pola konsumsi. Gaya hidup (*lifestyle*) menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Hal ini berhubungan dengan tindakan dan perilaku dari sejak lahir (John C. Mowen & Michael Minor, 2001, hal 282).

Kepribadian dan gaya hidup memiliki hubungan yang sangat erat. Konsumen yang kepribadiannya berisiko rendah tidak mungkin memiliki gaya hidup seperti berspekulasi didalam pasar modal atau melakukan aktivitas kesenangan seperti mendaki gunung, menjelajah hutan dan sebagainya. Namun, jika dihubungkan antara keduanya dapat dibedakan dalam dua alasan. *Pertama*, secara konseptual keduanya berbeda. Kepribadian merujuk pada karakteristik internal seseorang sedangkan gaya hidup merujuk pada tindakannya secara eksternal dari karakteristik tersebut atau bagaimana cara hidup seseorang. *Kedua*, memiliki implikasi manajerial yang berbeda (John C. Mowen & Michael Minor, 2001, hal 282). Dibandingkan dengan kepribadian, gaya hidup merupakan konsep baru yang lebih mudah diukur. Dalam hal ini gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, cara hidup, menggunakan waktu dan memanfaatkan waktunya (Ujang Sumarwan, 2011, hal 45).

Gaya hidup dapat diartikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Menurut Roni Andespa (*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol 2, No 1, Januari 2017). Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Nasabah yang berasal dari tempat asal, subkultur, kelas sosial, ekonomi, dan pekerjaan yang sama dapat saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar bank secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai nasabah yang secara terus-menerus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku nasabah (Noviasari & Ikram, 2017, hal 260).

2. Hubungan Gaya Hidup dengan Minat Memilih Produk

Cara hidup seseorang, bagaimana ia menggunakan uang dan bagaimana memafaatkan waktunya itu arti dari gaya hidup. Seseorang akan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan zaman atau perubahan hidupnya (Ujang Sumarwan, 2011, hal 57).

Orang dengan gaya hidup yang tinggi akan berspekulasi pada pasar modal dan investasi di perusahaan yang menjanjikan. Berbeda dengan orang yang gaya hidupnya rendah, mereka tidak akan berspekulasi seperti itu.

Gaya hidup perlu diketahui karena pola hidup yang berhubungan dengan uang akan mempengaruhi keputusan dalam menabung. Untuk mengukur gaya hidup para konsumen, peneliti menggunakan analisis psikografis yang bertujuan untuk aplikasi dasar. Yaitu para peneliti pasar menguraikan segmen pasar untuk menguraikan segmen konsumen yang nantinya akan membantu organisasi mencapai dan memahami konsumennya.

Minat dalam memilih suatu produk itu berkaitan dengan ketertarikan terhadap sesuatu dan sesuai dengan kebutuhan pada kondisi tertentu. Seseorang dengan pengendalian gaya hidup yang baik dan sesuai dengan kondisi ekonominya akan berpengaruh terhadap perilaku ekonominya. Mereka akan menginvestasikan atau menabung di bank karena dinilai lebih baik bagi kehidupan mereka dalam sisi keuangannya. Dengan produk yang bervariasi di bank syariah dan sesuai dengan kebutuhan, tentunya menjadi pengaruh dalam minat mereka untuk memilih produk bank syariah.

E. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Dalam kamus Teologi Inggris-Indonesia yang dikutip dari Rizky Setiawati, istilah religiusitas berasal dari bahasa Inggris "*religion*" yang berarti agama. Kemudian menjadi kata sifat "*religious*" yang berarti agamis atau saleh dan selanjutnya menjadi kata keadaan "*religiosity*" yang berarti keberagaman atau kesalehan. Menurut Jalaludin Rakhmat (2009, hal 04), kata religi berasal dari bahasa latin religio yang akar katanya adalah religare yang berarti mengikat. Artinya bahwa religi atau agam pada umumnya terdapat aturan aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan yang semua itu berfungsi untuk mengikat dan mengutuhkannya diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia dan alam sekitar.

Religiusitas merupakan suatu proses seseorang dalam memahami dan menghayati suatu ajaran agama, yang mana akan mengarahkan dirinya untuk hidup & berperilaku sesuai dengan ajaran yang dianutnya. Dalam hal ini mencakup aspek-aspek yang bersifat teologi (keyakinan), pengetahuan keagamaan, serta pengamalan/praktik keagamaan. Religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

Dari segi istilah religiusitas mempunyai makna yang berbeda dengan religi atau agama. Agama merujuk pada aspek formal yang berkenaan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati (Heny Kristiana R, *Jurnal community Development*, Vol 1 No 2, 2016). Seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya.

2. Dimensi Religiusitas

Glock dan Stark (1968), menganalisis religiusitas kedalam lima dimensi yaitu (Djamaludin Ancok & Fuat N Suroso, 2011):

- a. Dimensi Idiologis (keyakinan), berkaitan dengan seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang fundamental atau bersifat dogmatis
- b. Dimensi Ritualistik (praktik), berkaitan dengan seberapa tingkat kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana diperintahkan oleh agama yang dianutnya.
- c. Dimensi Eksperiensial (pengalaman), berkaitan dengan seberapa tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman religius.
- d. Dimensi Intelektual (pengetahuan), berkaitan dengan seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran pokok sebagaimana termuat dalam kitab sucinya.

- e. Dimensi Pengamalan (konsekuensi), berkaitan dengan seberapa tingkat seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya.

3. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark (1968), menganalisis indikator religiusitas yaitu aktivitas yang dikembangkan dari dimensi religiusitas, antara lain: (Djamaludin Ancok & Fuat N Suroso, 2011)

- a. Dimensi Idiologis, seperti: Keyakinan kepada Allah, Keyakinan kepada Malaikat, Keyakinan kepada Rasul/Nabi, Keyakinan kepada Kitab Allah, Keyakinan kepada surga dan neraka (hari akhir), dan Keyakinan kepada qodho dan qadar.
- b. Dimensi Ritualistik, seperti: melaksanakan shalat, puasa, haji, membaca al Qur'an dan memanjatkan do'a.
- c. Dimensi Eksperiensial, seperti: merasa dekat dengan Allah Swt, merasa doanya sering dikabulkan dan merasa tenang dan bahagia karena menuhankan Allah.
- d. Dimensi Intelektual, seperti: mengetahui tentang isi al Qur'an, pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, mengetahui hukum Islam, dan memahami kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.
- e. Dimensi Konsekuensi, seperti: suka menolong, dermawan, jujur dan adil, menjaga amanat, menjaga lingkungan, tidak berbuat kejahatan atau kemudharatan, mematuhi dan menjalankan norma Islam dalam berbudaya, bermasyarakat, berpolitik dan berekonomi (transaksi bisnis /perbankan non riba).

4. Faktor yang mempengaruhi Religiusitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas seseorang menurut Thouless dalam penelitian (Atik Masrurroh, 2015, hal 20), antara lain:

- a. Pengaruh Pendidikan, mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan tersebut.

- b. Faktor Pengalaman, faktor ini berkenaan dengan jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Pada umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.
- c. Faktor Intelektual, berkenaan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya dan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi yaitu pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu, sedangkan faktor internalnya yaitu pendidikan formal, keagamaan dan tradisi.

5. Hubungan Religiusitas dengan Minat Memilih Produk

Menurut Amin Abdullah religiusitas merupakan tindakan mengkespresikan ajaran agama melalui perilaku ritual ibadah *maghdah* serta ibadah *ghairu maghdah* yakni sosial kemasyarakatan. Bentuk kehidupan sosial kemasyarakatan dapat dijalankan pada sektor budaya, politik, hukum dan ekonomi. Omer mengatakan bahwa perilaku ekonomi seseorang itu tergantung dari tingkat keimanan dari orang atau masyarakat tersebut (Muhlis, 2011). Omer berpendapat bahwa perilaku ekonomi sangat dipengaruhi oleh tingkat keimanan seseorang. Perilaku ini akan membentuk perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Dalam hal ini religiusitas menjadi faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam, pada dasarnya semua aspek kehidupan telah diatur sudah sedemikian rapi termasuk dalam hal masalah konsumis dimana setiap muslim harus mencerminkan hubungannya dengan Allah Swt.

Religiusitas mampu mempengaruhi aspek pada perilaku untuk memilih berdasarkan pada aturan serta larangan dari agama. Dalam konsep Islam, religiusitas berkontribusi terhadap perilaku seorang muslim termasuk dalam perilaku ekonomi (Putri Dyah W & Susanti, Vol 07 No 02 Tahun 2019). Pandangan tersebut juga tentunya berpengaruh pada pemilihan produk di bank syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin berhati-hati dalam bertindak (Julia Sri Ningsih, 2017). Bank

syariah merupakan bank yang berlandaskan syariat Islam dengan mengganti sistem bunga dengan sistem bagi hasil. Karena dalam Al Qur'an sudah dijelaskan bahwa Allah melarang hambaNya untuk memakan hal-hal yang berkaitan dengan riba. Tentunya hal ini berhubungan dengan minat memilih produk bank syariah.

F. Literasi Keuangan Syariah

1. Pengertian

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai komponen modal manusia yang dapat digunakan dalam kegiatan keuangan untuk meningkatkan utilitas seumur hidup yang diharapkan dari konsumsi yaitu, perilaku yang meningkatkan kesejahteraan keuangan mereka. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan juga dapat disebut sebagai pemicu kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan menimbulkan perilaku penting untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan individu (Hadi Ismanto,dkk, 2019, hal 95)

Sedangkan menurut Cole dan Fernando literasi keuangan terdiri dari dua bagian yaitu *financial* dan *literacy*. *Literacy* (literasi) dapat diartikan sebagai kemampuan untuk membaca atau menulis yang diartikan sebagai kemampuan untuk memahami dan mempraktekan ilmu yang telah didapat. *Financial* (keuangan) berkaitan dengan keuangan atau uang, yang dapat diartikan sebagai ilmu untuk mengelola uang. Sehingga *financial literacy* dapat diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki seseorang untuk memahami dan mengaplikasikan manajemen keuangan pribadi (Mengutip dari <https://www.ojk.go.id/>, diakses pada tanggal 21 Oktober 2019). Berdasarkan SNLKI (Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia) tahun 2013 (Mengutip dari <https://www.ojk.go.id/>, diakses pada tanggal 21 Oktober 2019), seseorang dapat dikatakan sebagai well literate apabila memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga, produk dan layanan

jasa keuangan, serta keterampilan dalam mengetahui fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban dari produk dan layanan jasa keuangan tersebut.

Organisation for Economic Co-operation and Development atau OECD (2016) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well being*) individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi (Hadi Ismanto, 2019, hal 97). Menurut Remund, literasi keuangan merupakan pengukuran terhadap pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan, dan memiliki kemampuan dan keyakinan untuk mengatur keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang, serta memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi (Huriyatul Akmal dan Yogi Eka Saputra, 2016: vol 1, no 2).

Berbagai studi menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan individu. Modligiani dan Brumberg, 1954 serta Friedman, 1957 dalam Lusardi & Mitchell, 2014 menjelaskan bahwa konsumen diposisikan untuk mengatur simpanan dan pengeluaran secara optimal agar memberikan manfaat sepanjang masa hidupnya. Kesimpulan dari studi lain yang dilakukan oleh Lusardi & Mitchell (2007) mengindikasikan bahwa rumah tangga yang memiliki literasi keuangan yang rendah cenderung tidak merencanakan masa pensiunnya dan memiliki aset yang rendah. (Mengutip dari <https://www.ojk.go.id/>, diakses pada tanggal 21 Oktober 2019).

Secara konseptual, literasi keuangan syariah dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran islam.

2. Pengukuran Literasi Keuangan Syariah

Dalam pengukuran sebuah literasi keuangan syariah, ada beberapa aspek didalamnya yang diadaptasi dalam penelitian Huston (2010), yaitu sebagai berikut:

a. Keuangan Dasar

Didalam literasi keuangan syariah, semua aturan bersumber pada al Qur'an dan sunnah. Selain dari kedua sumber utama tersebut, ada sumber kedua yang dijadikan pedoman yaitu, *ijma'*, *qiyas* dan *ijtihad*. Prinsip dan dasar keuangan islam yaitu larangan adanya riba (bunga), *gharar* dan *maysir*. Kemudian hal lain yang dilarang dalam keuangan syariah yaitu menggunakan dan menangani komoditas tertentu yang dilarang, berbagi keuntungan dan resiko dalam bisnis, zakat dan takaful dalam bisnis tersebut (Antara, 2016).

b. Pinjaman/Kredit

Konsep instrumen keuangan bersifat luas dan luas didalam islam. Mengapa dikatakan luwes? Karena lembaga keuangan islam dapat digunakan untuk berbagai keperluan. Dan dikatakan luas, karena kebutuhan transaksi itu sangat bervariasi seperti apabila seseorang membutuhkan rumah dapat dilakukan dengan jual beli (Murabahah, Istishna dan Musyarakah. Jika penggunaannya hanya untuk hal temporer, maka bisa dilakukan dengan akad ijarah (sewa menyewa).

c. Investasi/Tabungan

Saat ini obligasi islam paling aktif dalam pasar utang islam disebut dengan sukuk. Sukuk yang berarti sertifikat-sertifikat, Islamic Financial Services Board (IFSB) mendefinisikan bahwa sukuk adalah sertifikat-sertifikat yang menggambarkan kepemilikan proporsial pemegangnya atas bagan tidak terbagi dari satu aset pokok dimana pemegangnya memangku semua hak dan kewajiban terkait aset tersebut atau dapat disimpulkan bahwa sukuk merupakan sertifikat yang menggambarkan nilai suatu aset.

Selain dengan investasi, cara untuk menjaga harta adalah dengan menyimpannya atau menabung. Dalam keuangan islam, segala aset/harta yang diserahkan oleh pemilik atau wakil pemilik kepada seseorang untuk menjaga harta tersebut dapat dikatakan wadi'ah. Wadi'ah (titipan) merupakan salah satu akad yang diperbolehkan dalam islam karena dilakukan atas dasar amal.

d. Perlindungan Sumber Daya/Asuransi

Menurut pandangan islam, asuransi konvensional tidak diterima menurut syariah, karena didalamnya terdapat unsur riba, gharar dan maysir. Oleh karena itu, didalam Islam, memiliki asuransi sendiri yang disebut dengan takaful. Takaful berarti garansi gabungan, tanggungjawab bersama, garansi bersama, jaminan kolektif, dan janji timbal balik, sehingga tercermin mengenai bantuan timbal balik diantara para anggota suatu kelompok. Jadi takaful merupakan sebuah sistem dimana para pesertanya menyumbang secara reguler kedalam suatu dana bersama dan berinteraksi bersama-sama, menjamin satu sama lain yaitu dengan memberi kompensasi kepada peserta manapun yang mendapat resiko tertentu.

3. Hubungan Literasi Keuangan Syariah dengan Minat Memilih Produk

Sampai dengan saat ini perkembangan bank syariah dapat dikatakan cukup baik. Dalam kurun waktu empat tahun terakhir, bank syariah mengalami perkembangan yaitu pada tahun 2015 dengan jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 12 bank dengan jumlah kantor 1.990, pada tahun 2016 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor 1.869, pada tahun 2017 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor 1.825, dan pada tahun 2018 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor 1.827.

Dari data diatas menunjukkan bahwa bank syariah terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Namun, sejatinya bank syariah di Indonesia masih berada dalam pertumbuhan, dengan pangsa pasarnya yang masuk kecil yaitu sekitar lima persen. Hal tersebut sangat disayangkan

karena jumlah penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam dan jika potensi tersebut tidak dimanfaatkan. Oleh karena itu, Indonesia tentunya diharapkan mampu membuat sistem perbankan syariah yang cukup baik. Cara yang dapat diambil dalam hal ini yaitu dengan mengembangkan literasi masyarakat terhadap sistem perbankan syariah. Jika banyak orang yang mengetahui sistem perbankan syariah dan manfaatnya, maka akan semakin maju perbankan syariah di Indonesia. Literasi keuangan merupakan pemahaman dari setiap individu atau masyarakat mengenai konsep keuangan dan kepercayaan diri untuk mengelola keuangan dengan membuat keputusan sesuai dengan kondisi ekonomi. Tentunya setiap individu memiliki tingkat literasi keuangan yang berbeda-beda, hal ini lah yang mempengaruhi perilaku ekonomi seseorang tersebut.

Bahwa literasi keuangan mencakup edukasi keuangan dan pengembangan infrastruktur, yang kurang lebih mencakup pengelolaan keuangan, jenis industri jasa keuangan, produk dan layanan jasa keuangan termasuk manfaat, biaya, risiko, hak dan kewajiban nasabah, mekanisme akses produk dan layanan jasa serta informasi lainnya (Hadi Ismanto, 2019, hal 96-97). Orang dengan tingkat literasi yang rendah cenderung akan kesulitan dalam mengelola keuangan dan mengakibatkan terlibat dalam hutang yang melilit. Tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang akan mempengaruhi pengambilan kredit pada lembaga pembiayaan/perbankan. Literasi keuangan mengindikasikan tingkat pemahaman individu terhadap konsep keuangan dan hal itu akan terlihat dari kemampuan mereka menginterpretasikan data keuangan secara akurat (Hadi Ismanto,dkk., 2019, hal 102). Kemudian literasi mengenai lembaga keuangan syariah yang baik juga akan berpengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan produk dari lembaga keuangan syariah. Hal ini akan berpengaruh terhadap minat memilih produk bank syariah.

G. Bank Syariah

1. Pengertian

Masyarakat di negara maju sudah tidak asing dengan kata bank, karena dalam kehidupan sehari-hari mereka tidak lepas dari bank. Berbeda dengan negara berkembang seperti Indonesia, pemahaman tentang bank di negeri ini baru sekilas saja dan masih banyak kesalahpahaman dalam anggapan mereka tentang bank. Sebagian masyarakatnya memahami bank hanya sebagai tempat meminjam dan menyimpan uang saja. Dan bahkan sebagian masyarakat terkadang tidak memahami secara detail apa arti bank yang sesungguhnya (Kasmir, 2014, hal 2).

Era modern dengan kaum milenial membuka pandangan mereka dalam memanfaatkan media dan teknologi yang ada untuk mengelola ekonomi pribadi maupun keluarga (Hadi Ismanto, 2019, hal 1). Selain itu, kemajuan suatu bank dapat dijadikan sebagai tolak ukur kemajuan ekonomi suatu negara.

Dari hal-hal tersebut, timbulah pertanyaan-pertanyaan tentang apa arti sebenarnya dari bank, apa saja kegiatan bank dan bagaimana fungsinya bagi masyarakat? Definisi bank secara umum yang diatur dalam UU Nomor 10 Tahun 1998, bank merupakan lembaga perantara keuangan yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Sedangkan perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, meliputi kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mendefinisikan bank yaitu lembaga perantara keuangan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. (Hadi Ismanto, 2019, hal 2).

Seiring dengan kemajuan dan teknologi bank dibagi menjadi beberapa jenis, salah satunya yaitu Bank Syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga dengan produk dan jasa yang dikembangkannya berlandaskan pada al Qur'an dan Hadits (Muhammad, 2011, hal 15). Menurut UU No 21 Tahun 2018, Bank

syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalin* dan obyek yang haram. Undang-Undang Perbankan Syariah memberi amanat kepada bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkan kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*) (Hadi Ismanto, 2019, hal 8-9).

2. Perkembangan Sistem Bank Syariah

Sejak awal kelahirannya, perbankan syariah dilandasi dengan dua gerakan renaissance Islam modern: neorevivalis dan modernis. Tujuan dari berdirinya lembaga ini adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari aspek kehidupan ekonominya berdasarkan al-Qur'an dan Sunnah. Penerapan sistem profit and sharing awalnya tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940-an yaitu dengan adanya upaya mengelola dana jamaah haji secara nonkonvensional. Rintisan lainnya adalah Islamic Rural Bank di desa Mit Ghamr pada tahun 1963 di Kairo, Mesir. Hingga akhir tahun 1999 tercatat lebih dari dua ratus lembaga keuangan Islam yang beroperasi di seluruh dunia. Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Di awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan, beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan. Diantaranya berdirinya Baitut Tamwil-Salman, Bandung yang sempat tumbuh dan mengesankan. Di Jakarta, juga berdiri Koperasi Ridlo Gusti (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 18-24).

Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor. Kemudian hasil dari lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional MUI dan menghasilkan amanat bahwa

dibentuklah kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam Indonesia. PT Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai hasil kerja Tim perbankan MUI tersebut. Pada awal pendirian Bank Muamalat Indonesia, keberadaan bank syariah belum mendapat perhatian yang optimal. Landasan hukum operasi bank hanya dikategorikan sebagai “*bank dengan sistem bagi hasil*”, tidak terdapat rincian hukum secara detail (M Syafi’i A, 2001, hal 25-26).

Di era reformasi, perkembangan sistem perbankan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 dengan tertera aturan hukum secara rinci serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Dalam undang-undang tersebut memberikan arahan kepada bank-bank konvensional untuk membuka cabang bank syariah atau mengkonversi secara total menjadi bank syariah. Peluang tersebut ternyata disambut baik oleh masyarakat perbankan. Sejumlah bank mulai memberikan pelatihan dalam bidang perbankan syariah bagi para stafnya (Muhammad Syafi’i A, 2001, hal 25-26). Sampai dengan saat ini perkembangan bank syariah dapat dikatakan cukup baik. Dalam kurun waktu empat tahun terakhir, bank syariah mengalami perkembangan yaitu pada tahun 2015 dengan jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 12 bank dengan jumlah kantor 1.990, pada tahun 2016 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor 1.869, pada tahun 2017 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor 1.825, dan pada tahun 2018 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor 1.827. Dari data diatas menunjukkan bahwa bank syariah terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun.

3. Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional

Dalam beberapa hal, bank konvensional dan bank syariah memiliki persamaan, yaitu dalam teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan seperti KTP, NPWP, proposal, laporan keuangan dan lain-lain (Muhammad Syafi’i Antonio, 2001, hal 29).

Dalam bank syariah tidak akan mungkin membiayai usaha yang terkandung dalam hal yang diharamkan. Suatu pembiayaan tidak akan disetujui sebelum dipastikan beberapa hal pokok, diantaranya sebagai berikut (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 33):

- 1) Apakah objek pembiayaan halal atau haram?
- 2) Apakah proyek menimbulkan kemudharatan untuk masyarakat?
- 3) Apakah proyek berkaitan dengan perbuatan mesum/asusila?
- 4) Apakah proyek berkaitan dengan perjudian?
- 5) Apakah usaha itu berkaitan dengan industri senjata yang ilegal atau berorientasi pada pengembangan senjata pembunuh massal?
- 6) Apakah proyek dapat merugikan syiar Islam, baik secara langsung maupun tidak?

Didalam lingkungan kerja, bank syariah selayaknya harus berada di lingkungan yang syariah, seperti karyawan harus bersifat shidiq dan amanah. Sehingga hal tersebut mencerminkan integritas eksekutif muslim yang baik. Perbandingan antara bank syariah dan bank konvensional disajikan dalam tabel berikut: (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 34)

Tabel 3
Perbandingan antara Bank syariah dan Bank konvensional

Bank Islam	Bank Konvensional
1. Melakukan investasi-investasi yang halal saja	1) Investasi yang halal dan haram
2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa.	2) Memakai perangkat bunga.
3. Profit dan falah oriented	3) Profit oriented
4. Huubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	4) Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitor-debitor
5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	5) Tidak terdapat Dewan sejenis

4. Akad dan produk dalam bank syariah

Bank syariah menawarkan kepada nasabah beragam produk perbankan, produk yang ditawarkan tentunya islami termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya (Kasmir, 2014, hal 166-169).

Jenis-jenis akad didalam bank syariah sebagai berikut :

a. Funding (Pendanaan)

1) Wadi'ah (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal, 85), merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Ada dua jenis wadi'ah yaitu wadi'ah yad amanah dan wadi'ah yad dhomanah, keduanya memiliki perbedaan dalam penggunaan dananya. Wadi'ah yad amanah merupakan titipan murni sedangkan yad dhomanah simpanan dari nasabah yang dapat dikelola untuk dimanfaatkan bagi kepentingan masyarakat dan kepentingan negara.

2) Mudharabah (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 137), merupakan akad bentuk kerjasama antara dua pihak dimana pemilik dana (*shohibul maal*) mempercayakan modalnya kepada pengelola (*mudharib*). Dalam akad ini, bank bertindak sebagai pengelola '*mudharib*', sedangkan penabung bertindak sebagai pemilik dana '*shohibul maal*'. Dalam perbankan diaplikasikan pada bentuk produk giro dan tabungan berjangka (tabungan haji, tabungan kurban dan sebagainya).

b. Financing (Pembiayaan)

1) Musyarakah (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 90), merupakan kerjasama antar dua pihak atau lebih melakukan usaha dengan masing-masing pihak memberikan kontribusi dana atau modal dengan kesepakatan bahwa keuntungan dari risiko akan ditanggung bersama. Perbankan mengaplikasikannya dalam produk pembiayaan proyek dan modal ventura.

2) Mudharabah (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 95), merupakan akad kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan

seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang tertera dalam kontrak. Aplikasi dalam perbankan yaitu pembiayaan modal kerja dan investasi khusus.

- 3) Murabahah (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 101) adalah akad jual beli diman didalamnya terjadi kesepakatan antara dua pihak atau lebih dengan penjual memberitahu harga asal barang dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Biasanya dalam perbankan menerapkan akad ini diterapkan pada produk untuk pembelian barang-barang investasi seperti *Letter of credit* (L/C).
- 4) Ijarah (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 117), merupakan akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.
- 5) Salam (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 108) berarti pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari (pesanan) dan harga dibayar pada saat kontrak.
- 6) Istishna (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 113) adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria tertentu yang disepakati bersama.
- 7) Rahn (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 128) adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Dalam perbankan biasanya digunakan sebagai akad pelengkap atau jaminan.
- 8) Qardh (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, hal 131) merupakan pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Biasanya qardh dijadikan sebagai pelengkap saja seperti dana talangan.

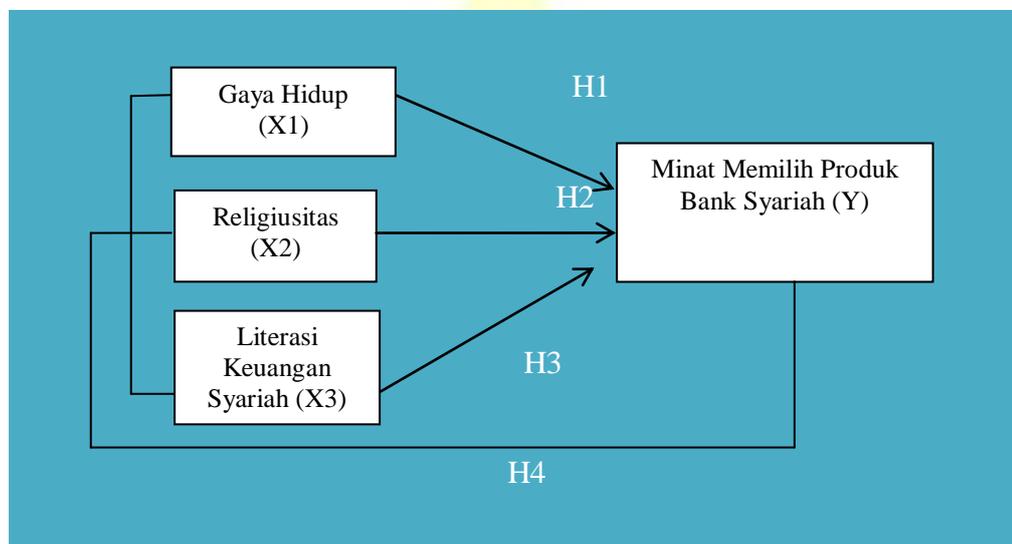
Setiap Bank tentunya memiliki produk yang ditawarkan atau yang disediakan. Berikut merupakan macam-macam produk dari setiap bank syariah.

- 1) BRI Syariah mengaplikasikan akad dalam bank syariah yaitu pada produk (Mengutip dari www.brisyariah.co.id, diakses pada tanggal 12 Mei 2020):
 - a. Funding (Pendanaan), yaitu Tabungan Faedah, Tabungan Faedah Haji, Tabungan Faedah Impian, Simpanan Faedah, Simpanan Pelajar, Giro Faedah, dan Deposito Faedah.
 - b. Financing (Pembiayaan), yaitu Griya Faedah, KPR Sejahtera, Oto Faedah, Pembiayaan Umrah, Purna Faedah, Pra purna Faedah, Multi Faedah, Gadai Faedah, dan Mikro Faedah.
- 2) BNI Syariah, mengaplikasikan akad dalam bank syariah yaitu pada produk (Mengutip dari www.bnisyariah.co.id, diakses pada tanggal 12 Mei 2020):
 - a. Funding (Pendanaan), yaitu (BNI Giro iB Hasanah, BNI Deposito iB Hasanah, BNI Tabungan iB Hasanah), kartu iB Hasanah.
 - b. Financing (Pembiayaan), yaitu konsumen, Mikro, Korporasi, UKM).
- 3) Mandiri Syariah, mengaplikasikan akad dalam bank syariah yaitu pada produk (Mengutip dari www.syariahmandiri.co.id, diakses pada tanggal 12 Mei 2020):
 - a. Funding (Pendanaan), yaitu Tabungan BSM, Tabungan Berencana, Tabungan Simpatik, Tabungan Pensiun BSM, Tabungan Mabrur, BSM Giro, dan BSM Deposito.
 - b. Financing (Pembiayaan), BSM Impian, Pembiayaan Pensiun, Pembiayaan Griya BSM, Pembiayaan OTO bsm, Pembiayaan Gadai Emas, Pembiayaan Cicil Emas, dan Pembiayaan Mikro Umrah.

H. Kerangka Berfikir

Menurut Uma Sekaran (1992), bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2010, hal 88). Berdasarkan pada analisa dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2
Kerangka Berfikir



I. Rumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, rumusan masalah disusun dalam bentuk pertanyaan. Bahwa dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum didasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah (Sugiyono, 2010, hal 93). Hipotesis juga dikatakan sebagai pernyataan tentatif tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih (Wiratna Sujarwen, 2019, hal 68).

Hipotesis dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori dan kerangka pikir yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dapat disusun sebagai berikut:

1. H_0 : Terdapat pengaruh gaya hidup mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto secara parsial terhadap minat memilih produk bank syariah
 H_1 : Tidak terdapat pengaruh gaya hidup mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto secara parsial terhadap minat memilih produk bank syariah
2. H_0 : Terdapat pengaruh religiusitas mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto secara parsial terhadap minat memilih produk bank syariah
 H_1 : Tidak terdapat pengaruh religiusitas mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto secara parsial terhadap minat memilih produk bank syariah
3. H_0 : Terdapat pengaruh literasi keuangan syariah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto secara parsial terhadap minat memilih produk bank syariah
 H_1 : Tidak terdapat pengaruh literasi keuangan syariah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto secara parsial terhadap minat memilih produk bank syariah
4. H_0 : Terdapat pengaruh gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto secara simultan terhadap minat memilih produk bank syariah
 H_1 : Tidak terdapat pengaruh gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto secara simultan terhadap minat memilih produk bank syariah

J. Landasan Teologis

Memilih suatu barang adalah hak dari setiap individu maupun kelompok. Karena pada hakikatnya masing-masing individu mempunyai kebutuhan dan kebutuhan tersebut berbeda-beda. Dalam bank syariah produk yang ditawarkan sangatlah bervariasi, salah satunya adalah produk tabungan. Menabung merupakan tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam al Qur'an terdapat ayat yang menjelaskan mengenai perintah kepada kaum muslim untuk menyiapkan hari esok agar lebih baik. Diantara ayat-ayat yang menjelaskan perintah untuk mempersiapkan hari esok/menabung, pentingnya literasi dan mengenai larangan riba antara lain:

1. Surat Yusuf ayat 47 dan 48

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ

(47) Artinya: “Dia (Yusuf) berkata, “Agar kamu bercocok tanam tujuh tahun (berturut-turut) sebagaimana biasa; kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan di tangkainya kecuali sedikit untuk kamu makan.

ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ

(48) Artinya: “Kemudian setelah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan”.

2. Pentingnya literasi (membaca) ternyata sudah diperintahkan oleh Allah melalui firmanNya dalam QS Al Mujadalah ayat 11

لَكُمْ اللَّهُ يَفْسَحُ فَأَفْسَحُوا الْمَجْلِسَ فِي تَفْسَحُوا لَكُمْ قِيلَ إِذَا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
 الْعِلْمَ أَوْتُوا وَالَّذِينَ مِنْكُمْ ءَامَنُوا الَّذِينَ اللَّهُ يَرْفَعُ فَاَنْشُرُوا أَنْشُرُوا قِيلَ وَإِذَا
 حَبِيرٍ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ ۖ دَرَجَاتٍ

Artinya:”Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

3. Allah melarang hambaNya untuk memakan riba atau yang berkenaan dengan riba karena haram, firman Allah Swt dalam QS An Nisa: 61

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ تَعَالَوْا إِلَىٰ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَإِلَىٰ الرَّسُولِ رَأَيْتَ الْمُنَافِقِينَ يَصُدُّونَ عَنْكَ
 صُدُودًا

Artinya:”Apabila dikatakan kepada mereka: "Marilah kamu (tunduk) ul", kepada hukum yang Allah telah turunkan dan kepada hukum Ras orang munafik menghalangi (manusia) dengan -niscaya kamu lihat orang kuatnya dari (mendekati) kamu-sekuat” .

Bahwa Allah Swt memerintahkan hambaNya untuk tunduk terhadap hukumNya dan hukum Rasul. Riba adalah hal yang sangat dilarang oleh Allah karena hukumnya haram dan Allah juga melarang keras hamba-Nya untuk mendekati riba atau memakan hasil riba.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan pengukuran (Kasiram, 2008: 46). Penelitian yang menggunakan data angka dengan berbagai klasifikasi dalam bentuk presentase, nilai rata-rata, dan sebagainya yang diolah secara matematis dengan rumus-rumus statistik.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di Kampus IAIN Purwokerto khususnya untuk mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Islam. Waktu penelitian pada bulan Juni-Juli 2020.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010, hal 115). Penelitian ini populasinya adalah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto angkatan tahun 2016 - 2018, berdasarkan data yang diperoleh dari Kasubag Kemahasiswaan IAIN Purwokerto jumlah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto angkatan tahun 2016- 2018 adalah 462 orang. Populasi ini diambil berdasarkan status mahasiswa aktif dan kurikulum dengan indikator keuangan dalam penelitian.

2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Wiratna Sujarwen, 2019, hal 81).

Bila populasi berskala besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat mengambil sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2010, hal 116). Adapun teknik untuk menentukan jumlah sampel yaitu dengan *Rumus Slovin*, dengan tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%, adapun rumusnya sebagai berikut (Wiratna Sujarwen, 2019, hal 82):

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = Populasi

d = tingkat kesalahan/ eror

Dari 462 Mahasiswa sesuai dengan sesuai perhitungan dan dalam perhitungan ini tingkat kesalahannya adalah 10% maka jumlah sampel yang akan diambil sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{462}{462 \cdot 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{462}{4,62 + 1} = \frac{462}{5,62}$$

$$n = 82,2 = 82$$

Pengambilan sampel menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* dimana tehnik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota /unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2010, hal 118). Masing-masing strata diambil jumlah sampelnya sebagai berikut:

$$\text{Angkatan Tahun 2016} = \frac{(127 \times 82)}{462} = 22,54$$

$$\text{Angkatan Tahun 2017} = \frac{(155 \times 82)}{462} = 27,51$$

$$\text{Angkatan Tahun 2018} = \frac{(180 \times 82)}{462} = 31,94$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dibulatkan menjadi:

$$\text{Angkatan Tahun 2016} = 23$$

$$\text{Angkatan Tahun 2017} = 27$$

$$\text{Angkatan Tahun 2018} = 32$$

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian yang akan digunakan ada dua yaitu :

1. Variabel Independent (X)

Variabel independent sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independent (X), antara lain :

a. Gaya Hidup (X1)

Merupakan suatu gambaran cara hidup yang ditunjukkan dengan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang dipikirkan tentang dirinya sendiri sehingga hal itu membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan. Variabel ini akan menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi.

b. Religiusitas (X2)

Variabel ini akan menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi karena dalam penelitian yang dilakukan oleh Julia Sri Ningsih semakin tingkat religiusitas seseorang, maka semakin berhati-hati dalam memilih produk.

c. Literasi Keuangan Syariah (X3)

Menurut beberapa pakar literatur mengungkapkan bahwa literasi keuangan dapat diartikan melek keuangan. Artinya bahwa apabila literatur keuangan seseorang itu baik maka akan berdampak baik dalam memanager keuangan begitupun sebaliknya. Kemudian literasi keuangan syariah ini sangat berpengaruh dalam penelitian ini yang selanjutnya menjadi variabel independent dalam penelitian ini.

2. Variabel Dependent (Y)

Variabel dependent sering disebut sebagai variabel output, kriteria, terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Ananta Wikrama T A, dkk,

2014: 39). Minat memilih produk bank syariah menjadi variabel dependent dalam penelitian ini.

Tabel 4
Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Konsep	Indikator
1.	Gaya Hidup (X1)	Dalam penelitian Silvy L Mandey (2009), indikator penilaian gaya hidup seorang berdasarkan pada aktivitas dan opini.	a. Bekerja b. Hobi c. Peristiwa sosial d. Olahraga e. Anggota klub f. Berbelanja g. Pergi berlibur h. Hiburan i. Komunitas
			a. Produk bermerk b. Produk bervariasi c. Harga produk yang bersaing
2.	Religiusitas (X2)	Menurut Glock dan Stark (dalam Jalaludin 2004,) ada tiga dimensi dalam religiusitas, yaitu keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama dan konsekuensi.	a. Keyakinan b. Praktik agama c. Pengetahuan agama d. Konsekuensi
3.	Literasi Keuangan Syariah (X3)	Menurut Atkinson and Messy (2011), aspek pengukuran literasi keuangan diantaranya, pengetahuan, tingkat pemahaman keuangan, keilmuan tentang keuangan, dan keterampilan untuk menerapkan.	a. Pengetahuan b. Tingkat pemahaman keuangan c. Keilmuan keuangan d. Penerapan keilmuan keuangan
4.	Minat memilih produk bank syariah(Y)	Menurut Kotler dan Keller (2009), proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap, yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif keputusan	a. Apakah kalian sudah bisa mengenal kebutuhan kalian? b. Jika ada penawaran suatu produk, apakah kalian mencari informasi produk

		pembelian dan perilaku paska pembelian	tersebut? c. Apakah kalian mudah dalam mengambil keputusan menggunakan produk atau membelinya? d. Jika kalian menggunakan atau membeli produk yang sudah ditawarkan, apakah ada perubahan setelah itu?
--	--	--	--

E. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh dari responden secara langsung melalui kuesioner, kelompok fokus dan fanel atau melalui wawancara peneliti dengan narasumber dengan data yang diperoleh ini harus diolah lagi. Sumber data ini adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (peneliti). Data primer dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner.

2. Data sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik atau yang biasa disebut data kedua. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu buku-buku, jurnal penelitian dan web resmi dari lembaga keuangan seperti www.ojk.co.id.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian (Wiratna Sujarweni, 2019, hal 93). Kemudian dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

kepada para responden untuk dijawab (Wiratna Sujarweni, 2019, hal 94). Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui kuesioner/angket. Dimana kuesioner ini berisi pertanyaan yang diajukan kepada responden dan hasilnya akan menunjukkan pengaruh dari tiga variabel tersebut.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan dokumen yang sudah berlalu, dokumen dapat berbentuk gambar, lisan atau karya-karya. Hasil dokumentasi ini akan mendukung penelitian ini agar lebih akurat.

G. Analisis Data Penelitian

Analisis data merupakan upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Wiratna Sujarweni, 2019, hal 121). Analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi berganda.

Analisis ini melihat Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah. Analisis data meliputi:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi uji validitas akan mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas ini membandingkan nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Apabila besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing-masing variabel melebihi nilai signifikansi, maka pertanyaan tersebut tidak valid. Nilai signifikansi harus lebih kecil dari 0,05, maka item pertanyaan dapat dikatakan valid atau dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai korelatif) dengan r tabelnya. Dalam hal ini, apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel dan nilai r positif signifikan, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Dasar pengambilan

keputusan adalah dengan cara membandingkan koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk degree of freedom (df)= N-2, kemudian dalam hal ini (N) adalah jumlah sampel (Imam Ghozali, 2018, hal 51).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak. Jika jawaban acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel dan dalam penelitian ini menggunakan SPSS, dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > r tabel (Imam Ghozali, 2018, hal 45 - 46).

3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2010, hal 206). Statistik ini memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai mean, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Imam Ghozali, 2018, hal 19). Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai sampel penelitian.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Imam Ghozali, 2018, hal 161). Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik

non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis (Imam Ghazali, 2018, hal 166):

- 1) H_0 : data residual berdistribusi normal
- 2) H_a : data residual berdistribusi tidak normal

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S, adalah (Mengutip dari www.spssindonesia.com, diakses pada tanggal 27 Juli 2020):

- 1) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel-variabel independen karena jika terjadi korelasi maka variabel-variabel ini ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Pada umumnya nilai cutoff yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance kurang dari/sama dengan 0.10 atau sama dengan nilai VIF yaitu lebih dari/sama dengan 10 (Imam Ghazali, 2018, hal 107-108).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang

homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghazali, 2018, hal 137). Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai signifikansinya diatas 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas (homokedastisitas) dan sebaliknya apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2010, hal 277). Dapat dikatakan bahwa analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresinya yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y = variabel terikat (minat mahasiswa memilih produk bank syariah)

X_1 = variabel bebas (Gaya hidup)

X_2 = variabel bebas (Religiusitas)

X_3 = Variabel bebas (Literasi Keuangan Syariah)

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi 1

β_2 = koefisien regresi 2

β_3 = koefisien regresi 3

e = tingkat eror

6. Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat (Wiratna Sujarweni, 2019, hal 68). Uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam uji hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan uji signifikan dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

a. Uji Statistik t

Uji t atau uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel independen (Suliyanto, 2011, hal 55). Proses pengujian uji t adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis 0 dan hipotesis alternatif

$H_0 : b_1 = 0$

Tidak ada pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

$H_a ; b_1 \neq 0$

Ada pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha =$ konstanta)

3) Menentukan t hitung dan t tabel

- t hitung dapat dilihat pada tabel *Coefficient*
- t tabel = ($\alpha/2, N - K - 1$), (α adalah constanta yaitu 0,05), (N adalah jumlah sampel dan K adalah jumlah variabel)

4) Pengambilan keputusan

$H_0 =$ diterima jika t hitung < t tabel, yang artinya tidak ada pengaruh variabel (X) secara parsial terhadap variabel (Y)

$H_0 =$ ditolak jika t hitung > t tabel, yang artinya bahwa terdapat pengaruh variabel (X) secara parsial terhadap variabel (Y)

b. Uji Statistik F

Uji F menguji apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Pada dasarnya uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Suliyanto, 2011, hal 55).

Prosedur dalam pengujian uji F adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis 0 dan hipotesis alternati

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

$$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$$

Ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha =$ konstanta)

3) Mencari F_{hitung} dan F_{tabel}

- F_{hitung} dapat dilihat pada tabel ANOVA
- F_{tabel} dapat dicari pada tabel signifikansi 0,05, $F_{tabel}(K; N - K)$, (K adalah jumlah variabel bebas), (N adalah jumlah sampel)

4) Pengambilan keputusan

$H_0 =$ diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

$H_0 =$ ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Imam Ghazali, 20118, hal 97).

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas yang dimiliki oleh IAIN Purwokerto, disamping Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kependidikan, Fakultas Syariah, Fakultas Dakwah dan Fakultas Ushuludin dan Adab Humaniora. Hal ini terjadi setelah proses transformasi STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto ditandai dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 139 Tahun 2014 tanggal 17 Oktober 2014, kemudian seremonial peresmian transformasi institusi tanggal 19 Desember 2014 diresmikan oleh Presiden Jokowi di Istana Negeri Jakarta, dilanjutkan dengan Launching IAIN Purwokerto yang dihadiri oleh Menteri Agama Republik Indonesia H. Lukman Hakim Saifuddin pada tanggal 26 Mei 2015 dibuktikan dengan pendatanganan prasasti peresmian gedung rektorat IAIN Purwokerto sebagai lambang pusat tata kelola institusi. Pada proses transformasi ini IAIN Purwokerto terdapat lima fakultas penyangga institusi yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kependidikan, Fakultas Syariah dan Hukum Islam, Fakultas Dakwah dan Fakultas Ushuludin dan Adab Humaniora.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah untuk strata satu dan program Manajemen Perbankan Syariah merupakan program Diploma tiga dan Manajemen Zakat dan Wakaf. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tanggungjawab untuk menerjemahkan ilmu keislaman dan sosial pada tatanan praktis (humanisasi ilmu-ilmu Keislaman). Hal ini mendorong Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membenahi *soft skill* mahasiswanya dengan melakukan sistematis praktis dan integralistis melalui penguasaan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritis dan praktis. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontribusi

pemikiran serta mampu memberikan *problem solving* pada permasalahan ekonomi, sosial, dan kemasyarakatan.

Pendirian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tidak dapat dilepaskan dari pesatnya pertumbuhan sektor ekonomi yang berbasis syariah seperti perbankan syariah, asuransi syariah (*takaful*), lembaga keuangan mikro syariah, perhotelan, dan bisnis lainnya yang ditargetkan mencapai *market share* lima persen membuat pengembangan pendidikan Ekonomi Islam harus selaras dengan kebutuhan masyarakat. Target tersebut harus didukung pula oleh Sumber Daya Manusia yang berkualitas, sehingga diperlukan banyak penambahan SDM baru.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membuat ajang *intellectual exercise* dan berusaha berkontribusi terhadap ilmu pengetahuan yang bisa diakses secara luas oleh masyarakat dengan menerbitkan jurnal El-Jizya yang memfokuskan kajian pada bidang ekonomi syariah dan perbankan syariah. Lahirnya jurnal tersebut, diharapkan menjadi eksplorasi bagi sivitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto sehingga keunggulan intelektual mampu menjadi *agent of change*.

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Visi: Unggul, mandiri, dan Berbudi Luhur

Misi:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam yang unggul, profesional dan pelayanan prima, Menjadikan riset center dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam
- 2) Menyelenggarakan Pengabdian pada masyarakat melalui program kemitraan dan kerjasama,
- 3) Mencetak lulusan yang mandiri dengan bekal ilmu pengetahuan, *hard skill* dan *soft skill*,
- 4) Menghasilkan sarjana yang berintegritas dan Islami.

3. Jurusan Perbankan Syariah

Visi

“Pada tahun 2030 terwujudnya pusat pengembangan keilmuan dan keahlian Perbankan Syariah yang berkulaitas, profesional dan mampu bersaing menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN yang berbasis pada sikap yang berbudi luhur”.

Misi

Guna mewujudkan visi diatas, Program Studi Perbankan Syariah memiliki misi sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan Pendidikan akademik perbankan syariah melalui tahap pendidikan akademik dan profesi secara komprehensif dengan penekanan pada sikap yang berbudi luhur,
- 2) Mengembangkan sistem pengelolaan program studi perbankan syariah dengan baik dan profesional,
- 3) Menyelenggarakan dan mengembangkan penelitian pada bidang Perbankan Syariah secara berkelanjutan.
- 4) Membina dan mengembangkan jaringan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait di dalam maupun luar negeri.

Tujuan

- a) Menghasilkan lulusan yang bertakwa, berbudi luhur, berkualitas, profesional dan memiliki jiwa entrepreneurship yang sensitif terhadap kebutuhan masyarakat,
- b) Mampu menerapkan pengetahuan dan keahlian manajemen perbankan syariah dalam pelayanan aktivitas transaksi bisnis dan keuangan di lembaga perbankan syariah secara profesional,
- c) Menghasilkan karya-karya ilmiah yang berkualitas melalui fungsi penelitian dan pengabdian kepada masyarakat,
- d) Mampu membentuk kelompok/komunitas di masyarakat yang akan menjadi model dalam pembangunan lembaga keuangan syariah di Purwokerto.

- e) Membina dan mengembangkan kehidupan masyarakat akademik yang didukung oleh budaya ilmiah dan suasana akademik yang menunjukkan tinggi kebenaran, obyektivitas, terbuka, jujur, kritis, kreatif, inovatif dan tanggap terhadap perubahan dan perkembangan ilmu dan teknologi perbankan syariah,
- f) Meningkatkan kinerja yang profesional dengan memantapkan pelaksanaan sistem pengelolaan kelembagaan yang efektif dan efisien,
- g) Memupuk dan menjalin jaringan kerjasama yang saling menguntungkan dengan lembaga bisnis dan keuangan syariah atau konvensional, baik dalam maupun luar negeri.

Lulusan prodi Perbankan Syariah disiapkan menjadi:

- 1) Praktisi di lembaga-lembaga keuangan Syariah, baik dalam kategori bank maupun non bank,
- 2) Manajerial Lembaga Keuangan Syariah (bank dan non bank)
- 3) Akademisi Lembaga Keuangan Syariah (bank dan non bank)
- 4) Peneliti di bidang Lembaga Keuangan Syariah (bank dan non bank)
- 5) Dewan Pengawas Lembaga Keuangan Syariah

B. Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dengan metode kuesioner penelitian yang dibagikan kepada 82 responden mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto secara online dalam bentuk google formulir yang dilakukan pada tanggal 26 Juni - 05 Juli 2020, maka dapat diambil karakteristik responden seperti tahun angkatan dan jenis kelamin.

Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

1. Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan tahun angkatan

Tabel 5
Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan tahun angkatan

No	Tahun Angkatan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Tahun 2016	23	28,1%
2.	Tahun 2017	27	32,9%
3.	Tahun 2018	32	39,0%
Jumlah		82	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan yaitu pada angkatan 2016 sebanyak 23 orang dengan presentase 28,1%, angkatan 2017 sebanyak 27 orang dengan presentase 32,9% dan angkatan tahun 2018 sebanyak 33 orang dengan presentase 39,0%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak yaitu pada angkatan tahun 2018.

2. Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 6
Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	18	22%
2.	Perempuan	64	78%
Jumlah		82	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel data diatas, dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang dengan presentase 22% dan jumlah responden berjenis kelamin perempuan

sebanyak 64 dengan presentase 78%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan pada penelitian ini lebih banyak dibandingkan jumlah responden laki-laki.

3. Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan status nasabah bank syariah/bukan

Tabel 7
Frekuensi Responden berdasarkan status nasabah bank syariah/bukan

No	Status	Jumlah	Presentase (100%)
1.	Nasabah	46	56,1%
2.	Bukan	36	43,9%
Jumlah		82	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel data diatas, dapat diketahui bahwa responden yang berstatus sebagai nasabah sebanyak 46 orang dengan presentase 56,1% dan jumlah responden yang berstatus bukan nasabah sebanyak 36 orang dengan presentase 43,9%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang berstatus sebagai nasabah lebih banyak dibandingkan jumlah responden bukan nasabah.

IAIN PURWOKERTO

C. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif dari jawaban responden melalui kuesioner dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 8
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	82	1	4	2.82	.650
X1.2	82	2	4	2.95	.442
X1.3	82	2	4	3.05	.348
Total_X1	82	7	12	8.82	1.056
X2.1	82	2	4	3.05	.442
X2.2	82	2	4	3.10	.372
X2.3	82	1	4	2.91	.592
X2.4	82	1	4	2.39	.750
Total_X2	82	8	16	11.45	1.611
X3.1	82	2	4	3.17	.466
X3.2	82	2	4	3.10	.404
X3.3	82	2	4	3.13	.409
X3.4	82	2	4	2.94	.454
X3.5	82	2	4	2.98	.471
Total_X3	82	13	20	15.32	1.404
Y.1	82	2	4	3.10	.433
Y.2	82	2	4	3.12	.397
Y.3	82	2	4	3.06	.529
Y.4	82	1	4	2.52	.633
Total_Y	82	10	16	11.80	1.300
Valid N (listwise)	82				

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata tertinggi terdapat pada indikator X3.1 dengan nilai sebesar 3,17, hal ini menunjukkan bahwa responden sebelum membeli atau menggunakan suatu produk terlebih dahulu membaca informasinya. Kemudian indikator terendah adalah X2.4 dengan nilai sebesar 2,39 yaitu pernyataan Jika saya tetap memakai produk bank yang mengandung riba (konvensional) maka saya akan menanggung dosa. Hal tersebut berarti bahwa masih banyak responden yang belum memperhatikan haramnya riba.

a. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup (X1)

Tabel 9
Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup (X1)

No	Pertanyaan	Skala Nilai				Total	Rata-rata
		1	2	3	4		
1	Dengan menggunakan atm, saya tidak perlu membawa uang banyak ketika berbelanja ataupun pergi kemana-mana	3	17	54	8	82	2.82
		3,7%	20,7%	65,9%	9,8%	100%	
2	Produk yang ditawarkan oleh bank syariah bervariasi sesuai dengan kebutuhan saya	0	10	66	6	82	2.95
		0%	12,2%	80,5%	7,2%	100%	
3	Produk yang ditawarkan oleh bank syariah adalah produk yang berkualitas	0	3	72	7	82	3.05
		0%	3,7%	87,5%	8,5%	100%	
							2,94

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari tabel data diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 82 responden terhadap variabel gaya hidup:

- 1) Item pernyataan 1 untuk variabel gaya hidup menunjukkan 62 responden 75,7% setuju bahwa dengan menggunakan atm tidak perlu membawa uang banyak ketiga bepergian.
- 2) Item pernyataan 2 untuk variabel gaya hidup menunjukkan 72 responden 87,7% setuju bahwa produk yang ditawarkan oleh bank syariah sesuai dengan kebutuhan responden.
- 3) Item pernyataan 3 untuk variabel gaya hidup menunjukkan sebanyak 79 responden 96% setuju bahwa produk yang ditawarkan oleh bank syariah berkualitas.

Berdasarkan hasil data diatas, maka dapat diketahui bahwa indikator pernyataan dengan jumlah presentase terbesar adalah pada item 3 sebesar 96% yang menyatakan bahwa produk yang ditawarkan oleh bank syariah berkualitas.

b. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Religiusitas (X2)

Tabel 10
Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Religiusitas (X2)

No	Pertanyaan	Skala Nilai				Total	Rata-rata
		1	2	3	4		
1	Dengan menggunakan produk dari bank syariah, artinya saya memilih sesuai dengan landasan syariah Islam	0	6	66	10	82	3,05
		0%	7,3%	80,5%	12,2%	100%	
2	Dengan menggunakan produk dari bank syariah maka saya menghindari haramnya riba	0	2	70	10	82	3,10
		0%	2,4%	85,4%	12,2%	100%	
3	Saya melaksanakan perintahnya dan	1	15	56	10	82	2,91
		1,2%	18,3%	68,3%	12,2%	100%	

	menjauhi laranganNya dengan menjauhi riba (bank konvensional) dengan memilih sistem bagi hasil (bank syariah)						
4	Jika saya tetap memakai produk bank yang mengandung riba (konvensional) maka saya akan menanggung dosa	5 6,1%	48 58,5%	21 25,6%	8 9,8%	82 100%	2,39
							2,86

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari tabel data diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 82 responden terhadap variabel religiusitas:

- 1) Item pernyataan 1 untuk variabel religiusitas menunjukkan bahwa 76 responden 92,7% setuju bahwa bank syariah sesuai dengan landasan syariah.
- 2) Item pertanyaan 2 untuk variabel religiusitas menunjukkan bahwa 80 responden 97,6% setuju dengan menggunakan bank syariah adalah salah satu cara menghindari haramnya riba.
- 3) Item pernyataan 3 untuk variabel religiusitas menunjukkan bahwa 66 responden 80,5% setuju bahwa melaksanakan perintahnya dan menjauhi laranganNya dengan menjauhi riba (bank konvensional) dengan memilih sistem bagi hasil (bank syariah).
- 4) Item pernyataan 4 untuk variabel religiusitas menunjukkan bahwa 29 responden 35,4% tetap memakai produk bank yang mengandung riba (konvensional) maka saya akan menanggung dosa.

Berdasarkan hasil data diatas, maka dapat diketahui bahwa indikator pernyataan dengan jumlah presentase terbesar adalah pada item 2 sebesar 97,2% yang menyatakan bahwa responden setuju dengan menggunakan bank syariah adalah salah satu cara menghindari haramnya riba dan item 1 sebesar 92,7% responden setuju bahwa bank syariah sesuai dengan landasan syariah.

c. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah (X3)

Tabel 11
Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah (X3)

No	Pertanyaan	Skala Nilai				Total	Rata-rata
		1	2	3	4		
1	Sebelum membeli atau menggunakan suatu produk terlebih dahulu saya membaca informasinya	0	3	62	17	82	3,17
		0%	3,7%	75,6%	20,7%	100%	
2	Saya memperhatikan dan mempelajari materi keuangan karena penting untuk kehidupan saya sendiri	0	3	68	11	82	3,10
		0%	3,7%	82,9%	13,4%	100%	
3	Saya mengikuti mata kuliah tentang ekonomi islam sesuai dengan kurikulum	0	2	67	13	82	3,13
		0%	2,4%	81,7%	15,9%	100%	
4	Setelah saya mendapat mata kuliah keuangan dari kampus, saya menerapkannya di kehidupan sehari-hari	0	11	65	6	82	2,94
		0%	13,4%	79,3%	7,3%	100%	
5	Setelah mempelajari tentang keuangan, saya lebih memahami dan lebih bisa dalam mengelola keuangan	0	10	64	8	82	2,98
		0%	12,2%	78%	9,8%	100%	
							3,06

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari tabel data diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 82 responden terhadap variabel literasi keuangan syariah:

- 1) Item pernyataan 1 untuk variabel literasi keuangan syariah menunjukkan bahwa 79 responden 96,3% setuju jika sebelum membeli atau menggunakan suatu produk terlebih dahulu membaca informasinya.
- 2) Item pernyataan 2 untuk variabel literasi keuangan syariah menunjukkan bahwa 79 responden 96,3% memperhatikan dan mempelajari materi keuangan karena penting untuk kehidupan.
- 3) Item pernyataan 3 untuk variabel literasi keuangan syariah menunjukkan 80 responden 97,6% mengikuti mata kuliah tentang ekonomi islam sesuai dengan kurikulum.
- 4) Item pernyataan 4 untuk variabel literasi keuangan syariah menunjukkan 71 responden 86,6% bahwa setelah mendapat matakuliah keuangan dari kampus, responden menerapkannya dikehidupan sehari-hari.
- 5) Item pernyataan 4 untuk variabel literasi keuangan syariah menunjukkan 72 responden 87,8% bahwa setelah mempelajari tentang keuangan, responden lebih memahami dan lebih bisa dalam mengelola keuangan.

Berdasarkan hasil data diatas, maka dapat diketahui bahwa indikator pernyataan dengan jumlah presentase terbesar adalah pada item 3 sebesar 97,6% bahwa responden mengikuti mata kuliah tentang ekonomi islam sesuai dengan kurikulum.

d. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Minat
Memilih Produk Bank Syariah (Y)

Tabel 12
Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Minat
Memilih Produk Bank Syariah (Y)

No	Pertanyaan	Skala Nilai				Total	Rata-rata
		1	2	3	4		
1	Saya lebih mementingkan kebutuhan daripada keinginan	0	4	66	12	82	3,10
		0%	4,9%	80,5%	14,6%		
2	Jika saya tertarik dengan produk bank syariah saya mencari informasi terlebih dahulu	0	2	68	12	82	3,12
		0%	2,4%	82,9%	14,6%		
3	Sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan produk bank syariah, terlebih dahulu saya memikirkannya dengan baik	0	9	59	14	82	3,06
		0%	11%	72%	17,1%		
4	Setelah saya menggunakan produk dari bank syariah, saya merasakan ada perubahan dibanding saya menggunakan produk dari bank konvensional	2	39	37	4	82	2,52
		2,4%	47,6%	45,1%	4,9%		
							2,95

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari tabel data diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 82 responden terhadap variabel minat memilih produk:

- 1) Item pernyataan 1 untuk variabel minat memilih produk menunjukkan 78 responden 95,1% lebih mementingkan kebutuhan daripada keinginan.

- 2) Item pernyataan 1 untuk variabel minat memilih produk menunjukkan 79 responden 96,3% jika tertarik dengan produk bank syariah saya mencari informasi terlebih dahulu.
- 3) Item pernyataan 1 untuk variabel minat memilih produk menunjukkan 73 responden 89,1% sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan produk bank syariah, terlebih dahulu memikirkannya dengan baik.
- 4) Item pernyataan 1 untuk variabel minat memilih produk menunjukkan 41 responden 50% setelah menggunakan produk dari bank syariah, responden merasakan ada perubahan dibanding menggunakan produk dari bank konvensional.

Berdasarkan hasil data diatas, maka dapat diketahui bahwa indikator pernyataan dengan jumlah presentase terbesar adalah pada item 2 sebesar 96,3% responden setuju jika tertarik dengan produk bank syariah saya mencari informasi terlebih dahulu dan item 1 sebesar 95,1% responden setuju untuk lebih mementingkan kebutuhan daripada keinginan.

2. Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghazali, 2018, hal 51).

Dalam pengujian validitas ini, yang menjadi dasar pengambilan keputusan adalah dengan cara membandingkan koefisien korelasi r hitung dengan r_{tabel} . Untuk degree of freedom (df) = $N-2$, kemudian dalam hal ini (N) adalah jumlah sampel (Imam Ghazali, 2018, hal 51). Maka satu indikator dapat dinyatakan valid jika, $df = N-2$, $df = 82-2 = 80$ dengan tingkat signifikan (α) = 0,05, maka pada df ke-80 didapat nilai r tabel = 0,2172. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilainya positif maka instrumen pernyataan tersebut dapat dikatakan valid.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Dibawah ini merupakan olahan SPSS versi 25 uji validitas instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 13
Hasil Uji Validitas

Variabel	No item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	1	0,780	0,2172	Valid
	2	0,722	0,2172	Valid
	3	0,697	0,2172	Valid
Religiusitas (X2)	1	0,541	0,2172	Valid
	2	0,708	0,2172	Valid
	3	0,804	0,2172	Valid
	4	0,844	0,2172	Valid
Literasi Keuangan Syariah (X3)	1	0,652	0,2172	Valid
	2	0,554	0,2172	Valid
	3	0,635	0,2172	Valid
	4	0,650	0,2172	Valid
	5	0,684	0,2172	Valid
Minat Memilih Produk (Y)	1	0,560	0,2172	Valid
	2	0,620	0,2172	Valid
	3	0,717	0,2172	Valid
	4	0,681	0,2172	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan uji validitas masing-masing item pernyataan mempunyai rhitung yang lebih besar daripada rtabel ($r_{hitung} > 0,2172$), dari hasil tersebut bahwa data pada variabel gaya hidup (X1), religiusitas (X2), lieterasi keuangan syariah (X3), dan minat memilih produk (Y) dinyatakan valid, maka kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

3. Hasil Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi dari alat ukur yang digunakan atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan. Untuk menguji keadaan (reliabel) suatu pernyataan dengan menggunakan tehnik uji *Cronbrach Alpha* (α) untuk tiab variabel penelitian melalui program SPSS, dengan derajat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$), dan $df = N-2$, maka kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika nilai hitung $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan reliabel
- b. Jika nilai hitung $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan tidak reliabel

Hasil uji realibilitas instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 14
Hail Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai hitung <i>Alpha Combrach</i>	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Gaya Hidup	0,505	0,217	Reliabel
Religiusitas	0,693	0,217	Reliabel
Literasi Keuangan Syariah	0,632	0,217	Reliabel
Minat memilih produk	0,523	0,217	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari hasil pengujian reliabilitas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa semua item gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan syariah dan minat memilih produk dinyatakan reliabel. Karena berdasarkan keterangan masing-masing variabel nilai $r_{alpha} >$ lebih besar dari nilai r_{tabel} ($r_{alpha} > 0,217$) sehingga seluruh atribut penelitian dinyatakan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Untuk memenuhi syarat yang ditentukan sebelum uji hipotesis melalui uji t dan uji F maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu normalitas, multikolienaritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi agar estimasi yang dihasilkan baik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas diuji untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidka valid untuk jumlah sampel kecil (Imam Ghozali, 2018, hal 161). Dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan uji statistik non-parametris Kolmogorov- Smirnov (K-S) atau dalam SPSS disebut 1-Sample K-S. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis (Imam Ghozali, 2018, hal 165):

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual berdistribusi tidak normal

Tabel 15
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97878762
Most Extreme Differences	Absolute	.138
	Positive	.138
	Negative	-.059
Test Statistic		.138
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c

Tabel 16
Hasil Uji Normalitas
One-Sample K-S Monte Carlo

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97878762
Most Extreme Differences	Absolute	.138
	Positive	.138
	Negative	-.059
Test Statistic		.138
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.083 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.076
		Upper Bound	.090

a. Test distribution is Normal.

Sumber: *Output Spss versi 25*

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji non-parametris Kolomogrov Smirnov didapatkan nilai signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,001 dimana hasil tersebut tidak normal karena lebih rendah dari nilai signifikansi 0,05. Namun dari hasil tersebut dapat diatasi dengan menggunakan metode monte carlo dan didapatkan hasil signifikansi sebesar 0,083 yang lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Kemudian dari hasil pengujian normalitas ini terdapat keterangan dibawah gambar yang menunjukkan bahwa distribusi ini normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes pada penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolienaritas

Uji multikolienaritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam penelitian ini pengujian multikolienaritas dengan melihat nilai tolerance dan lawannya yaitu Variance Infitation Factor (VIF). Cara mendeteksi pada pengujian ini adalah dengan melihat nilai VIF, jika tidak lebih dari 10 maka tingkat kolonieritas dapat ditoleransi. dan apabila nilai tolerance 0,1 dan $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolienaritas. Sebaliknya apabila nilai nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai $VIF > 10$, maka terjadi multikolienaritas (Imam Ghozali, 2018, hal 107-108).

Hasil uji multikolienaritas adalah sebagai berikut:

Tabel 17
Hasil Uji Multikolienaritas

	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	.622	1.607	Tidak Terjadi Multikolienaritas
X2	.593	1.688	Tidak Terjadi Multikolienaritas
X3	.758	1.320	Tidak Terjadi Multikolienaritas

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel uji Multikolienaritas diatas, semua variabel bebas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF (varian infitiation factor) kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolienaritas antar variabel independen dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam mode regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan *Uji Glejser*. Uji Glejser merupakan uji statistik yang mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% atau $> 0,05$. Sebaliknya jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2018, hal 144).

Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 18
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.293	.819		.357	.722
	Total_X1	.079	.084	.134	.940	.350
	Total_X2	.001	.056	.003	.020	.984
	Total_X3	-.016	.057	-.037	-.284	.777

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan pada perhitungan diatas, bahwa semua variabel tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal tersebut dikatakan karena nilai signifikansi dari semua variabel bebas lebih dari 0,05. Nilai signifikansi dari variabel gaya hidup (X1) sebesar $0,350 > 0,05$, nilai signifikansi dari variabel religiusitas (X2) sebesar $0,984 > 0,05$ dan nilai signifikansi dari variabel literasi keuangan syariah (X3) sebesar $0,777 > 0,05$.

5. Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda ini bertujuan untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pada analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah.

Tabel 19
Hasil Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.907	1.301		3.003	.004
	Gaya Hidup (X1)	.002	.133	.002	.018	.986
	Religiusitas (X2)	.432	.089	.536	4.839	.000
	Literasi Keuangan Syariah (X3)	.191	.091	.206	2.107	.038

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan analisis regresi tersebut, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,907 + 0,002X_1 + 0,432X_2 + 0,191X_3 + e$$

Dimana:

Y = variabel Minat mahasiswa memilih produk bank syariah

X1 = variabel Gaya hidup

X2 = variabel Religiusitas

X3 = Variabel bebas Literasi Keuangan Syariah

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi 1

β_2 = koefisien regresi 2

β_3 = koefisien regresi 3

e = tingkat eror

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai konstanta adalah 3,907, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah (nilai X_1 , X_2 dan X_3 adalah 0) maka minat mahasiswa dalam memilih produk bank syariah ada sebesar 3,907 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi gaya hidup adalah 0,002, artinya jika variabel gaya hidup (X_1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel, religiusitas dan literasi keuangan syariah (X_2 dan X_3) dan konstanta (a) adalah 0, maka minat mahasiswa dalam memilih produk bank syariah meningkat sebesar 0,002. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berkontribusi positif bagi minat mahasiswa.
- 3) Nilai koefisien regresi religiusitas adalah 0,432, artinya jika variabel religiusitas (X_2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel, gaya hidup dan literasi keuangan syariah (X_1 dan X_3) dan konstanta (a) adalah 0, maka minat mahasiswa dalam memilih produk bank syariah meningkat sebesar 0,432. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel religiusitas berkontribusi positif bagi minat mahasiswa.
- 4) Nilai koefisien regresi literasi keuangan syariah adalah 0,191, artinya jika variabel literasi keuangan syariah (X_3) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel, gaya hidup dan religiusitas (X_1 dan X_2) dan konstanta (a) adalah 0, maka minat mahasiswa dalam memilih produk bank syariah meningkat sebesar 0,191. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah berkontribusi positif bagi minat mahasiswa.

6. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah uji untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel dependen secara parsial terhadap variabel independen (Suliyanto, 2011, hal, 55).

Hasil perhitungan uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 20
Uji Statistik t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.907	1.301		3.003	.004
Gaya Hidup (X1)	.002	.133	.002	.018	.986
Religiusitas (X2)	.432	.089	.536	4.839	.000
Literasi Keuangan Syariah (X3)	.191	.091	.206	2.107	.038

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berikut merupakan prosedur pengujian untuk uji t adalah:
Pengujian b1 (X1), antara lain:

- 1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

Ho: $b_1 = 0$

Tidak ada pengaruh dimensi gaya hidup secara parsial terhadap minat memilih produk bank syariah

Ha: $b_1 \neq 0$

Terdapat pengaruh dimensi gaya hidup secara parsial terhadap minat memilih produk bank syariah

- 2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi = 0,05 (α = konstanta)

- 3) Menentukan t_{hitung} dan t_{tabel}

- t_{hitung} adalah 0,018 (dilihat pada tabel *Coefficient* kolom t)
- Cara mencari t_{tabel} adalah dengan:

$$t_{tabel} = t(\alpha/2, N - K - 1)$$

$$t_{tabel} = (0,05/2, 82-3-1) = (0,025, 78)$$

Maka didapat t_{tabel} sebesar 1,990

- 4) Pengambilan keputusan

Ho = diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, yang artinya tidak ada pengaruh dimensi gaya hidup secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

H_0 = ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang artinya bahwa terdapat pengaruh dimensi gaya hidup secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

5) Kesimpulan

Bahwa dapat diketahui bahwa dapat diketahui $t_{hitung} (0,018) < t_{tabel} (1,990)$ jadi hipotesis nol diterima, maka kesimpulannya tidak ada pengaruh dari dimensi gaya hidup secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah.

Pengujian $b_2 (X_2)$, antara lain:

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0: b_2 = 0$

Tidak ada pengaruh dimensi religiusitas secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

$H_a: b_2 \neq 0$

Terdapat pengaruh dimensi religiusitas secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi = 0,05 (α = konstanta)

3) Menentukan t_{hitung} dan t_{tabel}

- t_{hitung} adalah 4,839 (dilihat pada tabel *Coefficient* kolom t)

- Cara mencari t_{tabel} adalah dengan:

$$t_{tabel} = t(\alpha/2, N - K - 1)$$

$$t_{tabel} = (0,05/2, 82-3-1) = (0,025, 78)$$

Maka didapat t_{tabel} sebesar 1,990

4) Pengambilan keputusan

H_0 = diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, yang artinya tidak ada pengaruh dimensi religiusitas secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

H_0 = ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang artinya bahwa terdapat pengaruh dimensi religiusitas secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

5) Kesimpulan

Bahwa dapat diketahui t hitung (4,839) > t tabel (1,990) jadi hipotesis nol ditolak, maka kesimpulannya ada pengaruh dimensi religiusitas secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah.

Pengujian b_3 (X_3), antara lain:

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0: b_3 = 0$

Tidak ada pengaruh dimensi literasi keuangan syariah secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah $H_a: b_3 \neq 0$

Terdapat pengaruh dimensi literasi keuangan syariah secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi = 0,05

3) Menentukan t hitung dan t tabel

- t hitung adalah 2,107 (dilihat pada tabel *Coefficient* kolom t)
- Cara mencari t tabel adalah dengan:

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2, N - K - 1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,05/2, 82-3-1) = (0,025, 78)$$

Maka didapat t tabel sebesar 1,990

4) Pengambilan keputusan

H_0 = diterima jika t hitung < t tabel, yang artinya tidak ada pengaruh dimensi literasi keuangan syariah secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

H_0 = ditolak jika t hitung > t tabel, yang artinya bahwa terdapat pengaruh dimensi literasi keuangan syariah secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

5) Kesimpulan

Bahwa dapat diketahui $t_{hitung} (2,107) > t_{tabel} (1,990)$ jadi hipotesis nol ditolak, maka kesimpulannya ada pengaruh dimensi literasi keuangan syariah secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan secara simultan dengan menggunakan uji statistik F (Suliyanto, 2011, hal, 55). Pada dasarnya uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan uji F dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 21
Uji Statistik F (Uji Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.278	3	19.759	19.861	.000 ^b
	Residual	77.600	78	.995		
	Total	136.878	81			

a. Dependent Variable: Minat memilih produk bank syariah (Y)

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah (X3), Gaya Hidup (X1), Religiusitas (X2)

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Proses pengujian Uji F, adalah:

1) Menentukan hipotesis 0 dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Tidak ada pengaruh dimensi gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$

Ada pengaruh dimensi gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

3) Mencari F_{hitung} dan F_{tabel}

- F_{hitung} adalah 19,861 (dapat dilihat pada tabel ANOVA)

- Cara mencari F_{tabel} , yaitu:

$$F_{tabel} = F(K; N - K)$$

$$F_{tabel} = (3 ; 82-3) = (0,025, 79)$$

Maka didapat t_{tabel} sebesar 2,72

4) Pengambilan keputusan

H_0 = diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh secara simultan dimensi gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

H_0 = ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya ada pengaruh secara simultan dimensi gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

5) Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa F_{hitung} (19,861) > F_{tabel} (2,72), artinya ada pengaruh secara simultan dimensi gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah.

c. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Hasil perhitungan uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 22
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658 ^a	.433	.411	.997

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah (X3), Gaya Hidup (X1), Religiusitas (X2)

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear berganda, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,411. Hal ini berarti bahwa variabel gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mampu menentukan keputusan minat mahasiswa memilih produk bank syariah sebesar 41,1% dan sisanya sebesar 58,9% ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto terhadap minat memilih produk bank syariah.

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil pengujian secara parsial dengan diketahui nilai $t_{hitung} (0,018) < t_{tabel} (1,990)$ dan koefisien regresi sebesar 0,986. Jadi hipotesis nol diterima, maka kesimpulannya tidak terdapat pengaruh secara parsial dari dimensi gaya hidup

mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokertp terhadap minat memilih produk bnk syariah.

Dari hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang mengatakan bahwa gaya hidup yang termasuk kedalam kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah. Hal ini berarti bahwa gaya hidup tidak berpengaruh pada minat mahasiswa dalam memilih produk bank syariah. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar bank secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai nasabah yang secara terus-menerus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku nasabah (Noviasari & Ikram, 2017, hal 260). Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan teori yang mengatakan gaya hidup merupakan salah satu faktor dari perilaku konsumenyang mempengaruhi keputusan pembelian.

Peneliti melakukan wawancara tambahan terhadap beberapa mahasiswa yang memilih produk bank syariah dan mahasiswa yang tidak memilih produk bank syariah untuk mengetahui alasan keduanya tersebut. Bahwa mahasiswa yang memiliki produk bank syariah salah satunya adalah rekening tabungan bank syariah dengan alasan karena kemauan dari diri sendiri dan ada yang hanya mengikuti aturan kampus untuk membuka rekening bank syariah, sedangkan mahasiswa yang tidak memilih produk bank syariah beranggapan bahwa belum mempunyai dana untuk sekedar menabung di bank syariah dan ada yang mengatakan tidak praktis dan ribet jika harus membuka rekening di bank syariah karena sudah memiliki rekening di bank konvensional. Artinya mereka belum sepenuhnya memahami bagaimna sistem dari perbankan syariah. Maka itu, diperlukan sosialisasi yang lebih mendalam dari pihak bank syariah kepada mahasiswa khsuusnya mahasiswa dengan program studi perbankan syariah.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu oleh Putry Dyah & Susanti (Jurnal Pendidikan Akuntansi, Vol 07 No 02 tahun 2019), yang menyatakan bahwa hasil uji dan uji F mengatakan bahwa gaya hidup yang termasuk dalam kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil pengujian secara parsial dengan diketahui nilai $t_{hitung} (4,89) > t_{tabel} (1,990)$ dan koefisien regresi sebesar 0,000. Jadi hipotesis nol ditolak, maka kesimpulannya adalah terdapat pengaruh secara parsial dari dimensi religiusitas mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto terhadap minat memilih produk bank syariah.

Dimana religiusitas merupakan suatu kondisi yang mendorong setiap individu berperilaku menyesuaikan ajaran agama yang diyakini, karena didalam agama berisi mengenai aturan-aturan tertentu yang menjadi acuan dalam bertingkah laku (Jalaludin, 2009, hal 306). Agama juga dikatakan sebagai penentu perilaku seseorang dalam menabung dan investasi karena berhubungan dengan nilai-nilai kebiasaan dari masing-masing individu (Jamaludin, 2013). Omer berpendapat bahwa perilaku ekonomi sangat dipengaruhi oleh tingkat keimanan seseorang. Perilaku ini akan membentuk perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Dalam hal ini religiusitas menjadi faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam, pada dasarnya semua aspek kehidupan telah diatur sudah sedemikian rapi termasuk dalam hal masalah konsumis dimana setiap muslim harus mencerminkan hubungannya dengan Allah Swt. Hal ini sama dengan minat dalam memilih produk bank syariah, semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto maka akan semakin tinggi pula minat mereka untuk memilih produk bank

syariah karena sistem dari perbankan syariah berpedoman pada landasan islam.

Dari hasil penelitian ini, juga didukung dengan penelitian terdahulu oleh Suratno (2019), yang menyatakan bahwa pada uji t dan uji F, variabel religiusitas secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

3. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil pengujian secara parsial dengan diketahui nilai $t_{hitung} (2,107) > t_{tabel} (1,990)$ dan koefisien regresi sebesar 0,038. Jadi hipotesis nol ditolak, maka kesimpulannya adalah terdapat pengaruh secara parsial dari dimensi literasi keuangan syariah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto terhadap minat memilih produk bank syariah.

Bank syariah terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Namun, sejatinya bank syariah di Indonesia masih berada dalam pertumbuhan, dengan pangsa pasarnya yang masuk kecil yaitu sekitar lima persen. Hal tersebut sangat disayangkan karena jumlah penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam dan jika potensi tersebut tidak dimanfaatkan. Oleh karena itu, Indonesia tentunya diharapkan mampu membuat sistem perbankan syariah yang cukup baik. Cara yang dapat diambil dalam hal ini yaitu dengan mengembangkan literasi masyarakat terhadap sistem perbankan syariah. Jika banyak orang yang mengetahui sistem perbankan syariah dan manfaatnya, maka akan semakin maju perbankan syariah di Indonesia. Menurut Rahim (2016) secara konseptual literasi keuangan syariah diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran islam. Dalam penelitian ini, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah pada mahasiswa

perbankan syariah IAIN Purwokerto maka akan semakin tinggi pula minat dalam memilih produk bank syariah, yang notabennya sistem dari perbankan syariah sesuai dengan prinsip syariah/ landasan syariah.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian terdahulu oleh Nur Ismail Riskyono (2017), menyatakan bahwa hasil dari penelitian inia adalah variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah oleh siswa-santri Pondok Pesantren Al-Muayyad.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto terhadap minat memilih produk bank syariah. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel gaya hidup (X1) terhadap minat memilih produk bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang mengatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah ditolak. Karena hasil penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh pada minat mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto dalam memilih produk bank syariah.
2. Ada pengaruh secara parsial oleh variabel religiusitas (X2) terhadap minat memilih produk bank syariah. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang mengatakan religiusitas seseorang berpengaruh dalam minat memilih produk bank syariah diterima. Artinya variabel religiusitas mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariaah.
3. Ada pengaruh secara parsial oleh variabel literasi keuangan syariah (X3) terhadap minat memilih produk bank syariah. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang mengatakan ada pengaruh literasi keuangan syariah secara parsial terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah diterima. Dalam penelitian ini, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto maka akan semakin tinggi pula minat dalam memilih produk bank syariah, yang

notabennya sistem dari perbankan syariah sesuai dengan prinsip syariah/ landasan syariah.

4. Ada pengaruh secara simultan oleh variabel gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto terhadap minat memilih produk bank syariah. Jadi Ho ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan dimensi gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa memilih produk bank syariah

B. Saran

Setelah mengambil kesimpulan dari pengaruh gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah mahasiswa perbankan syariah IAIN Purwokerto terhadap minat memilih produk bank syariah. Untuk penelitian yang lebih baik lagi, maka penulis mengajukan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambahkan faktor lain atau variabel lain diluar penelitian ini yang mempengaruhi minat dalam memilih produk bank syariah seperti faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok, usia, kepribadian dan pekerjaan. Agar menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai masalah yang diteliti.
2. Bagi mahasiswa, untuk lebih meningkatkan rasa empati terhadap lingkungan sekitar. Dalam hal ini, mahasiswa diharapkan meningkatkan rasa empatinya ketika terdapat penelitian yang dimana respondennya adalah dirinya sendiri. Yaitu dengan ikut berpartisipasi untuk membantu memberikan jawaban atas kuesioner penelitian yang dibagikan. Karena hal tersebut sangat berpengaruh dalam dunia penelitian dan perkembangan pemikiran sebagai mahasiswa.
3. Bagi bank dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sosialisasi mengenai produk dan sistem bank syariah lebih digencarkan dan diaktifkan untuk semua kalangan khususnya dalam hal ini adalah mahasiswa. Karena mahasiswa adalah generasi penerus bangsa yang bereperan penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Abd. Rachman. 1993. Psikologi Pendidikan. Yogya: Tiara Wacana.
- Ancok, Djamaludin & Suroso, Fuat. 2011. *Psikologi Islam Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andespa, Roni. 2017. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah*. Jurnal Al Masraf. Vol 2 No 1.
- Antonio, M Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Amstrong & Kotler. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*, Edisi Kesembilan, Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2017. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El Bayan.
- Deyla, Rahmawati H. 2018. *Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Economia. Vol 14 No 01.
- Dyah, Putri & Susanti. 2001. *Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri sunan Ampel Surabaya*. Jurnal Pendidikan Akuntansi. Vol. 07 No 02.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- <https://febi.iainpurwokerto.ac.id/profil/>, diakses pada tanggal 20 Juni 2020.
- <https://febi.iainpurwokerto.ac.id/jurusan/perbankan-syariah/>, diakses pada tanggal 20 Juni 2020.
- <https://kbbi.kemendikbud.go.id>, diakses pada tanggal 17 Juni 2020
- Ismanto, Haadi, dkk. 2019. *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Deepublish.

- Juni, Donni P. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. 2002. *Dasar-dasar Perbankan*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Kristiana , R Heny. 2016. *Jurnal Community Development*. Vol 1 No 2.
- Lestari, Dwi & Ferlina Arlin. 2017. *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung*. Vol 16 No 2
- Masruroh, Atik. 2015. *Analisis Pengaruh Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa STAIN Salatiga)*. Salatiga: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri.
- Mowen C, John & Mitchel Minor. 2001. *Perilaku Konsumen (Consumer Behavior)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhammad. 2011. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Nurlailah. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: UINSA Press.
- Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Purwokerto. Edisi Revisi. 2020
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Psikologi Agama*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sciffman, Leon & Leslie L Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Setiadi, J Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer, pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. 2019. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrik Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Suryabatra, Sumadi. 1988. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta

Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Ghalia.

Undang-undang No 10 tahun 1998 tentang Perbankan

Undang-undang No 21 tahun 2018 tentang Perbankan Syariah

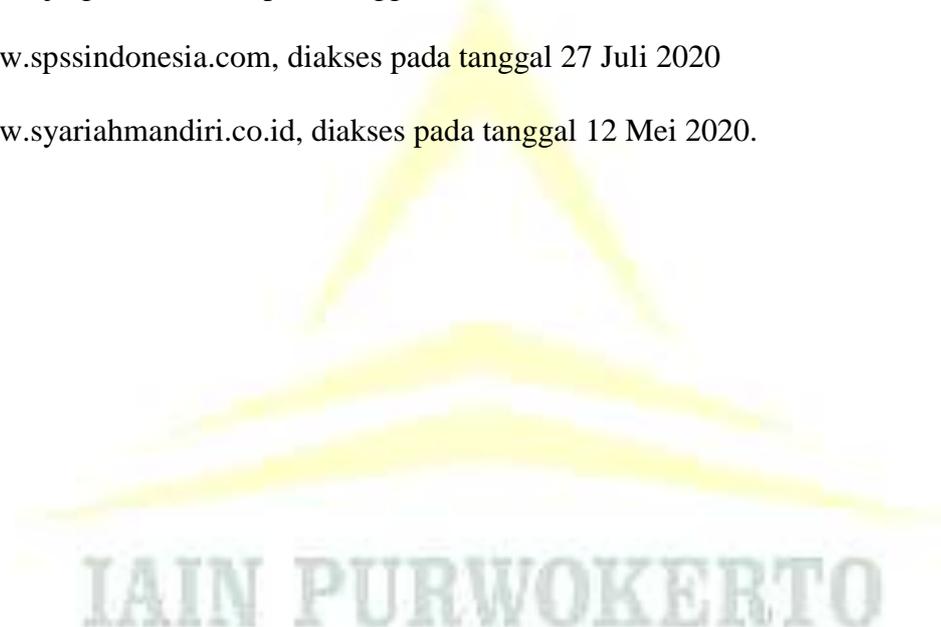
www.bnisyariah.co.id, diakses pada tanggal 12 Mei 2020.

www.brisyariah.co.id, diakses pada tanggal 12 Mei 2020.

www.ojk.go.id, diakses pada tanggal 21 Oktober 2019.

www.spssindonesia.com, diakses pada tanggal 27 Juli 2020

www.syariahmandiri.co.id, diakses pada tanggal 12 Mei 2020.



IAIN PURWOKERTO