

**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**

**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](mailto: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.***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
D. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II : LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
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
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
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
<b>BAB IV : ANALISIS HASIL PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
B. Karakteristik Responden Penelitian .....	58
C. Hasil Analisis Data Penelitian.....	61
D. Pembahasan Hasil Pembahasan .....	82
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

# **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 bidang 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 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 syariah.
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

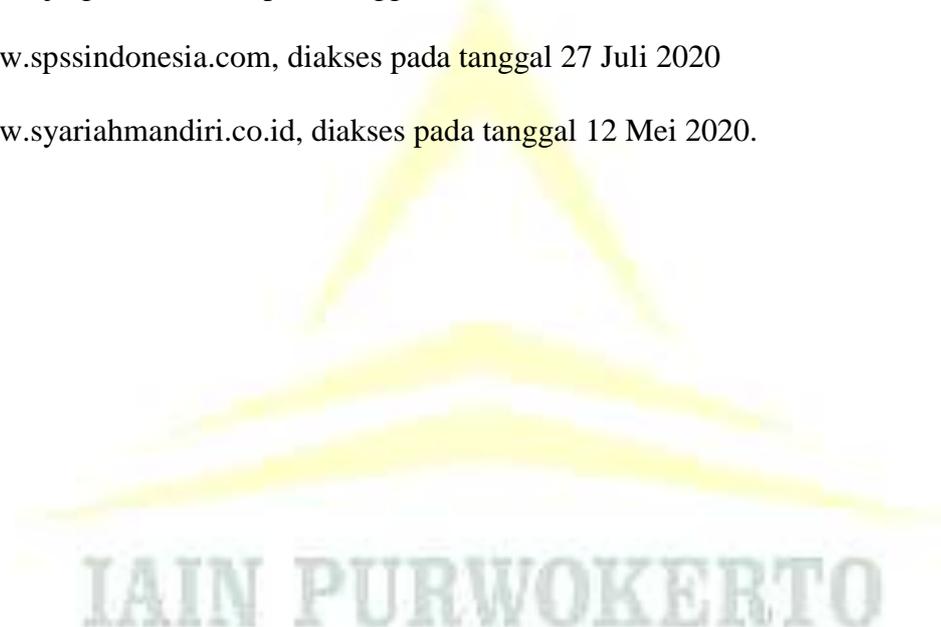
[www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id), diakses pada tanggal 12 Mei 2020.

[www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id), diakses pada tanggal 12 Mei 2020.

[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id), diakses pada tanggal 21 Oktober 2019.

[www.spssindonesia.com](http://www.spssindonesia.com), diakses pada tanggal 27 Juli 2020

[www.syariahmandiri.co.id](http://www.syariahmandiri.co.id), diakses pada tanggal 12 Mei 2020.



IAIN PURWOKERTO