

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *ISLAMIC
BRANDING* DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA FEBI MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN
SYARIAH**

SKRIPSI



Oleh:
Tria Sughesti Adifa Winata
Nim: 212105010067

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *ISLAMIC
BRANDING* DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA FEBI MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN
SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH *ISLAMIC*
BRANDING DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA FEBI DALAM MENGGUNAKAN JASA
PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

Tria Sughesti Adifa Winata

NIM. 212105010067



Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dr. HERSA FARIDA QORIANI, M.E.I.

NIP. 198611292028012001

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH *ISLAMIC*
BRANDING DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA FEBI DALAM MENGGUNAKAN JASA
PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Rabu
Tanggal: 19 Maret 2025

Tim Penguji

Ketua



Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.
NIP. 196905231998032001

Sekretaris



Nur Alifah Fajariah, S.E., M.S.A.
NIP. 198012222023212009

Anggota:

1. Dr. Adil Siswanto, SST.Par., M. Par.
2. Dr. Hersa Farida Qoriani, M.E.I.



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ebadillah, M.Ag
NIP. 196812261996031001

MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”¹.(Al-Baqarah 275)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
LEMBER

Artinya: “Allah Tidak Mengatakan Hidup Ini Mudah. Tapi Allah Berjanji, Bahwa Setelah Kesulitan Ada Kemudahan.”²(QS Al – Insiyirah 5-6)

¹ “Surat Al-Baqarah Ayat 275: Arab , Latin, Terjemahan Dan Tafsir Lengkap | Qur'an NU

² “Surat Al-Insiyirah Ayat 5-6: Arab , Latin, Terjemahan Dan Tafsir Lengkap | Qur'an NU Online,” accessed February 1, 2025, <https://quran.nu.or.id/al-insiyirah/5-6>.

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang terkasih yaitu:

1. Teruntuk orang tua saya Ibu Atipaningsih dan Ayah Winarto, Trimakasih sudah menjadi orang tua yang baik, terima kasih sudah memberi kesempatan kepada saya untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi, terima kasih atas dukungan moral dan materi serta segala doa baik yang engkau panjatkan.
2. Teruntuk semua anggota keluarga besar dari ibu dan ayah serta Kakak saya Sari Mirta Pratiwi, terima kasih karena selalu mendukung, mendoakan kebaikan dan keberhasilan saya hingga saat ini.
3. Teruntuk Almarhum Kakek saya Tercinta Hasbullah, terima kasih sudah menjadi orang yang paling berpengaruh di hidup saya yang membuat saya bersemangat untuk menyelesaikan kuliah ini karena nasihat nasihat dari beliau yang membuat saya tidak pernah menyerah didalam keadaan apapun
4. Teruntuk teman-teman seperjuangan yang selalu saling support dan berproses bersama belajar di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Teruntuk Ahmad Gaishan Alghifari pratama selaku keponakan saya trimakasih sudah membuat saya selalu tersenyum melihat tingkahnya yang semakin besar tambah lucu membuat saya bersemangat mengerjakan skripsi ini Ketika dirumah

6. Teruntuk seseorang yang selalu menjadi support system penulis selama proses pengerjaan skripsi ini dan juga yang selalu membuat penulis bersemangat lagi ketika sedang malas yaitu Mohammad Febryan Dwi Cahyo
7. Teruntuk Tria Sughesti Adifa Winata, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah berjuang menjadi yang baik, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya, yang bisa di bilang tidak mudah.



KATA PENGANTAR

Syukur-syukur penulis merupakan wujud penghormatan kepada Allah SWT atas Rahmat, nikmat, dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat mendeskripsikan karya dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi, Risiko, dan Handling Complaint pada Minat Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Penggunaan Mobile Banking pada Bank BRI dan BSI.” Selain itu, Shalawat disebutkan dalam setiap surat yang ditulis kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah berhasil memberikan hikmah kepada seluruh umat Islam.

Keberhasilan ini bisa diperoleh Penulis karena kerjasama serta support banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

- 1 Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- 2 Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- 3 Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 4 Dr. Hj. Nurul Widyawati I.R., S. Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 5 Ana Pratiwi, S.E., A.K., M.S.A. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 6 Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan bimbingan, penasehat, serta dukungan terkait akademik

- 7 Dr. Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.EI selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan berbagai pelajaran dan bimbingan dalam pengerjaan skripsi ini selama program perkuliahan S1.
- 8 Segenap Dosen dan Staf di lingkungan fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama dibangku perkuliahan.

Banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu disarankan bagi pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang dapat dikembangkan. Penulis berharap dengan tulus agar skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi sumber ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis secara pribadi, serta bagi masyarakat umum sebagai pembaca dan pihak-pihak lain yang mungkin mempunyai pendapat serupa dengan yang diungkapkan dalam skripsi ini.



Jember, Januari 2025
Peneliti

Tria Sughesti Adifa Winata
Nim: 212105010067

ABSTRAK

Tria Sughesti A.W, Hersa Farida Qoriani 2025 : *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, Religiusitas, Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Keuangan syariah semakin berkembang yang menawarkan produk dan jasa keuangan yang berlandaskan syariat Islam. . Perbankan syariah menjadi alternatif untuk sistem kredit karena, dalam perbankan syariah tidak ada bunga akan tetapi dengan sistem bagi hasil. Keuangan syariah diharapkan dapat menjadi solusi bagi praktik-praktik keuangan yang mengarah pada riba, maysir, dan gharar. Akan tetapi, faktanya keuangan syariah hingga saat ini masih memiliki pangsa pasar yang rendah.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apakah Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah? 2) Apakah *Islamic Branding* berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah? 3) Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital? 4) apakah Literasi keuangan syariah, *Islamic branding* , dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan jasa perbankan syariah Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui pengaruh Literasi keuangan syariah terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah, 2) Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Branding* terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah, 3) Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah, 4) Untuk mengetahui pengaruh Literasi keuangan syariah , *Islamic Branding* dan Religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Dalam pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan cara yang dirumuskan oleh Slovin. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi keuangan syariah (X_1) Memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. Sedangkan *Islamic Branding* (X_2) Memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah dan Religiusitas (X_3) memiliki pengaruh yang positif signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. secara simultan variabel Literasi keuangan syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI menggunakan jasa perbankan syariah .

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
F. Definisi Oprasional.....	13
G. Asumsi Penelitian.....	18
H. Hipotesis	19
I. Sistematika pembahasan.....	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
A. Penelitian Terdahulu	22
B. Kajian Teori	38

BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Populasi dan Sampel.....	56
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	58
D. Analisis Data.....	60
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	67
A. Gambaran dan Obyek Penelitian	67
B. Penyajian Data.....	81
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	84
D. Pembahasan	109
BAB V PENUTUP	115
A. Simpulan.....	115
B. Saran	117
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
1. Matrik Penelitian	
2. Surat Pernyataan Keaslian	
3. Kuesioner Penelitian	
4. Surat Izin Penelitian	
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
6. Jurnal Kegiatan Penelitian	
7. Dokumentasi Penelitian	
8. Data Responden	
9. Hasil Perhitungan SPSS	
10. Surat Keterangan Screening Turnitin 25%	
11. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	
12. Biodata	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1. 1 Indikator Variabel	12
Tabel 1. 2 Definisi Operasional.....	14
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Tingkat Penilaian dan Jawaban	60
Tabel 4. 1 Data Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Program Studi.....	83
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Angkatan.....	84
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Syariah(X_1).....	85
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Islamic Braning</i> (X_2)	86
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X_3)	87
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menggunakan (Y).....	88
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1	90
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_2	90
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_3	91
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	91
Tabel 4. 12 Hasil Uji Statistik One Sample Kolmogorov Smirnov	93
Tabel 4. 13 Hasil Uji Grafik Normal Probability Plot	94
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	95
Tabel 4. 15 Hasil Uji Grafik Scatterplot.....	97
Tabel 4. 16 Hasil Uji Statistik Glejser.....	98
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis dengan Uji T (Parsial).....	100
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis dengan Uji F (Simultan).....	104
Tabel 4. 19 Analisis Regresi Linear Berganda.....	106
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	108

DAFTAR GAMBAR

Gamabar 1. 1Pertumbuhan Pangsa Pasar Perbankan Syariah	2
--	---



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini keuangan syariah semakin berkembang pesat dengan banyaknya lembaga-lembaga keuangan syariah yang menawarkan produk dan jasa keuangan yang berlandaskan syariat Islam. Perbankan syariah menjadi alternatif untuk sistem kredit karena, dalam perbankan syariah tidak ada bunga akan tetapi dengan sistem bagi hasil. Dalam terminologi, syariah adalah seperangkat peraturan dari Allah SWT yang berisi perintah, pedoman, larangan, dan pandangan hidup yang diturunkan melalui Nabi Muhammad SAW melalui Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai pedoman utama bagi umat Islam dalam kehidupan di dunia dan di akhirat, adapun yang menjadi ciri produk yang memiliki label syariah, yaitu.³ Keuangan syariah diharapkan dapat menjadi solusi bagi praktik-praktik keuangan yang mengarah pada riba, maysir, dan gharar. Akan tetapi, faktanya keuangan syariah hingga saat ini masih memiliki pangsa pasar yang rendah.⁴ Pertumbuhan pangsa pasar atau market share perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat pada hasil laporan OJK.

³ Ludita Cosa Arlian , Siti Masrohatin, Nurul Setianingrum, Hersa Farida Qoriani, Moch. Chotib. *The Influence of Brand Image, and Sharia Label on Savings Decisions of Customers*. (JII) *Jurnal Impresi Indonesia* Vol.3, No.10, October 2024. <https://jii.rivierapublishing.id/index.php/jii/article/view/5646> diakses pada tanggal 11 februari 2025

⁴ Djuwita, D., & Yusuf, A, A.. Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2018

Pertumbuhan Pangsa Pasar Perbankan Syariah

Gamabar 1. 1



Sumber: OJK per-April 2024

Pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia tumbuh menjadi 7,38% sampai Maret 2024. Seiring dengan itu, total aset perbankan syariah tumbuh menjadi 9,71% secara tahunan pada periode yang sama dengan nilai Rp 900 triliun per kuartal I-2024. Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan OJK, Dian Ediana Rae, mengatakan, kendati pangsa pasar perbankan syariah belum mencapai tingkat yang optimal, namun total aset perbankan syariah terus mengalami pertumbuhan setiap tahun. dapat diketahui bahwa lembaga keuangan konvensional masih sangat mendominasi pada industri keuangan saat ini. Pangsa pasar juga menjadi tolak ukur diterima atau tidaknya perbankan syariah oleh masyarakat,

Fenomena saat ini dimana Mahasiswa masih ada yang menganggap bahwa sistem keuangan dan syariah tidak terdapat perbedaan. Dengan mayoritas penduduk muslim seharusnya Mahasiswa lebih banyak menggunakan perbankan syariah, namun masih banyak mahasiswa yang menggunakan bank konvensional sebagai yang paling banyak diminati. Perbedaan utama antara bank konvensional dan syariah terletak pada prinsip

operasionalnya. Bank konvensional seringkali berpegang teguh pada UU dan peraturan nasional yang berlaku, baik nasional maupun internasional. Sebaliknya, bank syariah didasarkan pada prinsip-prinsip Islam yang terdapat dalam Al-Quran, Hadits, dan fatwa ulama.⁵ dan pada kenyataannya masih banyak yang belum menggunakan lembaga perbankan syariah sebagai alat transaksi sehari-hari dan masih menggunakan jasa lembaga konvensional yang dalam transaksinya mengandung riba yang dilarang didalam Al-Qur'an. Rendahnya pangsa pasar disebabkan oleh beberapa faktor termasuk Tingkat pengetahuan keuangan publik yang rendah, terutama literasi. Pertumbuhan pangsa pasar atau market share perbankan syariah di Indonesia.⁶

Mahasiswa merupakan segmen penting yang mewakili generasi muda, calon pemimpin masa depan, dan agen perubahan dalam masyarakat. Pemahaman tentang literasi keuangan syariah, persepsi terhadap *Islamic branding*, dan tingkat religiusitas di kalangan mahasiswa dapat memainkan peran penting dalam keputusan mereka menggunakan jasa perbankan syariah. Rendahnya literasi keuangan syariah akan mempengaruhi penggunaan serta pemanfaatan jasa keuangan syariah, yang mengarah pada pangsa pasar industri keuangan syariah khususnya perbankan syariah. Literasi keuangan diharapkan tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan publik, akan tetapi juga dapat mengubah perilaku masyarakat dalam

⁵ Fauzan dan nurul setianingrum, fatimatuzzahro: administrasi lembaga keuangan bank dan non bank (yogyakarta, 2024), 170

⁶ Nurrohmah, R, F., & Purbayati, R "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)* (2020).3(3), 140-153.

mengelola keuangan dengan lebih baik, serta mampu dan cerdas dalam memilih investasi halal dan menguntungkan yang dapat mencegah terjadi investasi bodong.

Dengan pergerakan literasi keuangan syariah diharapkan akan memungkinkan masyarakat untuk memahami lembaga layanan keuangan Islam produk dan layanan keuangan Islam, termasuk fungsi, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban yang terkait dengan produk dan layanan keuangan islam, serta memiliki hak untuk menggunakan produk dan layanan. Akan tetapi, pada kenyatannya masih banyak mahasiswa yang menggunakan bank konvensional dikarenakan masih kurang pengetahuan tentang bank syariah dan banyaknya anggapan bahwa bank syariah dan bank konvensional sama, adapun yang menggunakan bank syariah karena keperluan untuk membayar administrasi kuliah. Pentingnya literasi keuangan dalam membentuk keuangan syariah mengharuskan pengoptimalan pemahaman yang benar mengenai keuangan syariah kepada akademisi, ulama, dan masyarakat akan berdampak signifikan bagi upaya literasi keuangan syariah. Mahasiswa merupakan peserta didik dari perguruan tinggi yang mendapatkan ilmu lebih banyak, pembelajaran di perguruan tinggi sangat berperan penting dalam proses pembentukan literasi keuangan mahasiswa.

Mahasiswa tinggal di lingkungan dengan ekonomi yang beragam dan kompleks sehingga peningkatan kebutuhan pendidikan keuangan sangat diperlukan, pembelajaran yang efektif dan efisien akan membantu mahasiswa memiliki kemampuan memahami, menilai dan bertindak dalam

kepentingan keuangan mereka dengan tujuan adanya pengetahuan yang baik sejak dini diharapkan mahasiswa dapat memiliki kehidupan yang sejahtera di masa yang akan mendatang.⁷

Dengan ilmu yang dimiliki seorang mahasiswa seharusnya memiliki kesadaran akan menggunakan bank syariah, karena dengan kesadaran akan menggunakan bank syariah mahasiswa bukan hanya akan mendorong masyarakat untuk beralih menggunakan lembaga keuangan syariah saja akan tetapi dapat meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah. Selain literasi keuangan syariah terdapat juga faktor lain yang menyebabkan masih tertinggalnya pangsa pasar perbankan syariah.

Selain dari literasi keuangan syariah yaitu *Islamic Branding*, penting untuk menerapkan strategi yang matang agar dapat mendekatkan lembaga keuangan syariah kepada target pasarnya. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan *Islamic Branding* yang efektif sebagai bagian dari pendekatan pemasaran, memasukkan label syariah, merangkul identitas Islam, dan menunjukkan kepatuhan terhadap operasi dan produksi halal. Hal ini sesuai bagi umat muslim untuk selektif dalam memilih produk yang akan digunakannya dengan memastikan bahwa produk tersebut sejalan dengan prinsip syariah.⁸

Selain itu, sikap religiusitas juga menjadi faktor penentu bagi konsumen jika konsumen religius mereka akan lebih memilih bank yang

⁷ Shobah, N. Analisis Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah sebagai Upaya Meningkatkan *Sharia Financial Inclusion*. 2017

⁸ Wijanarko A & Rachmawati L “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah”. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* . (2020). Vol. 3, No 1, 104-116.

sesuai dengan syariahnya. Religiusitas memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen, karena komunitas Muslim cenderung memilih jalan yang sejalan dengan ajaran Allah dengan tidak memilih barang haram dan tidak pelit dan serakah.⁹ Secara umum dalam menentukan keputusan pada pemilihan suatu produk, nasabah tentunya memiliki kualifikasi tersendiri khususnya pada keputusan dalam menggunakan perbankan syariah.

Demikian pula, ketika menggunakan produk dan layanan perbankan syariah, setiap pelanggan atau konsumen tentunya memiliki alasan untuk memutuskan produk dan layanan mana yang akan dipilih untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini penting bagi mahasiswa, karena mereka adalah kaum intelektual yang sedang menempuh jenjang pendidikan tinggi, sehingga dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas ilmu pengetahuan serta keterampilan yang dimiliki, salah satunya kemampuan manajemen pengelolaan keuangan yang baik. Saat mengenyam pendidikan di bangku perkuliahan, mahasiswa belajar hidup mandiri dan penuh tanggung jawab, serta dalam mengelola keuangan pribadinya. Hal tersebut menyebabkan mahasiswa dituntut untuk lebih banyak menabung di bank syariah sebagai langkah dalam mengontrol keuangan. Sebagai salah satu komponen masyarakat,

Sebagai salah satu komponen masyarakat, mahasiswa adalah pangsa pasar yang layak jadi pertimbangan bank untuk menambah jumlah nasabah

⁹ Fauzi, A., & Murniawaty, I. "Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah". *Economic Education Analysis Journal*, 437-486 (2020).

mereka. Salah satunya adalah perguruan tinggi yaitu Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), dimana dalam hal ini Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember salah satu perguruan tinggi yang berbasis Islam yang ada di Jember, Jawa Timur, tentunya selain mengajarkan ilmu-ilmu umumnya juga mengajarkan ilmu agama, dan hal ini menjadi ciri khas dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember itu sendiri. Kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terdapat Fakultas Agama Islam yang merupakan fakultas yang cukup diminati mahasiswa belakangan ini, dengan kurikulum yang mengarah pada syariat-syariat Islam. Namun dengan itu apakah bisa menjadi jaminan terhadap pengaruh kehidupan mereka sehari-hari khususnya dalam melakukan transaksi perekonomian yang berbasis syariah.

Dalam pengembangan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, keterlibatan aktif individu dalam kegiatan ekonomi sering kali menjadi kunci. Hal ini terlihat dalam penelitian Adil Siswanto (2025)¹⁰ yang menunjukkan bahwa penerapan ekonomi biru di kawasan pesisir mampu meningkatkan kesejahteraan sosial melalui partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata dan usaha kecil. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan pentingnya peran literasi keuangan, religiusitas, dan nilai-nilai lokal dalam keputusan mahasiswa menggunakan jasa perbankan syariah.

¹⁰ Adil Siswanto, "Implementation of blue economy in Bangsring underwater for enhancing the quality of environmental, economic, and social aspects of the community", *Journal of Commerce Management and Tourism Studies*, Vol 4 No 1 April 2025 DOI: <https://doi.org/10.58881/jcmts.v3i2>

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diketahui keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah, Islamic Branding dan religiusitas sehingga penulis melakukan penelitian dengan mengangkat judul sebagai berikut: **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Literasi Keuangan Syariah secara parsial uji T pengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah:
2. Apakah *Islamic Branding* secara parsial uji T pengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah:
3. Apakah Religiusitas secara parsial uji T pengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah:
4. Apakah literasi keuangan syariah, *Islamic Branding* dan religiusitas secara simultan berpengaruh Uji F terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada mahasiswa Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis Literasi Keuangan Syariah memiliki pengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah:
2. Untuk menganalisis *Islamic Branding* memiliki pengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah:
3. Untuk menganalisis Religisitas memiliki pengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah:
4. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, *Islamic Branding* dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER

D. Manfaat Penelitian

Bagian ini berisi tentang manfaat apa yang bisa diberikan setelah proses penelitian ini dilakukan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan ilmu pengetahuan dan informasi yang bermanfaat mengenai Perbankan syariah

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan baru dan wawasan bagi peneliti khususnya tentang materi Perbankan Syariah

b. Bagi Instansi Perbankan syariah

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi bagi instansi Perbankan syariah mengenai faktor-faktor yang membuat nasabah menggunakan Perbankan Syariah serta diharapkan bisa dijadikan sebagai masukan untuk Perbankan Syariah yang ada di Indonesia agar meningkatkan kualitas produk dan layanannya sehingga bisa bersaing dengan bank konvensional.

c. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi bagi dosen serta mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi berupa buku bacaan di perpustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, dan rujukan untuk penelitian selanjutnya

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai atau sifat dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya.¹¹

Pada penelitian ini variabel dapat dibedakan menjadi dua yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y)

a. Variabel Independen (X)

Variabel Independen disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Y).¹² Pada penelitian ini variabel bebas sebagai berikut:

1) Literasi Keuangan Syariah (X_1)

2) *Islamic Branding* (X_2)

3) Religiusitas (X_3)

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹² Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah:

1). Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y)

2. Indikator Variabel

Indikator variabel adalah rujukan empiris dari variabel yang diteliti.

Indikator empiris ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar dalam

¹¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013), 38

¹² Sugiyono, 39

membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket atau wawancara atau dokumentasi.¹³

Judul	Variabel	Indikator
Pengaruh Literasi keuangan Syariah, <i>Islamic Branding</i> dan Religiusitas terhadap keputusan mahasiswa menggunakan jasa perbankan syariah	Literasi Keuangan Syariah (X ₁)	Pengetahuan Umum Keuangan Simpanan dan Pinjaman Asuransi Investasi Sumber: (Putri, W. W., & Hamidi, M. , 2019). ¹⁴
	<i>Islamic Branding</i> (X ₂)	Pentingnya merk Kepercayaan konsumen Label halal Keakraban merk Sumber:(Yunus, 2015). ¹⁵
	Religiusitas(X ₃)	Keyakinan (ideologis) Praktik agama (Ritualistik) Pengetahuan (intelektual) Pengalaman Sumber:Glock & Stark, 2016)

¹³ Tim Penyusun, Pedoman Karya Ilmiah UIN KHAS Jember, 39-40

¹⁴ Putri, W. W., & Hamidi, M.. Pengaruh literasi keuangan, efikasi keuangan, dan faktor demografi terhadap pengambilan keputusan investasi (studi kasus pada mahasiswa magister manajemen. . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 398–412. (2019).

¹⁵ Glock & Stark. (2016). *Religion and Society in Tension*. . Chicago: Rand McNally.

Judul	Variabel	Indikator
	Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Y1)	Persepsi melihat kinerja atau performance karyawan Penyediaan informasi pada saat diminta Kontak dengan nasabah sangat tinggi Keputusan akan produk yang di tawarkan Sumber: (Amini, 2020). ¹⁶

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

F. Definisi Oprasional

Definisi operasional adalah definisi yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variabel.¹⁷

1. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah yaitu perluasan dari literasi keuangan dengan elemen-elemen yang sesuai syariat Islam. Literasi keuangan syariah meliputi berbagai aspek dalam keuangan, yaitu pengelolaan uang dan harta, aspek perencanaan keuangan seperti dana pensiun, investasi, dan asuransi. Serta dalam aspek bantuan sosial seperti wakaf, infaq, shadaqah dan zakat.

¹⁶ Amini, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh) . Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas I, 50.

¹⁷ Sugiyono, 40

2. *Islamic Branding*

Islamic branding merupakan penciptaan merk disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah yang penuh dengan nilai kejujuran, hormat terhadap akuntabilitas, serta pemahaman inti dengan prinsip-prinsip syariah.

3. Religiusitas

Religiusitas sebagai keberagamaan meliputi berbagai macam sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural.

4. Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.

Tabel 1. 2

Definisi Oprasional variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pertanyaan
Literasi Keuangan syariah (X1)	Tingkat pemahaman dan pengetahuan mahasiswa mengenai prinsip-prinsip dasar, produk, dan layanan keuangan	1. Pengetahuan umum (X _{1.1}) 2. Asuransi (X _{1.2}) 3. Simpanan dan pinjaman (X _{1.3}) 4. investasi (X _{1.4})	1. Apakah penting bagi anda memahami konsep dan prinsip dasar dari keuangan syariah sebelum memilih jasa perbankan syariah?

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pertanyaan
	syariah, termasuk pemahaman tentang riba, zakat, mudharabah, dan musyarakah		2. Apakah penting bagi anda mengerti bagaimana sistem asuransi dalam perbankan syariah 3. Apakah penting bagi anda mengetahui mekanisme dan persyaratan pinjaman syariah sebelum memilih jasa perbankan syariah? 4. Apakah Anda memahami prinsip-prinsip dasar dalam investasi syariah, seperti larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi)?
Islamic Branding(X2)	Persepsi mahasiswa terhadap citra dan identitas bank syariah yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Indikator yang digunakan dapat meliputi penilaian mahasiswa terhadap logo, nama, iklan, dan kampanye promosi bank	1. Pentingnya merek 2. Kepercayaan konsumen 3. Label halal 4. Keakraban Merek	1. Apakah penting merek (brand) sebuah bank syariah bagi Anda dalam memilih layanan keuangan? 2. Apakah anda percaya bahwa bank syariah sudah memberikan pelayanan yang baik 3. Apakah penting bagi anda bahwa memilih lembaga

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pertanyaan
	syariah yang mendukung nilai-nilai keislaman		keuangan syariah yang memiliki label halal mempengaruhi Anda dalam menggunakan layanan perbankan syariah? 4. Apakah Anda merasa akrab dengan logo, simbol, atau slogan dari bank syariah tertentu?
Religiusitas (X3)	Tingkat keimanan dan praktik keagamaan mahasiswa yang mempengaruhi sikap dan perilaku mereka dalam memilih layanan perbankan	1. Keyakinan 2. Praktik agama 3. Pengetahuan intelektual 4. Pengalaman	1. Apakah penting faktor agama atau keyakinan religius Anda dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan jasa perbankan syariah? 2. Apakah anda setuju bahwa menggunakan jasa perbankan syariah merupakan bagian dari menjalankan ajaran atau prinsip-prinsip agama Anda? 3. Apakah Anda percaya bahwa memiliki pengetahuan yang lebih dalam tentang prinsip-prinsip syariah dalam keuangan

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pertanyaan
			dapat membantu Anda dalam memilih jasa perbankan syariah? 4. Apakah pengalaman Anda dalam menjalankan ajaran agama Islam mendorong Anda untuk memilih produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah?
Keputusan Menggunakan (Y)	Keputusan akhir mahasiswa untuk memilih dan menggunakan produk serta layanan dari bank syariah	1. Persepsi melihat kinerja karyawan 2. Penyediaan informasi saat diminta 3. Kontak dengan nasabah sangat tinggi 4. Keputusan akan produk yang di tawarkan	1. Apakah anda puas dengan kinerja karyawan perbankan syariah dalam memberikan layanan kepada Anda? 2. Apakah perbankan syariah sudah memberikan informasi sesuai ketika Anda memintanya? 3. Apakah penting bagi anda bahwa kontak yang terjalin dengan karyawan perbankan syariah membantu Anda dalam membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih jasa perbankan syariah? 4. Apakah penting bagi anda bahwa

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pertanyaan
			kontak yang terjalin dengan karyawan perbankan syariah membantu Anda dalam membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih jasa perbankan syariah

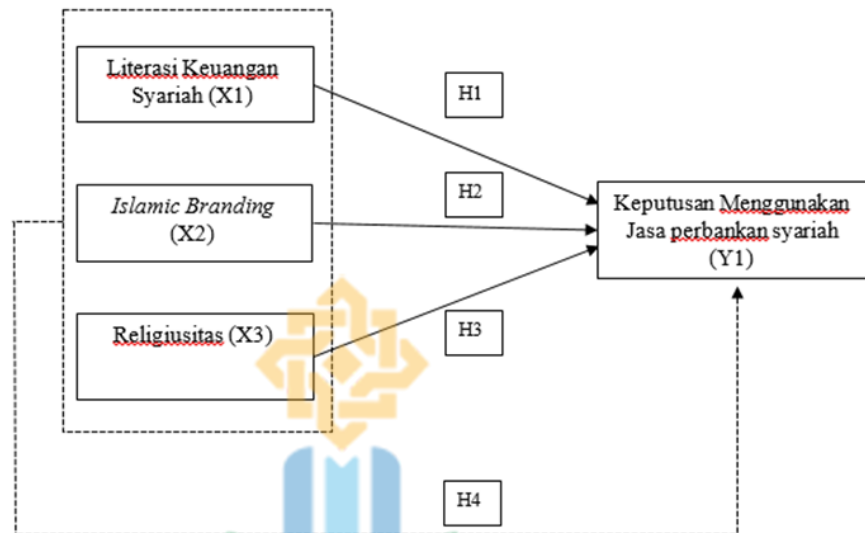
Sumber: Diolah oleh peneliti 2025

G. Asumsi Penelitian

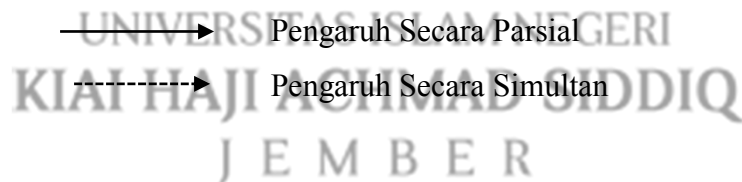
Asumsi penelitian adalah anggapan dasar yang harus dirumuskan secara jelas oleh peneliti sebelum mengumpulkan data. Asumsi penelitian berfungsi sebagai dasar berpijak yang kukuh bagi masalah yang diteliti selain itu juga berfungsi untuk mempertegas variabel yang akan diteliti dan merumuskan hipotesis.

Pada penelitian ini berasumsi bahwa literasi keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas mempengaruhi keputusan mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Untuk memudahkan penelitian dan menyamakan persepsi antara peneliti dan pembaca terhadap alur pemikiran, maka peneliti merumuskan kerangka penelitian sebagai berikut.

Gambar 1. 5
Kerangka Penelitian



Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025



H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian, karena pada dasarnya hipotesis merupakan jawaban dari rumusan masalah, sedangkan kebenaran yang sebenarnya dari hipotesis perlu diuji melalui analisis data di lapangan.¹⁸ penelitian. Secara statistik,

¹⁸ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 205-206

hipotesis merupakan keadaan parameter yang akan diuji melalui statistik. Dalam penelitian ini terdapat hipotesis yang menyatakan bahwa:

H1 : Terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan Syariah (X1) dengan Keputusan Mahasiswa UIN KHAS JEMBER dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y1).

H2: Terdapat pengaruh antara variabel Islamic Branding (X2) dengan Keputusan Mahasiswa UIN KHAS JEMBER dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y1).

H3: Terdapat pengaruh antara variabel Religiusitas (X3) terhadap Keputusan Mahasiswa UIN KHAS JEMBER dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y1).

H4: Terdapat pengaruh literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada Mahasiswa UIN KHAS JEMBER.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel penelitian dan indikator penelitian), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, dan sistematika pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas terhadap

keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah (Studi kasus Pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, berisi penelitian terdahulu dan kajian teori yang berhubungan dengan literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah (Studi kasus Pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

BAB III METODE PENELITIAN, berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik, instrumen pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan dalam meneliti pengaruh mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, berisi gambaran objek penelitian yaitu bank digital yang ada di Indonesia, penyajian data, analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan mengenai literasi keuangan syariah, *Islamic branding*, dan Religiusitas keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran-saran yang bersifat membangun dan memperbaiki bagi semua pihak-pihak dan khususnya bagi lembaga yang diteliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal Yang ditulis oleh Agus Wijanarko, Lucky Rachmawati Dengan judul pengaruh literasi keuangan syariah, islamic branding dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah.¹⁹

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa di lingkup Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya dalam memilih layanan keuangan syariah. Metode yang dipakai pada penelitian ini yaitu kuantitatif asosiatif. Teknik analisis yang dipakai adalah analisis regresi logistik dengan jumlah sampel sebanyak 150 mahasiswa. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala guttman dan menganalisisnya menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas meningkatkan peluang keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah. Namun hasil pengujian secara parsial memperlihatkan bahwa variabel literasi keuangan syariah dan variabel religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan variabel Islamic branding berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan

¹⁹ Agus W & Lucky R.” Pengaruh literasi keuangan syariah, *islamic branding*, dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah”. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 2020 Vol.3, No 1, 104-116

mahasiswa. Berdasarkan pengujian simultan memperlihatkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas secara serentak mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah.

2. Jurnal yang ditulis oleh Siti Robi'ah Auliak Mahmudah dan Akhmad Jazuli Afandi dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.²⁰

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, Islamic branding dan religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo. Metode yang digunakan penelitian ini ialah metode kuantitatif. Sumber data diperoleh dari responden mahasantri dengan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran angket. Sampel penelitian ini ialah mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo yang sedang menggunakan dan pernah menggunakan jasa perbankan syariah. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan purposive sampling.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial, literasi keuangan syariah dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan

²⁰ Siti Robi'ah & Akhmad Jazuli." Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah". *Journal of Management and Sharia Business*, Vol 04, No 02, Desember 2024

terhadap keputusan mahasantri, sedangkan Islamic branding berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah. Secara simultan literasi keuangan syariah, Islamic branding dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah. Besarnya pengaruh literasi keuangan syariah, Islamic branding dan religiusitas adalah sebesar 61,8% yang ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi dan selebihnya dipengaruhi dengan variabel lain.

3. Jurnal Yang Ditulis oleh Jundiyah Miftahur Rohmah Dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Religiusitas dan Fitur M-Banking Terhadap Keputusan Kader FoSSEI dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI)(Studi Pada Kader FoSSEI di Surakarta Tahun 2019-2022).²¹

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan Islam, Islamic branding, religiusitas dan fitur m-banking terhadap keputusan kader FoSSEI Surakarta dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI). Metode analisis data yang digunakan berupa analisis regresi linier berganda. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan bantuan software analisis data statistik SPSS 2.3. Sampel dalam penelitian

²¹ Jundiyah M.R, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Religiusitas dan Fitur M-Banking Terhadap Keputusan Kader FoSSEI dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI)(Studi Pada Kader FoSSEI di Surakarta Tahun 2019-2022)" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(02), 2023, 234-241.

sebanyak 84 responden dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan Islam, Islamic branding, religiusitas dan fitur m-banking memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan kader FoSSEI Surakarta dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI).

4. Jurnal Yang Ditulis oleh Dwi Budi Srisulistiowati, Syarifudin, Erasma, Rahmatya Widyaswati dan Musdirwan Dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank.²²

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan Islamic branding terhadap minat menjadi nasabah Bank Mega Syariah KC Mataram. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling, dengan 55 responden yang merupakan nasabah terdaftar di Bank Syariah Indonesia. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 25.

Hasil analisis, literasi keuangan syariah dan Islamic branding secara parsial mempengaruhi minat menjadi nasabah di Bank Mega Syariah KC Mataram. Hasil penelitian menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,876 (87,6%), yang berarti minat menjadi nasabah dipengaruhi oleh

²² Dwi Budi S & Syarifudin, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank", *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT) KITA*, 8(4), 2024, 1647-1655.

literasi keuangan syariah dan Islamic branding sebesar 87,6%, sementara 12,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

5. Jurnal Yang ditulis oleh Fajriah Salim, Suyud Arif dan Abrista Devi dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.²³

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, islamic branding, dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Variabel dependen dalam penelitian adalah keputusan mahasiswa, sedangkan variabel independennya adalah literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel literasi keuangan syariah, islamic branding terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah, sedangkan variabel religiusitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

6. Jurnal yang ditulis oleh Tri Novita Syahfitri, Dilla Ariska, Salsabila Syafa Azrah, Rialdha Ismadillah dengan judul Pengaruh Literasi

²³ Salim F., Arif S., & DeviA. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah". *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, (2021),3(2), 226-244.

Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fai UMSU).²⁴

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan dan keagamaan syariah terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah. Variabel yang terikat dalam penelitian ini adalah keputusan mahasiswa, sedangkan variabel bebasnya adalah pengetahuan keuangan Islam, merek Islam dan religiusitas. Data penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah, sedangkan variabel religiusitas berpengaruh positif namun negatif. tidak penting bagi keputusan siswa. menggunakan layanan perbankan syariah.

7. Jurnal Yang ditulis oleh Riski Maulida dengan judul pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan lingkup pertemanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah (studi kasus pada mahasiswa febi uin khas jember .²⁵

²⁴ Tri N S,” Pengaruh Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fai UMSU)”, *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, Vol 4, No 1 (2023)

²⁵ Ardiyanto & Gusti O W, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas ,dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta”, *Jurnal IlmiahEkonom iIslam*, 2024 10(03) ,3096-3108

Tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan lingkup pertemanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatory research. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu purposive sampling.

Hasil pengujian ini secara parisal menunjukkan bahwa: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah, Religiusitas berpengaruh terhadap mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah Lingkup pertemanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah, Literasi keuangan syariah, religiusitas dan lingkup pertemanan berpengaruh terhadap mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah dengan

8. Jurnal Yang ditulis oleh Salsabila Siregar dengan Judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa PBS dan MBS UMSU).²⁶

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, Islamic Branding dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada

²⁶ Salsabila Siregar, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa PBS dan MBS UMSU)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (JIMPAI)*, 2024, Vol:4 No:2

mahasiswa PBS dan MBS UMSU. Pendekatan penelitian pada skripsi ini adalah pendekatan kuantitatif dan data yang digunakan berupa jenis data primer. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa mahasiswa Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yaitu berjumlah 335 mahasiswa, dan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah pada mahasiswa Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, variabel Islamic Branding berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah pada mahasiswa Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, variabel Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah pada mahasiswa Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,

9. Jurnal Yang Ditulis Oleh Dini Erika, Siti Mujiatun dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah: Studi Kasus pada Mahasiwa Program Studi Perbankan Syariah Umsu.²⁷

²⁷ Dini Erika, & Siti Mujiatun, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah: Studi Kasus pada Mahasiwa Program Studi Perbankan Syariah Umsu". *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, . 2024 6(7), 5205 –. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2196>

Tujuan dari Riset ini adalah guna menganalisis dampak literasi keuangan syariah dan branding Islamic mengenai keputusan yang diambil oleh mahasiswa pada pengambilan keputusan memilih produk perbankan syariah, baik secara individu maupun secara kolektif. Menggunakan pendekatan asosiatif, Penelitian ini melibatkan semua mahasiswa jurusan Perbankan Syariah UMSU, dengan sampel 100 mahasiswa. Data dikumpulkan menggunakan teknik Metode penelitian mencakup temu bicara, studi dokumentasi, Pengamatan, dan penggunaan kuesioner.

Hasil Dari outcome Kajian mengindikasikan yakni pengetahuan keuangan syariah serta branding islami ,baik secara individual maupun secara keseluruhan keduanya Memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menentukan produk perbankan syariah.

10. Jurnal yang ditulis oleh Ilham Gani, Asyraf Mustamin, Nurul Izza Rahmadani dengan judul pengaruh literasi keuangan syariah dan perilaku keuangan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah melalui minat sebagai variabel intervening.²⁸

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi keuangan syariah, perilaku keuangan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah yang dimediasi oleh minat sebagai variabel intervening. Objek pada penelitian ini adalah

²⁸ Ilham G & Asyraf M, “pengaruh literasi keuangan syariah dan perilaku keuangan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah melalui minat sebagai variabel intervening”, *Islamic Banking, Economic and Financial Journal (IBEF)*, 2024, Vol 4 No 2 (39-50).

Mahasiswa perbankan syariah UIN Alauddin Makassar angkatan 2020,2021,2022. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan memakai 186 sampel yang berasal dari Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah UIN Alauddin Makassar

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi keuangan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah sedangkan perilaku keuangan berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah, dan minat dapat memediasi literasi keuangan syariah dan perilaku keuangan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Agus wijanarko ,lucky rachmawati, Pengaruh literasi keuangan syariah, islamic branding, Dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa	Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas secara serentak mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah.	1. Variabel yang digunakan 2. Metode penelitian	1. Lokasi penelitian 2. Variabel Y Yaitu memilih layanan keuangan syariah

No	Penulis, Judul Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	dalam memilih layanan keuangan syariah., Tahun 2020			
2	Siti Robi'ah Auliak Mahmudah dan Akhmad Jazuli Afandi judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah 2021	.Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial, literasi keuangan syariah dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri, sedangkan Islamic branding berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah.	1. Variabel bebas yang digunakan 2. Metode Penelitian	1. Variabel Y 2. Lokasi Penelitian
3	Jundiyah Miftahur Rohmah judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah,	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan Islam, Islamic branding, religiusitas dan fitur m-banking memiliki	1. Menggunakan Variabel literasi keuangan syariah, Islamic branding dan religiusitas	1. Variabel Y 2. Lokasi penelitian

No	Penulis, Judul Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	Islamic Branding, Religiusitas dan Fitur M-Banking Terhadap Keputusan Kader FoSSEI dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI)(Studi Pada Kader FoSSEI di Surakarta Tahun 2019-2022	pengaruh yang signifikan terhadap keputusan kader FoSSEI Surakarta dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI).	2. Metode Penelitian	
4	Dwi Budi Srisulistiowati, Syarifudin, Erasma, Rahmatya Widayawati dan Musdirwan judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank	hasil analisis, literasi keuangan syariah dan Islamic branding secara parsial mempengaruhi minat menjadi nasabah di Bank Mega Syariah KC Mataram. Hasil penelitian menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,876 (87,6%), yang berarti minat menjadi nasabah dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah dan Islamic branding sebesar 87,6%, sementara 12,4% dipengaruhi oleh	1. Menggunakan Variabel Literasi keuangan syariah dan Islamic branding 2. Metode penelitian	1. Tidak menggunakan variabel Religiusitas 2. Variabel Y Minat Menjadi Nasabah Bank 3. Lokasi Penelitian

No	Penulis, Judul Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		faktor lain di luar penelitian ini.		
5	Fajriah Salim ¹ , Suyud Arif ² , Abrista Devi ³ , Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah, 2022	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel literasi keuangan syariah, islamic branding terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah, sedangkan variabel religiusitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.	1. Menggunakan Variabel yang sama yaitu literasi keuangan syariah, islamic branding, dan religiusitas 2. Persamaan Variabel Y 3. Metode penelitian	1. Lokasi Penelitian
6	Tri Novita Syahfitri ¹ , Dilla Ariska ² , Salsabila Syafa Azrah ³ , Rialdha Ismadillah ⁴ , Pengaruh Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan perbankan	1. Menggunakan variable Literasi keuangan Syariah dan religiusitas 2. Persamaan Variabel Y 3. Metode Penelitian	1. Menggunakan 2 Variabel X 2. Tidak ada variabel Islamic branding 3. Lokasi penelitian

No	Penulis, Judul Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fai UMSU), Februari 2023	syariah, sedangkan variabel religiusitas berpengaruh positif namun negatif. tidak penting bagi keputusan siswa. menggunakan layanan perbankan syariah		
7	Riski Maulida , Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan lingkup pertemanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah, juni 2023	Hasil pengujian ini secara parial menunjukkan bahwa: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah , Religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah, Literasi keuangans yaraiah, religiusitas dan lingkup	1. Menggunakan an variable Literasi keuangan Syariah dan religiusitas 2. Metode Penelitian	1. Tidak ada Variabel Islamic branding 2. Menggunakan n Variabel Lingkup Pertemanaan 3. Lokasi penelitian 4. Variabel Y Menggunakan n produk Tabungan Bank syariah

No	Penulis, Judul Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		pertemanan berpengaruh terhadap mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah		
8	Salsabila Siregar, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa PBS dan MBS UMSU), Maret 2024	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, Islamic Branding dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah pada mahasiswa Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	1. Menggunakan Variabel literasi keuangan syariah, Islamic branding dan religiusitas 2. Metode Penelitian	1. Lokasi penelitian
9	Dini Erika1, Siti Mujiatun 2 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Islamic Branding Terhadap	Hasil Dari outcome Kajian mengindikasikan yakni pengetahuan keuangan syariah serta branding islami ,baik secara individual maupun secara	1. Menggunakan variabel literasi keuangan syariah dan Islamic branding 2. Metode penelitian	1. Tidak ada variabel religiusitas 2. Menggunakan 2 variabel X 3. Variabel Y berbeda yaitu Menggunakan Produk

No	Penulis, Judul Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah: Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Umsu, 2024	keseluruhan keduanya Memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menentukan produk perbankan syariah.		Perbankan Syariah 4. Lokasi penelitian
10	Ilham Gani ¹ , Asyraf Mustamin ² , Nurul Izza Rahmadani ³ , Pengaruh literasi keuangan syariah dan perilaku keuangan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah melalui minat sebagai variabel intervening, Juni 2024	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi keuangan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah sedangkan perilaku keuangan berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah	1. Menggunakan variabel yang sama yaitu literasi keuangan syariah 2. Metode penelitian	1. Tidak ada variabel Islamic branding dan religiusitas 2. Menggunakan 2 Variabel X 3. Menggunakan Variabel Perilaku keuangan 4. Variabel Y berbeda Yaitu menggunakan produk perbankan syariah melalui minat sebagai variabel intervening, 5. Lokasi Penelitian

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

B. Kajian Teori

1. *Theory Of Planed Behavior (TOPB)*

Theory of planned behavior (TPB) berfokus pada kecenderungan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, melalui kecenderungan atau intention, perusahaan atau vendor dapat melihat faktor-faktor motivasi yang mendasari seseorang untuk melakukan sesuatu. Intention merupakan indikasi seberapa kuat orang mau berusaha untuk mencoba dan berapa iv besar usaha yang dikeluarkan individu untuk melakukan suatu perilaku dan salah satu bentuk perilaku tersebut adalah.²⁹

Theory of planed behavior atau bisa disebut perilaku berencana dapat dihubungkan dengan perilaku minat menabung mahasiswa. Adanya kemunculan Bank Syariah Indonesia ini diharapkan mampu meningkat minat menabung mahasiswa agar meningkat ekonomi syariah.. Tuntutan agar dapat memudahkan proses transaksi keuangan diharapkan juga mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk beralih menggunakan bank syariah untuk investasi menabung.

Minat dipengaruhi dengan sikap terhadap perilaku, religiusitas adalah salah satu yang mempengaruhi minat menjadi nasabah dan berpengaruh positif. Oleh karena itu, semakin tinggi religiusitas seseorang maka berepengaruh untuk lebih memahami hukum syariat terhadap perbankan. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif

²⁹ Nuri Purwanto, "Theory of Planned Behavior", (April 2022) iiv

terhadap minat seseorang, dikarenakan minat seseorang akan dipengaruhi persepsi kontrol seseorang.

Sebab semakin tinggi literasi seseorang akan mempengaruhi seseorang berfikir atau mengambil keputusan untuk menerapkan ilmu yang didapatkan. Pengetahuan produk dikatakan mendapatkan pengaruh positif, dikarenakan minat dari seseorang itu yang dapat mempengaruhi persepsi kontrol seseorang. Semakin seseorang mengetahui produk dari suatu bank maka semakin mengenal dan mengetahui manfaat dari penggunaan produk tersebut. Sebab itu, semakin seseorang memahami suatu produk maka menarik minat seseorang untuk menggunakan produk tersebut.

2. Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan Syariah adalah pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang produk dan jasa keuangan Syariah serta cara membedakan mereka dengan sistem keuangan konvensional. literasi keuangan bukan hanya berbicara mengenai pemahaman pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan tentang lembaga keuangan, produk dan layanan, namun juga *behavior* yang dapat memiliki implikasi untuk mendorong literasi keuangan yang akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.³⁰ *Financial behavior* yang bijak dapat dijewantahkan pada kapasitas seseorang untuk merancang tujuan keuangan, menyusun rencana-rencana

³⁰ Nur Hidayah, "Literasi Keuangan Syariah Teori dan Praktik di Indonesia" (PT Raja grafindo persada Depok 2021)

keuangan, manajemen keuangan, dan mampu mengeksekusi *financial decision* yang baik ketika menggunakan produk-produk keuangan. Untuk mencapai tujuan pemerintah dan meningkatkan pasar keuangan Syariah di Indonesia, diperlukan sinergi dan kerjasama yang baik antar kementerian dan lembaga pemerintah terkait, komunitas, perusahaan jasa keuangan dan pendidikan, dan pihak terkait lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan percakapan yang mendalam dengan ahli dan praktisi keuangan Syariah untuk menentukan pendekatan dan upaya untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan Syariah di Indonesia.

Konsep literasi keuangan syariah melibatkan penggabungan prinsip-prinsip Islam ke dalam literasi keuangan. Ini mencakup berbagai aspek keuangan, termasuk pengelolaan uang dan properti, serta elemen perencanaan keuangan seperti dana pensiun, investasi, dan asuransi. Selain itu juga merambah ke bidang bantuan sosial seperti wakaf, infaq, sadaqah, dan zakat.

Bidang keuangan Islam saat ini sedang mengalami lonjakan yang signifikan, dengan banyaknya lembaga keuangan Islam yang menyediakan berbagai penawaran keuangan yang mematuhi hukum Islam. Perbankan syariah berfungsi sebagai alternatif terhadap sistem kredit konvensional, karena beroperasi tanpa konsep bunga dan menerapkan mekanisme bagi hasil. Munculnya keuangan syariah bertujuan untuk mengatasi praktik problematis terkait riba, maysir, dan

gharar di sektor keuangan. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa keuangan syariah masih memiliki pangsa pasar yang relatif kecil.. Memiliki pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan memungkinkan individu untuk melihat uang dari sudut pandang yang unik dan mempertahankan otoritas atas kesejahteraan finansial mereka. Orang-orang tersebut memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan mereka secara efektif dan membuat keputusan mengenai sumber daya moneter mereka.

Konsep literasi lebih dari sekadar kemahiran membaca dan menulis; ini mencakup pemahaman yang lebih luas tentang dinamika sosial, mencakup pengetahuan, bahasa, dan norma-norma budaya yang membentuk kemampuan individu untuk bernavigasi dan terlibat dengan masyarakat. Konsep literasi keuangan mencakup berbagai aspek seperti kemampuan untuk membedakan pilihan-pilihan keuangan yang berbeda, terlibat dalam diskusi terbuka tentang masalah keuangan tanpa kegelisahan, menyusun strategi untuk masa depan, dan dengan mahir menangani peristiwa kehidupan yang berdampak pada keputusan keuangan sehari-hari, termasuk keadaan ekonomi yang lebih luas. Mencapai literasi keuangan memerlukan kepemilikan keahlian dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif untuk mencapai tujuan. Selain itu, literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kualitas layanan keuangan dan berkontribusi terhadap kemajuan perekonomian dan kemajuan suatu

bangsa. Oleh karena itu, literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan individu atau serangkaian proses kognitif yang bertujuan untuk mengatur dan mengelola keuangan secara efisien.

a. Manfaat Literasi Keuangan Syariah

Hampir setiap negara berfokus pada meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keuangan, yang pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan penggunaan keuangan masyarakat. Salah satu keuntungan dari pengetahuan keuangan syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan pengetahuan terhadap produk keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan resmi dan menahan diri untuk tidak berinvestasi pada instrumen keuangan yang ambigu merupakan dua keuntungan bagi individu.
- 2) Meningkatnya persaingan, atau tingkat persaingan yang sehat antar lembaga keuangan, memberikan keuntungan bagi lembaga keuangan.
- 3) Bagi Negara, Manfaatnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, pengetahuan kemiskinan, mengurangi ketimpangan pendapatan, dan meningkatkan stabilitas sistem keuangan.

3. Pengertian *Islamic Branding*

Islamic Branding adalah sebuah konsep yang relatif baru, praktek nilai seperti kejujuran, hormat pada akuntabilitas dan pemahaman inti dengan prinsip-prinsip syariah. Tujuan dari branding

Islam menerapkan empati dengan menerapkan nilai-nilai syariat adalah dalam rangka untuk menarik konsumen muslim, mulai dari perilaku dan komunikasi pemasaran yang dilakukan.

Pemunculan istilah Islamic Branding yang banyak ditemui saat ini adalah salah satu upaya segmentasi pasar yang dilakukan oleh perusahaan penyedia produk ataupun jasa. Tidak dapat dipungkiri bahwa konsumen muslim di Indonesia merupakan target pasar yang sangat besar. Pasar ini menyediakan sumber potensi yang sangat besar untuk dimasuki.³¹

Menurut Amerika Marketing Association merek atau brand adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Keahlian yang sangat unik dari pemasar profesional adalah kemampuannya untuk menciptakan, memelihara, melindungi dan meningkatkan merek atau brand. Para pemasar mengatakan bahwa pemberian merek adalah seni dan bagian paling penting dalam pemasaran. Pada intinya merek atau brand adalah penggunaan nama, logo, trade, mark, serta slogan untuk membedakan perusahaan-perusahaan dan individu-individu satu sama lain dalam hal apa yang mereka tawarkan. Penggunaan konsisten suatu brand, simbol, atau logo membuat suatu brand tersebut segera dapat dikenali oleh

³¹ Muhammad I, *“islamic branding dan religiusitas serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian oleh konsumen”* (stain sultan abdurrahman press Kabupaten Bintan 2019) 9

konsumen sehingga dengan segala sesuatu yang berkaitan dengannya dapat diingat. Dengan demikian, suatu brand dapat mengandung tiga hal, yaitu sebagai berikut :

- 1) Menjelaskan apa yang di jual perusahaan baik barang maupun jasa
- 2) Menjelaskan apa yang dijalankan oleh Perusahaan
- 3) Menjelaskan profil perusahaan itu sendiri.

Sebuah produk dapat menarik konsumen jika mempunyai merek (brand). Branding memiliki tempat di benak konsumen, bukan di dunia nyata. Branding bukanlah pertarungan untuk menentukan siapa yang dapat membuat produk lebih baik, akan tetapi siapa yang menciptakan persepsi yang lebih baik.

Islamic branding diperlukan sebagai suatu bentuk perubahan pola pikir yang dahulu kerap berkiblat kebarat, serta menjadi suatu bentuk kesadaran umat beragama terutama islam dalam menerapkan syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari. Islamic Branding menawarkan filosofi sekaligus *The way of life* yang berujung pada satu konsep yaitu ketaatan kepada Allah Subhanahu Wata`ala. *Islamic Branding* juga harus mengedepankan kualitas. Perlu diingat bahwa Islam sebagai agama sekaligus jalan hidup yang mengatur segala aspek kehidupan pemeluknya, termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan dengan perkara yang halal. Hal tersebut sebagai mana firman Allah Subhanahu Wata`ala dalam Ayat berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ
الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾ إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ
وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٦٩﴾

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu [168]. Sesungguhnya setan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, serta mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui [169]. (QS. AL-Baqarah (2) : 168-169).

Diriwayatkan dari Alnu'man bin Basyir r.a : Nabi SAW bersabda, “halal dan haram adlah perkara yang jelas, dan diantara keduanya terdapat perkara yang syubhat (sesuatu yang meragukan, sesuatu yang tidak jelas apakah halal atau haram). Maka siapapun yang meninggalkan syubhat karena khawatir melakukan dosa, ia benar-benar telah meninggalkan yang haram, dan siapapun yang berani melakukan syubhat, ia hampir jatuh kepada perkara yang jelas haramnya. Dosa adalah hima (tempat penggembalaan pribadi) milik Allah dan siapapun yang menggembalakan (domba-dombanya) didekatnya, pada saat itu ia benar-benar hampir masuk kedalam-Nya [3 : 267- S.A.].

Branding Islami, yang menganut prinsip-prinsip syariah dan mempraktikkan nilai-nilai seperti integritas, tanggung jawab, dan rasa hormat, merupakan ide yang relatif baru. Dengan menggunakan cita-cita dan empati Syariah, branding Islami berupaya menarik pelanggan Muslim dengan menekankan perilaku dan pesan pemasaran. Salah satu

inisiatif yang dilakukan oleh pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa untuk mensegmentasi pasarnya adalah istilah “Islamic branding” yang kini banyak digunakan. Tidak dapat disangkal bahwa pelanggan Muslim di Indonesia mewakili porsi target pasar yang cukup besar. Pasar ini menawarkan banyak peluang untuk masuk.³²

Merek adalah nama, kata, tanda, simbol, desain, atau kombinasi semuanya yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau sekelompok penjual dan membedakannya dari perusahaan pesaing, menurut American Marketing Association. Kemampuan untuk membangun, melestarikan, mempertahankan, dan meningkatkan suatu merek adalah salah satu kemampuan paling khas dari seorang pemasar yang terampil. Menurut pemasar, branding adalah aspek pemasaran dan bentuk seni yang paling penting. Sederhananya, branding adalah proses penggunaan nama, logo, merek dagang, dan slogan untuk membedakan bisnis dan orang satu sama lain berdasarkan produk atau layanan yang mereka sediakan. Penggunaan konsisten suatu brand, simbol, atau logo membuat suatu brand tersebut segera dapat dikenali oleh konsumen sehingga dengan segala sesuatu yang berkaitan dengannya dapat diingat.

Pemasaran Islami tentunya harus berpegang pada branding Islami. Syariat Islam mengarahkan para pemasar untuk mengedepankan standar moral yang tinggi dalam upaya pemasarannya. Dalam hal ini,

³² Ogilvy, N. *Brands and Muslim Consumers, Oxford Global*” Islamic Branding and Marketing Forums, Said Business School”. University of Oxford.

pemasaran Islami perlu fokus pada sejumlah isu, seperti produk itu sendiri memastikan produk tersebut tidak mengandung bahan atau bahan mentah yang dilarang; penetapan harga, memastikan harga ditetapkan tanpa perjudian, gharar, atau riba; promosi, memastikan bahwa iklan produk tidak menggunakan tipu daya, sumpah palsu, atau daya tarik seks; dan lokasi, memastikan penjualan tidak dilakukan di tempat seperti masjid atau pada waktu yang dilarang, misalnya pada saat salat. Pencitraan merek Islami dilarang dalam beberapa hal, namun hal ini tidak menghentikan umat Islam untuk berkreasi.

a. *Manfaat Islamic Branding*

Ada dua kategori manfaat bagi merek, termasuk merek Islami:

Berikan pelanggan sesuatu yang berharga. Secara umum, merek ingin memberikan nilai bagi pelanggannya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Membantu pelanggan dalam menguraikan, memproses, dan menyimpan banyak informasi tentang merek dan produk.
- 2) Kepercayaan konsumen dalam mengambil Keputusan mengenai apa yang akan dibeli juga dipengaruhi oleh merek.
- 3) Yang lebih signifikan adalah gagasan bahwa persepsi kualitas suatu merek dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pengalaman penggunaan mereka.
- 4) Menambah nilai pada bisnis Merek mempunyai kemampuan untuk menawarkan nilai kepada perusahaan selain nilai yang

mereka berikan kepada konsumen. Kemungkinan manfaat ini meliputi:

- 5) Tingkatkan inisiatif untuk menarik pelanggan baru dan memikat pelanggan yang kembali.
- 6) Meningkatkan kepatuhan terhadap suatu merek. Anggapan akan keunggulan, koneksi, dan merek yang dapat dikenali dapat mendorong pembelian dan memengaruhi kebahagiaan pelanggan.
- 7) Mendorong penetapan harga yang lebih baik dan mengurangi ketergantungan pada penawaran khusus, sehingga memungkinkan margin yang lebih besar. Jelas sekali bahwa merek dengan kelemahan pasar perlu mengeluarkan lebih banyak uang untuk periklanan. Namun merek yang sudah terkenal tidak terlalu membutuhkan biaya iklan yang tinggi.
- 8) Merek dapat menjadi landasan ekspansi bisnis.

4. Pengertian Religiusitas

Agama (religi) adalah suatu sistem yang terdiri dari gagasan-gagasan yang diterima dan diyakini oleh masyarakat, serta ibadah (ritual), upacara dan para pemimpin yang memimpinya. Sistem ini mengatur bagaimana manusia berinteraksi satu sama lain, dengan Tuhan dan dunia tak kasat mata, serta dengan lingkungan sekitarnya. Mereka yang mengikuti metode ini merasakan suasana keseluruhan yang mereka anggap sebagai suasana kekeluargaan. Kapasitas

beragama atau beriman kepada Tuhan, atau keyakinan bahwa ada kekuatan luar yang mengatur kehidupan dan kehidupan kosmos, inilah yang disebut dengan religiusitas.³³

Religiusitas adalah hubungan batin antara manusia dengan Tuhan yang dapat mempengaruhi kehidupannya. Hubungan batin antara manusia dengan Tuhan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, seperti beribadah. Agama atau religiusitas memiliki beberapa aspek atau dimensi yang tidak hanya terwujud dalam perilaku ritual (ibadah), tetapi juga dalam tindakan lain yang dilatarbelakangi oleh kekuatan paranormal.

Religius menurut Islam adalah menjelaskan agama secara menyeluruh, Allah berfirman dalam AL-Quran surat AL-Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.

Menurut Anshori dalam atik masruroh agama menunjukan pada aspek- aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban. Sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati.

³³ Muhammad I, "islamic branding dan religiusitas serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian oleh konsumen"(stain sultan abdurrahman press Kabupaten Bintan 2019) 9

5. Pengertian Pengambilan Keputusan

Pada hakikatnya keputusan merupakan hasil terhadap suatu gagasan yang akan dipraktikkan. Interpretasi suatu keputusan dapat didefinisikan sebagai hasil optimal dari pemilihan salah satu dari dua atau lebih pilihan yang disajikan. Suatu metode atau rangkaian tindakan yang menganalisis berbagai fakta, informasi, data, hipotesis, dan pendapat untuk sampai pada kesimpulan yang terbaik dan paling tepat disebut pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan ini dapat dilakukan baik secara mandiri maupun dengan bantuan atau keterlibatan orang lain, yang pilihannya antara lain: Pengenalan kebutuhan, pada tahap ini konsumen mengenali dan merasakan adanya suatu masalah dan kebutuhan.

6. Pengertian Perbankan Syariah

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang memiliki peran sangat penting dalam perekonomian makro maupun mikro. Keberadaannya sangat vital bagi perkembangan, kemajuan perekonomian suatu negara. Kegiatan pembiayaan (*financing*) sendiri merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu menyediakan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan deficit unit di samping sebagai pengumpul dana masyarakat (*funding*).³⁴ Pada dasarnya bank Islam atau bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Pengertian bank Islam

³⁴ Hidayatullah M F. Manajemen Investasi Bank Syariah. *Human Falah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Vol 1, no 2 2014 DOI: <http://dx.doi.org/10.30829/hf.v1i2.171>

sendiri adalah lembaga keuangan/ perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas peredaran uang dengan menganut prinsip syariat Islam.

Pengertian perbankan syariah juga disebutkan dalam UU No. 21 Tahun 2008. Dalam UU tentang perbankan syariah tersebut tertulis: Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya

Menurut (Sjahdeini, 2017) Bank Syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengarahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.

Menurut (Ascarya, 2018) Bank syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi disektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha(investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau

pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai Syariah yang bersifat makro dan mikro

Perbankan Syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang di kembangkan berdasarkan syariat (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dari agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba secara larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram (misal: usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/ minuman haram, usaha media yang tidak islam dan lain-lain). Dimana hal ini dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional.

1. Tujuan Dan Fungsi Perbankan Syariah

Al-Quran dan Hadis menempatkan keadilan sebagai tujuan utama dalam syariat Islam.

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ
لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ
لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ



Artinya: “Sesungguhnya kami telah mengutus rasul-rasul kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah kami turunkan bersama mereka Al Kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan kadilan. Dan kami ciptakan besi padanya terdapat kekuatan hebat dan banyak manfaat bagi manusia, dan agar Allah mengetahui siapa yang menolong agamanya dan rasul- rasulnya walaupun

(Allah) tidak lihat sesungguhnya Allah maha kuat dan maha perkasa.” (Q.S Al-Hadid 25)

Hal ini menunjukkan betapa pentingnya posisi keadilan didalam syariat Islam. Para ahli hukum dalam sejarah telah sepakat bahwa keadilan merupakan tujuan terpenting dari Maqasid Al-Syariah. Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Sesuai dengan pengertian bank Syariah sebelumnya, bank Syariah adalah suatu Lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank Syariah juga berfungsi manajer investasi dan investor.

2. Produk Perbankan Syariah

Hubungan ekonomi berdasarkan syariah Islam secara garis besar ditentukan oleh hubungan akad yang terdiri dari lima konsep dasar. Bersumber dari lima konsep dasar inilah dapat ditemukan produk-produk lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan bukan bank syariah untuk dioperasionalkan. Kelima konsep tersebut adalah:

a) Prinsip Simpanan Murni (Al-Wadi'ah)

Prinsip simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank syariah untuk memberikan kesempatan bentuk al-

Wadi'ah. Fasilitas al-Wadi'ah biasa diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya giro dan tabungan. Dalam dunia perbankan konvensional al-Wadi'ah identik dengan giro.

b) Bagi Hasil (Syirkah)

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah mudharabah dan musyarakah. Lebih jauh prinsip mudharabah dapat dipergunakan sebagai dasar baik untuk produk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sedangkan musyarakah lebih banyak untuk pembiayaan atau penyertaan

c) Prinsip Jual Beli (at-Tijarah)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin). Implikasinya dapat berupa: Murabahah, salam, dan Istishna'

d) Prinsip Sewa (al-Ijarah)

Prinsip ini secara garis besar terbagi menjadi dua jenis:

1. Ijarah, sewa murni, seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu equipment yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakan dalam waktu dan hanya yang telah disepakati kepada nasabah.
2. Bai al takjiri atau ijarah al muntahiya bit tamlik merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa (*finansial lease*).

e) Prinsip Jasa/ Fee (al-Ajr walumullah)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain Bank Garansi, Kliring, Inkaso, Jasa, Transfer, dll. Secara syariah prinsip ini didasarkan pada konsep al ajr wal umullah. Pada sistem operasi bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (misalnya modal usaha), dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan asosiatif dalam penelitiannya.³⁵ Tujuan dari studi asosiatif adalah untuk menguji persoalan bagaimana suatu variabel berhubungan dengan faktor lainnya.³⁶

Penelitian kuantitatif berbasis positivisme digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, menggunakan metode pengambilan sampel, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini dikenal sebagai "kuantitatif" karena data yang dikumpulkan berupa angka-angka yang digunakan untuk menganalisis.³⁷

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek

³⁵ N Andriani, M Chotib, NWI Rahayu - *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance*, Vol.5, No.1, Juni 2022: 42-60
<https://jurnalpasca.uinkhas.ac.id/index.php/IJIEF/article/view/923>

³⁶ Juliandi, d. I. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.

³⁷ Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.³⁸

Menurut Ma'ruf Abdullah populasi adalah kumpulan inti yang akan diteliti ciri-ciri atau karakteristiknya, dan apabila populasinya terlalu luas, maka peneliti harus mengambil sampel (bagian dari populasi) untuk diteliti.³⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI Angkatan 2021 dan 2022 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang mempunyai rekening.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga peneliti tidak mungkin bisa mempelajari semua yang ada pada populasi. Oleh karena itu peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil harus representatif (mewakili).⁴⁰ Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria atau pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini terdapat kriteria untuk dijadikan sampel yaitu:

1). Mahasiswa aktif fakultas FEBI UIN KHAS JEMBER

2). Angkatan 2021-2022

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

³⁹ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 226.

⁴⁰ Sugiyono, 84-85

3). Mahasiswa yang memiliki rekening

Dengan demikian maka penentuan sampel penelitian dengan menggunakan rumus Slovin dikarenakan sampel dapat diketahui jumlahnya, yang perhitungannya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batasan Toleransi 10%

Dengan:

$$n : \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n : \frac{1.268}{1 + (1.268 \times 0,1^2)}$$

$$n : \frac{1.268}{1 + (1.268 \times 0,01)}$$

$$n : \frac{1.268}{1 + 12,68}$$

$$n : \frac{1.268}{13,68}$$

$$n : 92,6 \text{ Dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah komponen penelitian, tanpa data tidak akan ada penelitian, data dalam penelitian harus valid atau benar, jika tidak valid maka akan menghasilkan informasi dan kesimpulan yang keliru atau salah. Oleh karena itu diperlukan pengambilan data yang benar. Pada penelitian ini, sumber yang digunakan berupa data primer, data sekunder dan dokumentasi.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner.⁴¹ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai sumber utama penelitian. Kuesioner disebarakan secara online di kalangan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember berbentuk google form yang berisi 20 pernyataan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber lain baik organisasi, lembaga, badan, dan institusi yang telah bersedia untuk digunakan sesuai dengan keperluan yang membutuhkan data.⁴²

2. Instrumen Pengumpulan data

Dalam suatu penelitian memerlukan teknik pengumpulan data, untuk keperluan tersebut ada beberapa instrumen pengumpulan data yang bisa digunakan oleh peneliti diantaranya: kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi.⁴³ Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner (angket) dan diukur menggunakan skala likert.

⁴¹ Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022), 64.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif f Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 93.

⁴³ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 247.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.⁴⁴

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan lima alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Tingkat Penilaian Dan Jawaban

Skala Likert		Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

D. Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam uji validitas, setiap pertanyaan diukur dengan menghubungkan jumlah/total dari masing-masing

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif f Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 93.

pertanyaan dengan jumlah/total keseluruhan tanggapan pertanyaan yang digunakan dalam setiap variabel. Untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah instrumen dapat menggunakan perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikan menggunakan *degree of freedom* (df). Adapun rumusnya yaitu $df = n - 2$ dengan tingkat signifikansi besarnya 5%. Sebuah instrumen dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan, dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan hanya pada indikator yang telah melalui pengujian validitas dan dinyatakan valid. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$, walaupun nilai $0,60 - 0,70$ masih dapat diterima.⁴⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi model regresi linear yang digunakan. Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear atau disebut

⁴⁵ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 46.

juga dengan pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas

a) Uji Normalitas

Pengujian terhadap asumsi klasik normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Jika residual data tidak berdistribusi normal maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias.⁴⁶ Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu uji grafik normal probability plot dan uji statistik One-Sample Kolmogorov Smirnov Test,

b) Uji Multikolonieritas

Pengujian terhadap asumsi klasik multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji asumsi klasik multikolinearitas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolinearitas pada model regresi adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak

⁴⁶ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 56.

adanya problem multikolinearitas adalah nilai Tolerance harus > 0.10 dan $VIF < 10$.⁴⁷

c) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika variance dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Pada penelitian ini pengujian menggunakan uji statistik glejser dan dengan melihat grafik scatterplot. Uji statistik glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model regresi. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.⁴⁸

3. Pengujian Hepotesis

a. Uji T (Parsial)

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

⁴⁷ Hengky Latan , 63

⁴⁸ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 66.

- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis yang digunakan pada uji t (parsial) dalam penelitian ini yaitu:

H_0 : Variabel-variabel independen (Literasi Keuangan syariah, Islamic branding dan Religiusitas) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

H_a : Variabel-variabel independen (Literasi Keuangan syariah, Islamic branding dan Religiusitas) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen ataukah tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk uji T sebagai berikut:

- 1) Jika Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa semua variabel

independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesis yang digunakan pada uji f (simultan) dalam penelitian ini yaitu:

H_0 : Variabel Literasi Keuangan syariah, *Islamic branding* dan Religiusitas tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan Jasa Perbankan Syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

H_a : Variabel Literasi Keuangan syariah, *Islamic branding* dan Religiusitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan Jasa Perbankan Syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen

(X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Rumus regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut: variabel independen berhubungan positif atau negatif. Rumus regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dengan keterangan:

Y = Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

X1= Literasi Keuangan Syariah

X2= Islamic Branding

X3= Religiusitas

5. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen, dengan kata lain nilai dari koefisien determinasi bisa digunakan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember

Keberadaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN KHAS Jember tidak dapat dipisahkan dari latar belakang historisnya, proses alih status STAIN Jember menjadi IAIN Jember. Proses transformasi STAIN Jember - IAIN Jember dan ke UIN KHAS Jember melalui proses panjang sebagaimana yang dirumuskan oleh Tim *Taskforce* yang telah dibentuk oleh Ketua STAIN Jember (saat itu), akhirnya pada tahun 2014, berdasarkan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 142 Tahun 2014 telah terjadi Perubahan STAIN Jember menjadi IAIN Jember. Kemudian IAIN Jember resmi berganti status dan nama menjadi UIN K.H. Achmad Siddiq Jember berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2021 tanggal 11 Mei 2021. UIN Jember diberi nama K.H. Achmad Siddiq, seorang ulama yang pernah menjabat sebagai Rais 'Aam Syuriah Nahdlatul Ulama dan perintis pendirian UIN KHAS Jember. Kemudian ditindaklanjuti dengan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2021 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Adapun program studi yang ada di FEBI UIN KHAS Jember sebagai berikut: 1) Perbankan Syariah 2) Ekonomi Syariah 3) Akuntansi Syariah 4) Manajemen Zakat dan Wakaf

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) menjadi salah satu Fakultas baru di lingkungan UIN KHAS Jember. Program studi (Prodi) yang dimiliki 4 (empat) Prodi, yaitu Perbankan Syariah (PS), Ekonomi Syariah (ES), Akuntansi Syariah (AKS), dan Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW). Sebelum beralih status menjadi IAIN Jember sampai menjadi UIN KHAS Jember, saat itu FEBI belum berdiri, Prodi Perbankan Syariah (PS) dan Ekonomi Syariah (ES) sudah berdiri di bawah naungan Jurusan Syariah.

Pendirian Prodi Perbankan Syariah berdasar pada Surat Keputusan Direktur Jenderal Kelembagaan Agama Islam Nomor: Dj.I/1876/2011. Berbekal pada izin yang diperolehnya, penyelenggaraan pendidikan di Prodi Perbankan Syari'ah STAIN Jember (waktu itu) telah menunjukkan perkembangan signifikan, baik dari proses penyelenggaraan pendidikan, ketersediaan fasilitas dan sarana pendidikan, maupun ketersediaan sumberdaya manusia, dosen dan tenaga kependidikan.

Selain ketiga aspek itu, keberadaan Program Studi Perbankan Syari'ah berhasil menarik minat stakeholders, khususnya para calon mahasiswa, untuk menjadikan program studi ini sebagai pilihan proses pendidikannya. Berdasar pada hasil rekapitulasi perkembangan jumlah mahasiswa yang mendaftar pada program studi yang ada di STAIN (saat

itu), ditemukan fakta, jumlah pendaftar yang memilih program studi ini cukup banyak. Secara keseluruhan, saat pertama kali dibuka pendaftaran untuk Prodi ini pada 2012 untuk tahun akademik 2012/2013, yang mendaftarkan diri ke Program Studi Perbankan Syariah sebanyak 269 orang. Dari jumlah keseluruhan tersebut, dengan mempertimbangkan kuota sebagai Prodi yang baru berdiri, ditetapkan yang diterima atau lulus seleksi sebanyak 93 orang. Dari 93 yang lulus seleksi tersebut, sebanyak 75 orang yang melakukan registrasi (80,65%).

Pada tahun 2013 Prodi Ekonomi Syariah (ES) mulai diselenggarakan berdasarkan pada Surat Keputusan Direktur Jenderal Kelembagaan Agama Islam Nomor 2862/2012. Berbekal pada izin yang diperolehnya, penyelenggaraan pendidikan di Prodi Ekonomi Syari'ah STAIN Jember (saat itu) telah menunjukkan perkembangan signifikan, baik dari proses penyelenggaraan pendidikan, ketersediaan fasilitas dan sarana pendidikan, maupun ketersediaan sumberdaya manusia, dosen dan tenaga kependidikan. Setidaknya, keadaan ini bisa dilihat dari semakin meningkatnya ketiga aspek tersebut.

Saat ini, Prodi Perbankan Syariah (PS) dan Ekonomi Syariah (ES) berada di bawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Kemudian mulai tahun 2015 berdiri pula Prodi Akuntansi Syariah, sebagai bentuk jawaban atas permintaan *stakeholders* yang semakin tertarik kepada Prodi-Prodi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Jember. Selanjutnya berdasarkan Keputusan Dirjen Pendis No. 552 tahun

2015 tentang Ijin penyelenggaraan Program Studi pada program sarjana IAIN Jember berdiri prodi Zakat dan Wakaf yang saat itu masih berada di fakultas syariah, selanjutnya berdasarkan Keputusan Dirjen Pendis No. 7030 tahun 2016 tentang penyesuaian Nomenklatur Program Studi pada IAIN Jember bahwa prodi Zakat dan Wakaf ditetapkan dengan nama baru menjadi Manajemen Zakat dan Wakaf. Perubahan nama tersebut disertai dengan berpindahnya Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf yang awalnya di fakultas Syariah beralih ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sehingga, saat ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mengelola 4 Prodi, diantaranya Perbankan Syariah (PS), Ekonomi Syariah (ES), Akuntansi Syariah (AKS) dan Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW).

2. Visi dan Misi

a. Visi

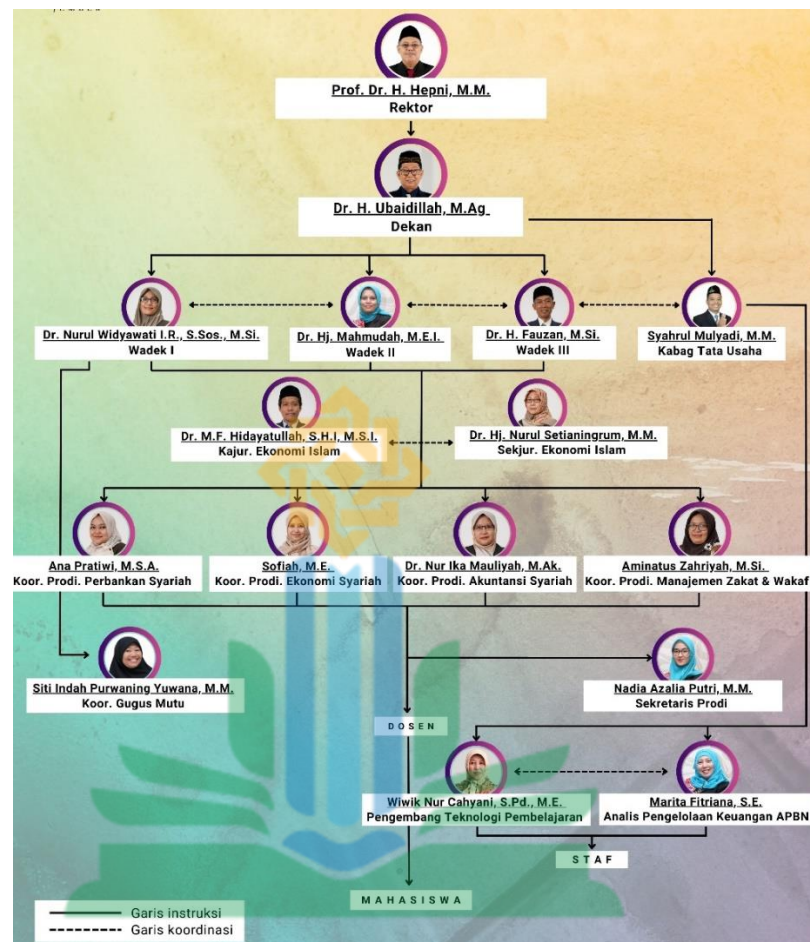
Unggul dalam Bidang Ekonomi, dan Bisnis Islam berlandaskan nilai kearifan lokal di tingkat Asia Tenggara tahun 2035. Excellence in the Field of Islamic Economics and Business based on local wisdom values in the Southeast Asian level in 2035.

b. Misi

1. Memperkuat basis Keilmuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam FEBI UIN KHAS Jember dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran secara profesional dan religius dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.

2. Meningkatkan jumlah dan mutu capaian Pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat serta menjamin berkembangnya pola ilmiah dan pengkajian ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang tepat guna.
3. Membangun budaya akademik yang kompetitif, produktif, dan inovatif dalam pengelolaan sumber daya melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
4. Membangun sistem tata kelola dan reputasi fakultas yang kredibel, akuntabel, dan transparan dan profesional berbasis teknologi informasi.
5. Membangun kepercayaan dan kerja sama dengan lembaga yang kompetitif di tingkat nasional dan internasional.
6. Memperkuat pemberdayaan mahasiswa dan alumni di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Mengembangkan budaya bisnis lokal dan ekonomi kreatif yang berlandaskan ekonomi Islam.

Struktur Organisasi



Sumber: Web Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember

3. Tugas dan Wewenang

1. Dekan (Dr. H. Ubaidillah, M.A)

Tujuan Tugas dan Fungsi: Memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat serta membina tenaga pendidik, tenaga kependidikan, dan mahasiswa Tugas Pokok Dekan berikut: a. Menyusun dan melaksanakan Rencana Strategis yang hendak dicapai dalam masa jabatannya; b. Menyusun program kerja dan anggaran tahunan fakultas; c. Melaksanakan pengembangan pendidikan tinggi sesuai kompetensinya d. Mengkoordinasikan dan

memantau kegiatan pendidikan; e. Mengkoordinasikan dan memantau penelitian untuk pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni; f. Mengkoordinasikan dan memantau kegiatan pengabdian kepada masyarakat; g. Melaksanakan kerja sama bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dengan pihak lain di dalam dan luar negeri h. Melaksanakan pembinaan sivitas akademika; I. Menyusun dan menyampaikan Laporan Tahunan kepada Rektor.

2. Wakil Dekan I (Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga) (Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos, M.Si)

Tujuan Tugas dan Fungsi: Membantu Dekan dalam memimpin pelaksanaan akademik atau pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Tugas Pokok: a. Merencanakan, melaksanakan, mengembangkan, dan melakukan evaluasi pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat; b. Membina dosen di bidang akademik c. Melakukan inventarisasi kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada Masyarakat d. Melakukan pemantauan dan evaluasi proses pembelajaran setiap semester; e. Melakukan pemantauan dan evaluasi sistem penerimaan mahasiswa baru f. Melakukan pengendalian standarisasi baku mutu pendidikan akademik dan profesi; g. Melakukan koordinasi fungsional dengan Wakil Rektor Bidang Akademik

3. Wakil Dekan II (Bidang Perencanaan Keuangan, dan Administrasi Umum) (Dr. Hj. Mahmudah, M.El)

Tujuan Tugas dan Fungsi: Membantu Dekan dalam memimpin pelaksanaan kegiatan di bidang administrasi umum dan keuangan.

Tugas Pokok: a. Merencanakan dan mengelola anggaran pendapatan dan belanja Fakultas; b. Melakukan pembinaan karier dan kesejahteraan dosen, tenaga tenunjang akademik, dan tenaga administrasi c. Mengurus ketatausahaan, kerumahtanggaan, ketertiban dan keamanan Fakultas; d. Menyelenggarakan pengelolaan data bidang administrasi umum e. Melakukan pemantauan dan evaluasi kinerja dosen, tenaga tenunjang akademik, dan tenaga administrasi; f. Melakukan koordinasi penyusunan Daftar Usulan Kegiatan, Daftar Isian Proyek, dan Daftar Isian Kegiatan setiap unit kerja g. Melakukan koordinasi fungsional dengan Wakil Rektor Bidang Perencanaan, Keuangan dan Administrasi Umum h. Menyusun dan menyampaikan Laporan Tahunan kepada dekan

4. Wakil Dekan III (Bidang Alumni, Kemahasiswaan dan Kerja Sama) (Dr. H. Fauzan, S.Pd.,M.Si)

Tujuan Tugas dan Fungsi: Membantu Dekan dalam pelaksanaan kegiatan di bidang pembinaan serta pelayanan kesejahteraan mahasiswa. Tugas Pokok: a. Merencanakan, melaksanakan, mengembangkan, dan melakukan evaluasi kegiatan kemahasiswaan; b. Menjalin kerjasama Fakultas dan Hubungan Masyarakat; c. Melakukan

pembinaan kesejahteraan mahasiswa d. Melakukan usaha peningkatan dan pengembangan minat, bakat, dan penalaran mahasiswa e. Melakukan koordinasi dengan Pengurus Keluarga Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam f. Melakukan koordinasi fungsional dengan Wakil Rektor Bidang Alumni, Kemahasiswaan dan Kerjasama g. Menyusun dan menyampaikan Laporan Tahunan kepada Dekan

5. Ketua Jurusan (Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I)

Tugas Pokok: a. Menyusun rencana dan program kerja Jurusan. b. Mengkoordinasikan dan membagi tugas kepada Sekretaris Jurusan dan Koordinator Program Studi c. Menyusun konsep petunjuk teknis di bidang Akademik khususnya penyelenggaraan kurikulum sebagai bahan masukan atasan; d. Menjalankan kebijakan akademik dan standar mutu pendidikan yang ditetapkan fakultas. e. Mengkoordinasikan kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat di Jurusan. f. Melaksanakan pengembangan jurusan di bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat. g. Melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan proses belajar mengajar di tingkat jurusan. h. Berkoordinasi dengan Wakil Dekan di Bidang Akademik dalam menjalankan tupoksi i. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tupoksi

6. Sekretaris Jurusan (Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE.,MM)

Tugas Pokok: a. Melaksanakan kegiatan administratif dan kesekretariatan jurusan. b. Mengkoordinasikan penyusunan dan

pengembangan kurikulum pendidikan jurusan. c. Mengkoordinasikan kegiatan proses belajar mengajar bersama dengan Kelompok Dosen Keahlian. d. Menyusun jadwal perkuliahan di tingkat jurusan. e. Mengkoordinasikan kegiatan laboratorium di lingkungan jurusan dengan dibantu penanggung jawab laboratorium f. Mengkoordinasikan kegiatan Praktek Kerja Lapangan dan atau Kuliah Kerja Nyata mahasiswa. g. Menyusun basis data akademik kemahasiswaan di Jurusan. Menyusun basis data kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat di Jurusan. h. Malaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tupoksi.

7. Koordinator Program Studi Perbankan Syariah (Ana Pratiwi, SE.Ak., MSA)

Tugas Pokok: a. Membantu tugas Wakil Dekan Bidang Akademik dalam pelaksanaan pelaksanaan peningkatan mutu akademik, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Tri Dharma Perguruan Tinggi) pada tingkat Program Studi. b. Berkoordinasi dengan Gugus Mutu Fakultas dalam melakukan penjaminan mutu akademik. c. Menyusun rencana dan program kerja program studi sebagai pedoman kerja. d. Menentukan dosen pengampu mata kuliah tiap semester. e. Menentukan dosen pembimbing dan penguji PKL dan tugas akhir. f. Melakukan evaluasi terhadap lama studi para mahasiswa. g. Mengkoordinasikan pembuatan Rencana Pembelajaran Semester

(RPS) pengajaran. h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tupoksi.

8. Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah (Sofiah, ME) Tugas Pokok: a. Membantu tugas Wakil Dekan Bidang Akademik dalam pelaksanaan pelaksanaan peningkatan mutu akademik, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Tri Dharma Perguruan Tinggi) pada tingkat Program Studi. b. Berkoordinasi dengan Gugus Mutu Fakultas dalam melakukan penjaminan mutu akademik. c. Menyusun rencana dan program kerja program studi sebagai pedoman kerja. d. Menentukan dosen pengampu mata kuliah tiap semester. e. Menentukan dosen pembimbing dan penguji PKL dan tugas akhir. f. Melakukan evaluasi terhadap lama studi para mahasiswa. g. Mengkoordinasikan pembuatan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) pengajaran h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tupoksi
9. Koordinator Program Studi Akuntansi Syariah (Dr. Nur Ika Maulidyah., M.Ak) Tugas Pokok: a. Membantu tugas Wakil Dekan Bidang Akademik dalam pelaksanaan pelaksanaan peningkatan mutu akademik, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Tri Dharma Perguruan Tinggi) pada tingkat Program Studi. b. Berkoordinasi dengan Gugus Mutu Fakultas dalam melakukan penjaminan mutu akademik. c. Menyusun rencana dan program kerja program studi sebagai pedoman kerja. d. Menentukan dosen pengampu mata kuliah

tiap semester. e. Menentukan dosen pembimbing dan penguji PKL dan tugas akhir. f. Melakukan evaluasi terhadap lama studi para mahasiswa. g. Mengkoordinasikan pembuatan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) pengajaran. h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tupoksi. Tugas Berkal

10. Koordinator Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf (Aminatuz Zahria, SE.,M.Si)

Tugas Pokok: a. Membantu tugas Wakil Dekan Bidang Akademik dalam pelaksanaan pelaksanaan peningkatan mutu akademik, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Tri Dharma Perguruan Tinggi) pada tingkat Program Studi. b. Berkoordinasi dengan Gugus Mutu Fakultas dalam melakukan penjaminan mutu akademik. c. Menyusun rencana dan program kerja program studi sebagai pedoman kerja. d. Menentukan dosen pengampu mata kuliah tiap semester. e. Menentukan dosen pembimbing dan penguji PKL dan tugas akhir. f. Melakukan evaluasi terhadap lama studi para mahasiswa. g. Mengkoordinasikan pembuatan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) pengajaran. h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tupoksi.

11. Sekretaris Program Studi (Nadia Azalia Putri, MM)

Tugas Pokok: a. Membantu ketua Program Studi dalam menyusun rencana dan program pelaksanaan peningkatan mutu akademik, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Tri Dharma Perguruan

Tinggi) pada tingkat Program Studi. Berkoordinasi dengan Gugus Mutu Fakultas dalam melakukan penjaminan mutu akademik. b. Menyusun rencana dan program kerja program studi sebagai pedoman kerja. c. Memberi layanan administrasi bagi dosen, mahasiswa dan pihak luar yang akan melakukan penelitian dan kegiatan akademik lainnya d. Menyusun Jadwal Distribusi Mata kuliah e. Menentukan dosen pengampu mata kuliah tiap semester. f. Menentukan dosen pembimbing dan penguji PKL dan tugas akhir. g. Melakukan evaluasi terhadap lama studi para mahasiswa. h. Mengkoordinasikan pembuatan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) pengajaran i. Notulen Rapat di fakultas j. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tupoksi.

12. Pengembang Teknologi Pembelajaran (Wiwik Nurcahyani, SE., M.E)

Tugas dan kewajiban Pengembang Teknologi Pembelajaran adalah sebagai berikut: a. Menghimpun dan menelaah perundang-undangan bidang ketatausahaan akademik kemahasiswaan b. Menghimpun database dan informasi administrasi akademik Fakultas (Siakad, Sister dan Forlap); c. Membantu Kepala Bagian menerima, mengarsip atau menyimpan data akademik Fakultas; d. Membuat persuratan bidang akademik, kemahasiswaan dan penelitian; e. Mempersiapkan dan membantu proses akreditasi program studi; f. Mengkoordinasikan dan melaksanakan administrasi yudisium dan wisuda di tingkat Fakultas; g. Mengkoordinasikan dan melaksanakan penyusunan buku panduan dan

kalender akademik tingkat Fakultas; h. Merencanakan kegiatan awal perkuliahan dan akhir perkuliahan; i. Melaksanakan kegiatan penunjang turnitin; j. Merencanakan kegiatan kegiatan Ujian Tengah Semester (UTS); k. Merencanakan kegiatan Ujian Akhir Semester (UAS); l. Merencanakan kegiatan ujian Komprehenship dan proposal m. Merencanakan kekuatan ujian skripsi berkoordinasi dengan Wakil Dekan bidang Akademik; n. Melaksanakan koordinasi dengan bagian keuangan fakultas; o. Melaksanakan tugas lain atas perintah atasan sesuai dengan tupoksi

13. **Analisis Keuangan, Umum dan Kerumahtanggaan/ Marita Fitriana, SE.**

Tugas dan kewajiban Analisis Keuangan, Umum dan Kerumahtanggaan adalah sebagai berikut: a. Menghimpun dan menelaah perundang-undangan bidang ketatausahaan perencanaan, keuangan dan umum b. Menyiapkan bahan, inventarisir kebutuhan, penyusunan perencanaan anggaran dan kegiatan Fakultas c. Membantu Kepala Bagian menyiapkan data administrasi perencanaan, keuangan dan umum Fakultas; d. Menyusun RPD dalam 1 tahun anggaran ; e. Melaksanakan pelayanan administrasi kegiatan perencanaan anggaran dan pencairan keuangan kegiatan Fakultas ; f. Melakukan pencatatan dan pembukuan keuangan Fakultas sesuai dengan peraturan yang berlaku; g. Membuat laporan pertanggungjawaban/realisasi keuangan setiap akhir bulan; h. Membuat dan menyampaikan laporan pelaksanaan tugas kepada atasan i. Melakukan penyusunan dokumen

yang berkaitan dengan kepegawaian, pengelolaan barang milik negara (BMN), ketatausahaan, kerumahtanggaan umum dan sistem informasi; j. Melakukan koordinasi dengan bagian akademik fakultas; k. Tugas lain atas perintah atasan sesuai dengan tupoksi.

B. Penyajian Data

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, yang memberikan gambaran rinci tentang individu, gejala, keadaan, atau kelompok yang diteliti. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan. Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan berjumlah 16 pernyataan diantaranya 4 pernyataan dari variabel X_1 , 4 pernyataan dari variabel X_2 , 4 pernyataan dari variabel X_3 , dan 4 pernyataan dari variabel Y . Kuesioner yang dibagikan kepada responden (Mahasiswa FEBI UIN) berisikan pernyataan mengenai pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang mewakili berbagai karakteristik berdasarkan jenis kelamin. Informasi detail mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditemukan dalam tabel yang tersedia.:

Tabel 4. 1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	
		F	%
1	Laki-Laki	23	22,5%
2	Perempuan	79	77,5%
Total		100	100%

Sumber: Data Kuesioner, Diolah 2025

Berdasarkan rekapitulasi data yang sudah dipaparkan di atas diketahui frekuensi persebaran responden berdasarkan jenis kelaminnya menunjukkan bahwa 23 responden berjenis kelamin laki-laki dan 79 responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan lebih besar daripada jumlah responden laki-laki. Perempuan mungkin lebih mencari keamanan dan kepastian dalam produk keuangan mereka. Produk perbankan syariah sering kali dipromosikan sebagai lebih etis dan aman karena tidak melibatkan riba (bunga) dan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip keadilan dan transparansi. Atau mungkin perempuan memainkan peran penting dalam pengelolaan keuangan keluarga. Mereka mungkin lebih cenderung memilih perbankan syariah untuk memastikan bahwa keuangan keluarga mereka diatur sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

2. Responden Berdasarkan Program Studi

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang mewakili berbagai karakteristik dan program studi. Detail karakteristik responden atau nasabah berdasarkan fakultas dapat ditemukan dalam tabel yang tersedia

Tabel 4. 2
Data Responden Berdasarkan Program Studi

No	Program Studi	Responden	
		F	%
1	Ekonomi Syariah	20	19,6%
2	Perbankan Syariah	64	62,7%
3	Akuntansi Syariah	14	13,7%
4	Manajemen Zakat Dan Wakaf	4	3,9%
Total		100	100%

Sumber: Data Kuesioner, Diolah 2025

Berdasarkan rekapitulasi data yang sudah dipaparkan di atas diketahui frekuensi persebaran responden berdasarkan fakultas menunjukkan bahwa 20 responden berasal dari Program Studi Ekonomi syariah, 64 responden berasal dari Program studi Perbankan syariah dan, 14 responden berasal dari Program Studi Akuntansi Syariah, 4 responden berasal dari Program studi manajemen zakat dan wakaf. Berdasarkan data tersebut responden paling banyak berasal dari Program studi perbankan syariah hal ini dikarenakan mahasiswa perbankan syariah mempelajari berbagai aspek perbankan syariah, termasuk prinsip-prinsip syariah, produk, dan layanan yang ditawarkan. Pengetahuan ini membuat mereka lebih akrab dan nyaman dengan sistem perbankan syariah, sehingga lebih mungkin untuk menggunakan jasa tersebut dan Program studi perbankan syariah biasanya memasukkan materi tentang praktik dan produk perbankan syariah dalam kurikulumnya. Mahasiswa mungkin diminta untuk melakukan praktik atau penelitian yang melibatkan penggunaan layanan perbankan syariah sebagai bagian dari studi mereka, yang mendorong mereka untuk membuka dan menggunakan akun perbankan syariah.

3. Responden Berdasarkan Angkatan

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang mewakili berbagai karakteristik dan program studi. Detail karakteristik responden atau nasabah berdasarkan fakultas dapat ditemukan dalam tabel yang tersedia

Tabel 4. 3
Data Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Responden	
		F	%
1	2021	70	68,6%
2	2022	32	31,4%
Total		100	100%

Sumber: Data Kuesioner, Diolah 2025

Berdasarkan rekapitulasi data yang sudah dipaparkan di atas diketahui frekuensi persebaran responden berdasarkan Angkatan menunjukkan bahwa 70 responden Dari Angkatan 2021 dan 32 responden dari Angkatan 2022.

C. Analisis dan Pengujian Hepotesis

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam uji validitas, setiap pertanyaan diukur dengan menghubungkan jumlah/total dari masing-masing pertanyaan dengan jumlah/total keseluruhan tanggapan pertanyaan yang digunakan dalam setiap variabel.

Untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah instrumen dapat menggunakan perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikan menggunakan *degree of*

freedom (df). Adapun rumusnya yaitu $df = n-2$ dengan tingkat signifikansi besarnya 5%. Sebuah instrumen dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam penelitian ini nilai n adalah besarnya sampel yaitu 100 sehingga diperoleh $df = 98$ dengan taraf signifikan 5%, maka diketahui r_{tabel} sebesar 0,196 sehingga ketika $r_{hitung} > 0,196$ dapat dikatakan valid. Berikut dilampirkan hasil uji validitas yang sudah peneliti dapatkan

Tabel 4. 4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Literasi Keuangan Syariah(X1)

		Correlations				
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	.143	.160	.143	.521**
	Sig. (2-tailed)		.157	.112	.157	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	.143	1	.035	1.000**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.157		.728	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.160	.035	1	.035	.486**
	Sig. (2-tailed)	.112	.728		.728	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.143	1.000**	.035	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.157	.000	.728		.000
	N	100	100	100	100	100
X1_T OTA L	Pearson Correlation	.521**	.821**	.486**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat pada tabel bahwa pernyataan pertama diketahui $0,521 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui $0,821 > 0,196$

dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan ketiga diketahui $0,486 > 0,196$ juga dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dan pernyataan keempat dinyatakan valid karena diketahui nilai $0,821 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan untuk variabel X1 yaitu Literasi keuangan syariah terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dinyatakan valid.

Tabel 4. 5
Hasil Pengujian Validitas Variabel Islamic Branding (X₂)

Correlations						
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_TOTAL
X2_1	Pearson Correlation	1	.145	.074	-.218*	.556**
	Sig. (2-tailed)		.149	.464	.029	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.145	1	-.062	-.367**	.324**
	Sig. (2-tailed)	.149		.540	.000	.001
	N	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.074	-.062	1	-.082	.484**
	Sig. (2-tailed)	.464	.540		.415	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	-.218*	-.367**	-.082	1	.340**
	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.415		.001
	N	100	100	100	100	100
X2_TOTAL	Pearson Correlation	.556**	.324**	.484**	.340**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat pada tabel bahwa pernyataan pertama diketahui $0,556 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui $0,324 > 0,196$ dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan ketiga diketahui $0,484 > 0,196$ juga dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dan pernyataan keempat dinyatakan valid karena diketahui nilai $0,340 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan untuk variabel X2 yaitu *Islamic Branding* terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dinyatakan valid.

Tabel 4. 6
Hasil Pengujian Validitas Variabel Religiusitas (X₃)

		Correlations				
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_TOTAL
X3_1	Pearson Correlation	1	.008	-.074	-.117	.479**
	Sig. (2-tailed)		.934	.462	.246	.000
	N	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	.008	1	.102	-.177	.507**
	Sig. (2-tailed)	.934		.313	.079	.000
	N	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	-.074	.102	1	-.116	.513**
	Sig. (2-tailed)	.462	.313		.250	.000
	N	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	-.117	-.177	-.116	1	.303**
	Sig. (2-tailed)	.246	.079	.250		.002
	N	100	100	100	100	100
X3_TOTAL	Pearson Correlation	.479**	.507**	.513**	.303**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat pada tabel bahwa pernyataan pertama diketahui $0,479 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui $0,507 > 0,196$ dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan ketiga diketahui $0,513 > 0,196$ juga dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dan pernyataan keempat dinyatakan valid karena diketahui nilai $0,303 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan untuk variabel X3 yaitu Religiusitas terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dinyatakan valid.

Tabel 4. 7
Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Menggunakan (Y)

		Correlations				
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_TOTAL
Y_1	Pearson Correlation	1	-.035	-.065	-.002	.563**
	Sig. (2-tailed)		.727	.519	.982	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	-.035	1	-.121	.029	.391**
	Sig. (2-tailed)	.727		.229	.775	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	-.065	-.121	1	.014	.411**
	Sig. (2-tailed)	.519	.229		.890	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	-.002	.029	.014	1	.529**
	Sig. (2-tailed)	.982	.775	.890		.000
	N	100	100	100	100	100
Y_TOTAL	Pearson Correlation	.563**	.391**	.411**	.529**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat pada tabel bahwa pernyataan pertama diketahui $0,563 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui $0,391 > 0,196$ dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan ketiga diketahui $0,411 > 0,196$ juga dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dan pernyataan keempat dinyatakan valid karena diketahui nilai $0,529 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan untuk variabel Y yaitu yaitu keputusan menggunakan dalam penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa perbankan syariah

(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) dinyatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan, dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan hanya pada indikator yang telah melalui pengujian validitas dan dinyatakan valid. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$, walaupun nilai $0,60 -$

0,70 masih dapat diterima.⁴⁹ Dalam penelitian ini tingkat atau taraf signifikan menggunakan 0,60 yang setara dengan 0,6 dengan ketentuan jika nilai Alpha > 0,6 maka dinyatakan reliabel. Sebaliknya jika nilai Alpha < 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel atau tidak memenuhi syarat hasil dari *Cronbach Alpha*. Berikut dilampirkan hasil uji reliabilitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 8
Hasil Pengujian Variabel X₁

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.672	4

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai yang diperoleh dari Cronbach Alpha adalah 0,57. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X₁) dalam penelitian mengenai Pengaruh Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa perbankan syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah reliabel karena nilai Cronbach Alpha > 0,60 yaitu 0,67 > 0,60.

Tabel 4. 9
Hasil Pengujian Variabel X₂

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.792	4

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai yang diperoleh

⁴⁹ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 46

dari Cronbach Alpha adalah 0,76. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Islamic Branding* (X2) dalam penelitian mengenai Pengaruh Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa perbankan syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah reliabel karena nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ yaitu $0,79 > 0,60$.

Tabel 4. 10
Hasil Pengujian Variabel X₃

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	4

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai yang diperoleh dari Cronbach Alpha adalah 0,76. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas (X3) dalam penelitian mengenai Pengaruh Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa perbankan syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah reliabel karena nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ yaitu $0,84 > 0,60$.

Tabel 4. 11
Hasil Pengujian Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.637	4

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai yang diperoleh dari Cronbach Alpha adalah 0,63. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan Menggunakan (Y) dalam penelitian mengenai Pengaruh Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa perbankan syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah reliabel karena nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ yaitu $0,63 > 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi model regresi linear yang digunakan.⁵⁰ Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear atau disebut juga dengan pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Pengujian terhadap asumsi klasik normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Jika residual data tidak berdistribusi normal maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias.⁵¹ Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan

⁵⁰ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 56

⁵¹ Hengky Latan, 56

dengan dua metode yaitu uji grafik normal probability plot dan uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Pada uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov*, jika diperoleh nilai signifikansi >0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal secara multivariate. Pada uji grafik normal probability plot, apabila pada grafik normal probability plot terlihat titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan residual data memiliki distribusi normal. Berikut dilampirkan hasil uji normalitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 12
Hasil uji statistik One Sample Kolmogorov Smirnov

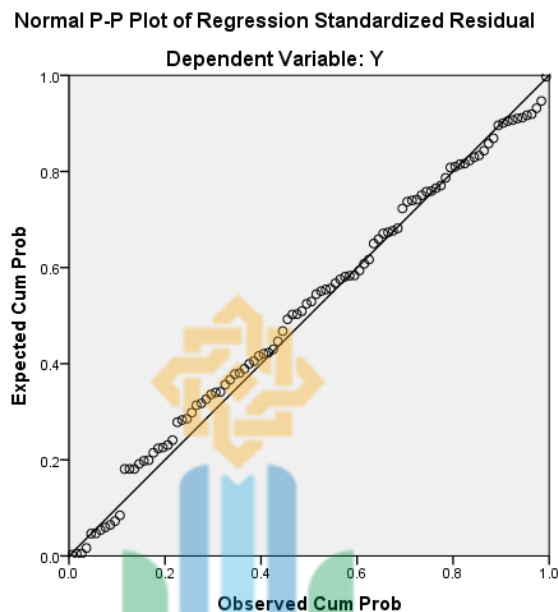
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48921925
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.047
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan uji statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov* diatas dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dengan perolehan nilai signifikansi sebesar 0,200. Hasil tersebut lebih dari taraf

signifikansi $> 0,05$.

Tabel 4.13
Hasil Uji Grafik Normal Propability Plot



Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Dari hasil uji grafik normalitas P-Plot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan tidak jauh melebar dari garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji statistik *One- Sample Kolmogorov Smirnov* dan uji grafik normalitas P-Plot dapat disimpulkan bahwa pada uji tes normalitas pada penelitian mengenai Pengaruh Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa perbankan syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah terdistribusi normal dan dapat dilanjutkan dengan tahapan uji berikutnya.

b. Uji Multikolonieritas

Pengujian terhadap asumsi klasik multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji asumsi klasik multikolinearitas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolinearitas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* harus > 0.10 dan $VIF < 10$.⁵² Berikut dilampirkan hasil uji multikolinearitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 14
Hasil Pengujian Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.383	1.747		3.081	.003		
	Literasi	.009	.075	.011	.116	.908	.905	1.105
	Islamic	.257	.122	.227	2.104	.038	.701	1.427
	Religiusitas	.329	.121	.298	2.722	.008	.682	1.466

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas, bisa diketahui nilai *Tolerance* dan *VIF* variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) memperoleh nilai

⁵² Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 6

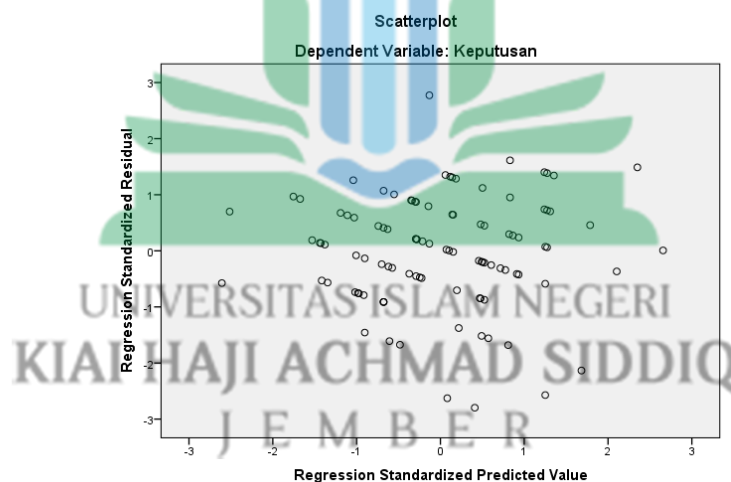
Tolerance sebesar 0,905 dan nilai VIF sebesar 1,105. Pada variabel persepsi manfaat (X_2) diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,701 dan nilai VIF sebesar 1,427. Pada variabel kepercayaan (X_3) diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,682 dan nilai VIF sebesar 1,466. Dengan demikian dapat disimpulkan dari hasil yang didapatkan nilai *Tolerance* dan nilai VIF dari setiap variabel independen yaitu variabel Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas dalam penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) menunjukkan tidak adanya problem multikolinearitas karena nilai *Tolerance* setiap variabel independen > 0.10 dan nilai VIF setiap variabel independen < 10 . Dengan hasil tersebut berarti sudah layak untuk melanjutkan uji berikutnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika variance dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Pada penelitian ini pengujian menggunakan ujistatistik glejser dan uji grafik *Scatterplot*. Uji statistik glejser yaitu dengan mentransformasi

nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model regresi. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.⁵³ Sedangkan uji grafik *Scatterplot* yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada suatu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Berikut dilampirkan hasil uji heteroskedastisitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 15
Hasil Uji Grafik Scatterplot



Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil uji grafik *Scatterplot* diatas menunjukkan bahwa plot terdistribusi secara merata diatas dan di bawah sumbu 0 dan tidak membentuk suatu pola, sehingga dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Akan tetapi untuk menguatkan hasil uji

⁵³ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 66

ini perlu dilakukan uji statistik glejser.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Statistik Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.410	1.085		-.378	.707
	X1	.040	.047	.091	.862	.391
	X2	.000	.076	.000	.003	.997
	X3	.068	.075	.111	.909	.365
a. Dependent Variable: ABS						

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil uji statistik glejser diatas, dapat diketahui nilai signifikan dari semua variabel independen memiliki nilai signifikansi $>0,05$, variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) memperoleh nilai signifikansi 0,391. Pada variabel *Islamic Branding* (X_2) memperoleh nilai signifikansi 0,997. Dan pada Religiusitas (X_3) memperoleh nilai signifikansi 0,365.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji grafik *Scatterplot* dan hasil uji statistik glejser dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel Literasi Keuangan syariah, *Islamic branding*, dan Religiusitas dalam penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas dalam penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) tidak terjadi problem heteroskedastisitas dan sudah layak dilanjutkan

dengan uji berikutnya.

3. Pengujian Hepotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui nilai t_{tabel} didapatkan dengan rumus t_{tabel}

$= (a/2; n-k-1)$. nilai n adalah jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang. Nilai k adalah jumlah variabel independen yaitu

3. Sehingga diperoleh nilai $df = 100-3-1$ diperoleh hasil $df =$

96. Untuk nilai α yaitu tingkat kepercayaan penelitian yaitu $0,05 / 2$

$= 0,025$. Sehingga dapat diketahui bahwa nilai t_{tabel} dari df 96 dengan tingkat kepercayaan 0,05 adalah 1,985. Hasil uji t (parsial) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 17
Uji Hepotesis Dengan Uji T Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.896	1.445		5.465
	Literasi	.317	.102	.280	3.095
	Islamic	.436	.101	.394	4.320
	Religiusitas	.334	.053	.498	6.337

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Analisis Uji T Sebagai Berikut:

1. Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan

Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai

Haji Achmad Siddiq Jember)

Hepotesis:

H_{01} : Variabel Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh

signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan jasa

perbankan syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN

Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

H_{a1} : Variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh signifikan

secara parsial terhadap keputusan menggunakan Jasa

Perbankan Syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN

Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,095 dan nilai signifikansi 0.003 maka dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $3,095 > 0,003$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial variabel Literasi keuangan syariah (X_1) terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

2. *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Hepotesis:

H_{01} : Variabel *Islamic Branding* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

H_{a1} : Variabel *Islamic Branding* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan Jasa Perbankan Syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,320 dan nilai signifikansi 0.000 maka dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $4,320 > 0,000$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial variabel *Islamic Branding* (X_2) terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

3. Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Hepotesis:

H_{01} : Variabel Religiusitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

H_{a1} : Variabel Religiusitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan Jasa Perbankan Syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai

t_{hitung} sebesar 6.337 dan nilai signifikansi 0.000 maka dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $6.337 > 0,000$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial variabel Religiusitas (X_3) terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen ataukah tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk uji f sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesis yang digunakan pada uji f (simultan)

dalam penelitian ini yaitu:

Ho4: Variabel Literasi keuangan syariah , *Islamic branding*, dan Religiusitas tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Ha4: Variabel Literasi keuangan syariah , *Islamic branding*, dan Religiusitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Untuk mengetahui nilai F_{tabel} didapatkan dengan rumus $F_{\text{tabel}} = k ; n-k$. Nilai k adalah jumlah variabel independen yaitu 3. Nilai n adalah jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang. Sehingga diperoleh nilai $F_{\text{tabel}} = 3 ; 100-3$ diperoleh hasil $F_{\text{tabel}} = 3 ; 97$. Jika dilihat dari distribusi F_{tabel} nilai dari 3; 97 yaitu sebesar 2,70. Hasil uji f (simultan) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 18
Hipotesis Dengan Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.630	3	20.210	8.837	.000 ^b
	Residual	219.560	96	2.287		
	Total	280.190	99			
a. Dependent Variable: Keputusan						
b. Predictors: (Constant), Reliqiusitas, Literasi, Islamic						

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 8,83 dan nilai signifikansi 0,00 maka dapat disimpulkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $8,82 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya semua variabel independen yang terdiri dari Literasi keuangan syariah , *Islamic branding*, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Pada penelitian ini akan menguji analisis regresi linier berganda pada variabel Literasi Keuangan

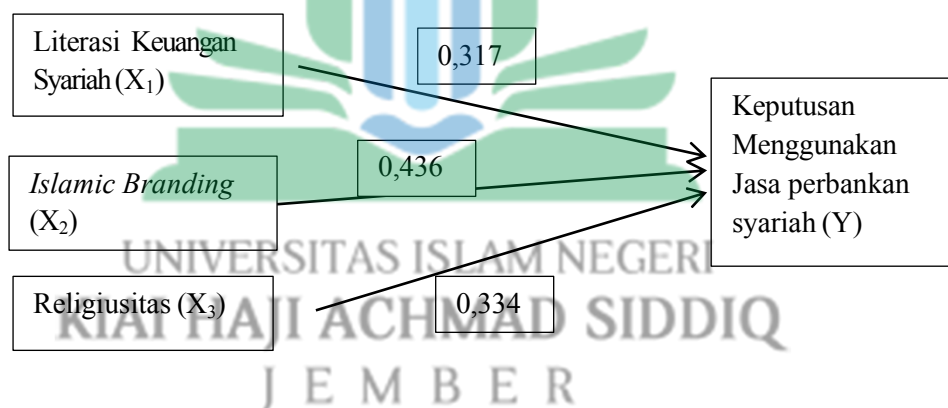
syariah (X_1), *Islamic branding* (X_2), dan Religiusitas (X_3) terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah (Y). Hasil uji regresi linear dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 19
Uji Hepotesis dengan Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.896	1.445		.000
	Literasi	.317	.102	.280	.003
	Islamic	.436	.101	.394	.000
	Religiusitas	.334	.053	.498	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23



Berdasarkan hasil output diatas, diperoleh persamaan model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 7,896 + 0,317 + 0,436 + 0,334$$

$$+ e \quad Y = 8,983 + e$$

Dari persamaan tersebut maka dapat diuraikan :

- Koefisien konstanta bernilai positif yaitu sebesar 7,896, hal ini menunjukkan bahwa pada variabel independen yaitu literasi keuangan

syariah (X_1), *islamic branding* (X_2), dan religiusitas (X_3) sebesar 0 persen dan tidak mengalami perubahan maka nilai konstan sebesar 7,986. Jadi dapat disimpulkan nilai variabel independen mempengaruhi nilai variabel dependen.

- b. Nilai b_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,317 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah (X_1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (Y) hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel literasi keuangan syariah (X_1) naik maka nilai variabel keputusan menggunakan bank digital (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,317
- c. Nilai b_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,436 menunjukkan bahwa variabel *islamic branding* (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (Y) hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel *islamic branding* (X_2) naik maka nilai variabel keputusan menggunakan bank digital (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,317
- d. Nilai b_3 (nilai koefisien regresi X_3) sebesar 0,334 menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X_3) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (Y) hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel religiusitas (X_3) naik maka nilai variabel keputusan menggunakan bank digital (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,334

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen, dengan kata lain nilai dari koefisien determinasi bisa digunakan seberapa besar pengaruh variabel independen yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan menggunakan bank digital studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember). Hasil uji koefisien determinasi atau (R^2) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 20
Uji Hepotesis dengan Uji koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 ^a	.754	.747	.454

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi, Islamic

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat diketahui nilai R Square adalah 0,754 yang artinya bahwa semua variabel independen (Literasi keuangan syariah , *Islamic branding*, dan Religiusitas) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan menggunakan jasa perbankan syariah sebesar 75,4%. Sedangkan 24,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi keuangan syariah , *Islamic branding*,

dan Religiusitas mempengaruhi sebesar 75,4% terhadap keputusan jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Literasi keuangan syariah, *Islamic branding*, dan Religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Literasi keuangan Syariah adalah Tingkat pemahaman dan pengetahuan mahasiswa mengenai prinsip-prinsip dasar, produk, dan layanan keuangan syariah, termasuk pemahaman tentang riba, zakat, mudharabah, dan musyarakah.

Pada penelitian ini variabel Literasi keuangan Syariah (X1) mempunyai 4 indikator yang digunakan diantaranya adalah 1. Pengetahuan umum yaitu tentang Pemahaman dasar mengenai konsep keuangan syariah, termasuk prinsip-prinsip ekonomi Islam (seperti larangan riba, gharar, dan maysir). 2. Asuransi yaitu tentang Pemahaman tentang asuransi syariah (takaful) yang berbasis tolong-menolong dan bebas dari unsur riba 3. Simpanan dan pinjaman Pengetahuan mengenai produk tabungan dan pembiayaan syariah, seperti mudharabah, wadiah,

murabahah, ijarah, dan musyarakah 4. Investasi Pemahaman tentang instrumen investasi syariah, seperti sukuk, reksa dana syariah, dan saham syariah.

Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,095 dan nilai signifikansi 0,003 maka dapat disimpulkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai $3,095 > 0,003$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya pada penelitian ini variabel Literasi keuangan syariah (X1) berpengaruh pada keputusan menggunakan jasa perbankan syariah

Variabel Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember menggunakan jasa perbankan syariah Hal ini berarti dengan meningkatkan literasi keuangan syariah, mahasiswa menjadi lebih memahami keuntungan dan prinsip dasar dari perbankan syariah, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan mereka untuk memilih layanan tersebut.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jundiyah Miftahur Rohmah pada tahun 2021 yang menyebutkan bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.⁵⁴

⁵⁴ Jundiyah M.R, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Religiusitas dan Fitur M-Banking Terhadap Keputusan Kader FoSSEI dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI)(Studi Pada Kader FoSSEI di Surakarta Tahun 2019-2022)" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(02), 2023, 234-241.

2. Pengaruh *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Islamic branding merujuk pada strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk membangun citra dan reputasi produk atau layanan mereka sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam. Dalam konteks perbankan syariah, Islamic branding mencakup penggunaan simbol-simbol, bahasa, dan praktik yang menekankan kepatuhan terhadap hukum syariah, keadilan, dan transparansi. Elemen-elemen ini meliputi logo yang memiliki elemen Islami, kampanye pemasaran yang menekankan nilai-nilai Islam, serta komunikasi yang menggambarkan integritas dan keadilan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Pada penelitian ini variabel *Islamic Branding* (X_2) mempunyai 3 indikator yang digunakan diantaranya adalah 1) Pentingnya merek, identitas yang melekat pada produk atau layanan yang menggambarkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah Islam.2.) Kepercayaan konsumen ,Kepercayaan konsumen terhadap merek menunjukkan keyakinan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan oleh bank syariah memenuhi standar etika dan hukum syariah. 3.) Label halal, menandakan bahwa semua aktivitas dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan aturan-aturan Islam. 4.) Keakraban merk

Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,320 dan nilai signifikansi 0,000 maka dapat disimpulkan t_{hitung}

$< t_{\text{tabel}}$ dengan nilai 4,320 $> 0,373$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya pada penelitian ini variabel *Islamic Branding* (X_2) berpengaruh pada keputusan menggunakan jasa perbankan syariah

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus wijanarko dan lucky rachmawati, pada tahun 2020 yang menyebutkan bahwa variabel *Islamic branding* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariaah.⁵⁵

3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Tingkat kepercayaan dan komitmen seseorang terhadap ajaran agama yang dianutnya. Dalam konteks perbankan syariah, religiusitas dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam

Pada penelitian ini variabel Religiusitas (X_3) mempunyai 3 indikator yang digunakan diantaranya adalah: 1.) Keyakinan, Mahasiswa yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung memiliki keyakinan yang kuat terhadap pentingnya mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam penggunaan layanan keuangan. 2.) Praktik agama, menunjukkan ketaatan tinggi dalam kehidupan sehari-

⁵⁵ Agus Wijanarko dan Lucky Rachmawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah." *jurnal Ekonomika dan bisnis islam*. Volume 3 No 1 (April 2020)

hari lebih mungkin untuk memperluas ketaatan ini ke dalam pilihan perbankan mereka. 3.) Pengetahuan intelektual, Mahasiswa yang memiliki pengetahuan lebih tentang perbankan syariah dan manfaatnya akan lebih cenderung untuk menggunakan layanan tersebut.

Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,337 dan nilai signifikansi 0,000 maka dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $0,731 > 0,373$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *Islamic Branding* terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah (studi kasus pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Variabel *Religiusitas* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk menggunakan Perbankan syariah Tingkat *Religiusitas* individu terhadap Bank syariah akan mempengaruhi persepsi mereka tentang manfaat dan kemudahan, yang nantinya akan mempengaruhi niat dan kemauan mereka untuk menggunakannya

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Siregar, pada tahun 2024 yang menyebutkan bahwa variabel *Religiusitas* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Jasa perbankan syariah.⁵⁶

⁵⁶ Salsabila Siregar, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa PBS dan MBS UMSU)" *Jurnal ilmiah mahasiswa Pendidikan agama islam (JIMPAI)*. Volume 4,no 2 (2024)

4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $8,82 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya semua variabel independen yang terdiri dari Literasi keuangan syariah (X_1), *Islamic branding* (X_2), dan Religiusitas (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

Pada Uji Koefisien Determinasi, nilai *R Square* diperoleh sebesar 0,747 yang artinya bahwa semua variabel independen (literasi keuangan syariah, *islamic branding* dan religiusitas) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah sebesar 75,4%. sedangkan 24,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain. Hal tersebut berarti bahwa jika semakin besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (keputusan menggunakan bank digital) maka akan dapat meningkatkan jumlah nasabah bank digital terutama pada kalangan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Literasi keuangan syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Berdasarkan analisis data dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan:

1. Literasi Keuangan Syariah terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Faktor Literasi Keuangan Syariah Pengetahuan umum, Asuransi, investasi, Simpanan dan pinjaman mempengaruhi mahasiswa dalam memutuskan menggunakan Jasa perbankan syariah. Hal ini dikarenakan dengan peningkatan literasi keuangan syariah, mahasiswa menjadi lebih memahami keuntungan dan prinsip dasar dari perbankan syariah, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan mereka untuk memilih layanan tersebut. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa sangat penting dan harus terus ditingkatkan melalui edukasi, sosialisasi, dan inovasi produk.
2. *Islamic Branding* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Faktor Keyakinan. Praktik

agama. Pengetahuan intelektual dan keakraban merek mempengaruhi mahasiswa dalam memutuskan menggunakan Jasa perbankan syariah. Hal ini dikarenakan bahwa strategi pencitraan merek yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dapat meningkatkan kepercayaan dan minat mahasiswa dalam memilih layanan perbankan syariah. Ketika bank syariah mampu membangun citra yang kuat melalui simbol, pesan, dan nilai Islami yang konsisten, hal ini akan memperkuat persepsi positif dan loyalitas calon nasabah. Dengan demikian, *Islamic branding* berperan penting dalam membentuk preferensi dan keputusan mahasiswa untuk menggunakan jasa perbankan syariah

3. Religiusitas terbukti memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah pada mahasiswa UIN Kiai Achmad Siddiq Jember. Faktor Keyakinan, Praktik agama, Pengetahuan intelektual dan Pengalaman mempengaruhi mahasiswa dalam memutuskan menggunakan Jasa perbankan syariah. Hal ini dikarenakan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinan mereka memilih layanan perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai keagamaan yang dianut mahasiswa berperan penting dalam menentukan preferensi mereka terhadap sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih sadar dan berkomitmen untuk menjalankan aktivitas keuangan sesuai dengan ajaran Islam, sehingga mereka lebih memilih

perbankan syariah dibandingkan perbankan konvensional.

4. Berdasarkan hasil uji f (simultan) menunjukkan, literasi keuangan syariah, *islamic branding* dan religiusitas terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah pada mahasiswa FEBI UIN Kiai Achmad Siddiq Jember. Hal ini dapat disimpulkan jika semakin besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (Literasi keuangan syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas) terhadap variabel dependen (keputusan menggunakan Jasa perbankan syariah) maka akan dapat meningkatkan jumlah nasabah terutama pada kalangan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Industri perbankan syariah
 Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan tambahan informasi atau sebagai masukan yang dapat dipertimbangkan perusahaan perbankan syariah khususnya pihak manajemen dan bagi para praktisi perbankan, serta penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan pembuatan
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti topik yang sama, semoga penelitian ini bisa jadi referensi dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain atau memperluas obyek

penelitian sehingga informasi yang didapat akan lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan Jasa perbankan syariah



DAFTAR PUSTAKA

- Agus Wijanarko dan Lucky Rachmawati, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah.” *jurnal Ekonomika dan bisnis islam*. Volume 3 No 1 (April 2020)
- Budi D S & Syarifudin,” Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT) KITA*, 8(4), 2024, 1647-1655.
- Djuwita, D., & Yusuf, A, A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. Al-Amwal: *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10
- Erika D & Siti Mujiatun,”Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah: Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Umsu”. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan Bisnis Syariah*, 2024 6(7), 5205 –. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2196>
- Fajariah S., Arif S., & DeviA. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, (2021),3(2), 226-244.
- Fauzan dan nurul setianingrum, fatimatuazzahro: administrasi lembaga keuangan bank dan non bank (yogyakarta, 2024), 170
- Gani I & Asyraf M, “pengaruh literasi keuangan syariah dan perilaku keuangan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah melalui minat sebagai variabel intervening”, *Islamic Banking, Economic and Financial Journal (IBEF)*, 2024, Vol 4 No 2 (39-50).
- Glock & Stark. (2016). *Religion and Society in Tension*. . Chicago: Rand McNally.
- Handida & Sholeh, M. (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 Ekonomi dan Pendidikan*, 12(2), 84-90
- Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014)

- Hidayatullah M F. Manajemen Investasi Bank Syariah. *Human Falah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Vol 1, no 2 2014
DOI: <http://dx.doi.org/10.30829/hf.v1i2.171>
- Nur Hidayah, "Literasi Keuangan Syariah Teori dan Praktik di Indonesia" (PT Raja grafindo persada Depok 2021)
- Ilham M, "Islamic branding dan religiusitas serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian oleh konsumen" (stain sultan abdurrahman press Kabupaten Bintan 2019) 9
- Juliandi, d. I. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press
- Ludita Cosa Arlian, Siti Masrohatin, Nurul Setianingrum, Hersa Farida Qoriani, Moch. Chotib. *The Influence of Brand Image, and Sharia Label on Savings Decisions of Customers at PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Jember Gajah Mada*. (JII) *Jurnal Impresi Indonesia* Vol. 3, No. 10, October 2024. <https://jii.rivierapublishing.id/index.php/jii/article/view/5646> diakses pada tanggal 11 februari 2025
- Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 247
- Mulyandi R, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Religiusitas dan Fitur M-Banking Terhadap Keputusan Kader FoSSEI dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Kader FoSSEI di Surakarta Tahun 2019-2022)" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(02), 2023, 234-241.
- N Andriani, M Chotib, NWI Rahayu - *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance*, Vol. 5, No. 1, Juni 2022: 42-60
<https://jurnalpasca.uinkhas.ac.id/index.php/IJIEF/article/view/923>
- Nopitasari, E. (2017). "Pengaruh Lokasi Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah". Skripsi
- Nur Agnesya Fithra Asmar, "Pengaruh literasi keuangan syariah, Islamic branding dan religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah (studi pada bank syariah Indonesia kc tangerang-ciputat), (2021)
- Nurrohmah, R, F., & Purbayati, R (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)* 3(3), 140-153.

- Ogilvy, N. (2010). Brands and Muslim Consumers, Oxford Global” Islamic Branding and Marketing Forums, Said Business School”. University of Oxford.
- Putri N A .Pengaruh Literasi Keuangan dan Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM Kerajinan Tangan di Kabupaten Jember. *Opinia De Journal*, 2(1), 1–13. (2022) Juni DOI: <https://doi.org/10.35888/opinia.v2i1.18>
- Putri, W. W., & Hamidi, M. . (2019). Pengaruh literasi keuangan, efikasi keuangan, dan faktor demografi terhadap pengambilan keputusan investasi (studi kasus pada mahasiswa magister manajemen. . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 398–412.
- Rahayu Y (2020). Analisis Tingkat Literasi dan Inklusi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor Pada Perbankan Syariah. *Jurnal AKSARA PUBLIC* Vol 4 No 4 (95-102).
- Robi’ah S & Akhmad Jazuli.” Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” . *Journal of Management and Sharia Business*, Vol 04, No 02, Desember 2024
- Salsabila Siregar, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa PBS dan MBS UMSU)” *Jurnal ilmiah mahasiswa Pendidikan agama islam (JIMPAI)*. Volume 4,no 2 (2024)
- Siswanto A, “Implementation of blue economy in Bangsring underwater for enhancing the quality of environmental, economic, and social aspects of the community”, *Journal of Commerce Management and Tourism Studies*, Vol 4 No 1 April 2025 DOI: <https://doi.org/10.58881/jcmts.v3i2>
- Shobah, N. (2017). Analisis Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion.
- Soetiono&Setiawan. (2018). Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif f Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Tri N S,” Pengaruh Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada

Mahasiswa Fai UMSU)”, *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, Vol 4, No 1 (2023)

Wijanarko A & Rachmawati L. (2020). “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah”. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Vol. 3, No 1, 104-116.

Yunus, A.(2015). *Halal Branding: A study of Moslem Consumers Perspective. On Proceedings of The 2nd Global Islamic Marketing Conference*. Abu Dhabi.



Lampiran 1

MATRIKS PENELITIAN KUANTITATIF

Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Sumber Data, Populasi & Sampel	Metode Penelitian & Sumber Data	Pokok Masalah	Hasil Yang Diharapkan
Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, <i>Islamic Branding</i> Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Achmad Siddiq Jember)	(Variabel Independen X) 1. Literasi Keuangan Syariah (X1) 2. <i>Islamic Branding</i> (X2) 3. Religiusitas (X3) (Variabel Dependen Y) 1. Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	1. Literasi Keuangan Syariah (X1) a. Pengetahuan umum b. Asuransi c. Simpanan dan pinjaman d. Investasi 2. <i>Islamic Branding</i> (X2) a. Pentingnya merek b. Kepercayaan konsumen c. Label halal d. Keakraban merk 3. Religiusitas (X3) a. Keyakinan b. Praktik agama c. Pengetahuan intelektual d. Pengalaman 4. Keputusan	1. Data Primer diperoleh melalui kuesioner oleh mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember Angkatan 2021-2022 2. Populasi: Mahasiswa aktif UIN KHAS Jember a. Sampel: Responden diambil menggunakan <i>Purposive Sampling</i>	1. Metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan asosiatif dalam penelitiannya. 2. Teknik sampel menggunakan <i>puposisif sampling</i> 3. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin $n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$ 4. Menggunakan skala likert 5. Metode analisis data a. Uji Instrumen • Uji Validitas • Uji Reabilitas b. Uji asumsi klasik	1. Adakah terdapat pengaruh literasi keuangan syariah secara parsial terhadap Keputusan mahasiswa menggunakan jasa perbankan syariah 2. Adakah terdapat pengaruh <i>Islamic branding</i> secara parsial terhadap Keputusan mahasiswa menggunakan jasa perbankan syariah 3. Adakah terdapat pengaruh religiusitas secara parsial terhadap	Mengetahui apakah, serta sejauh mana Literasi keuangan syariah, <i>Islamic Branding</i> serta religiusitas mempengaruhi mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember untuk menggunakan jasa perbankan syariah

		Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y) - Persepsi melihat kinerja karyawan - Penyediaan informasi saat diminta - Kontak dengan nasabah sangat tinggi - Keputusan akan produk yang ditawarkan		• Uji Normalitas • Uji Multikoloneritas • Uji Heterosketastisitas - Uji koefisien Determinasi R² - Analisis Regresi linear berganda	Keputusan mahasiswa menggunakan jasa perbankan syariah Adakah terdapat pengaruh Literasi keuangan syariah, <i>Islamic Branding</i> dan religiusitas secara simultan terhadap Keputusan mahasiswa menggunakan jasa perbankan syariah	
--	--	--	--	---	--	--

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tria Sughesti Adifa Winata
NIM : 211105010038
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur plagiat karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali secara tertulis di kutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur plagiat dan terdapat klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Jember, 19 Februari 2025
Yang menyatakan



Tria Sughesti Adifa Winata
NIM. 212105010067

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *ISLAMIC BRANDING* DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, nama saya Tria Sughesti Adifa Winata mahasiswi semester 7 Prodi perbankan Syariah UIN KH. Achmad Siddiq Jember. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

(Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)”.

Kriteria dalam pengisian kuesioner ini adalah:

1. Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Mahasiswa yang Angkatan 2021-2022
3. Mahasiswa Yang pernah Menggunakan Rekening

Saya harap saudara/i dapat mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Partisipasi kalian merupakan bantuan yang sangat besar bagi penelitian ini. Atas perhatian dan ketersediaan waktu kalian, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Nama:

Jenis kelamin:

Prodi:

- Ekonomi Syariah
- Perbankan Syariah
- Akuntansi Syariah
- Manajemen Zakat Dan Wakaf

Angkatan:

- 2021
- 2022

Pernah menggunakan Rekening?

Daftar Pertanyaan

No	Literasi Keuangan Syariah (X_1)	SS	S	N	TS	STS
1	Apakah Anda merasa literasi keuangan syariah memengaruhi keputusan Anda dalam memilih produk atau layanan perbankan syariah dibandingkan dengan layanan konvensional?					
2	Apakah penting bagi anda mengerti bagaimana sistem asuransi dalam perbankan syariah ?					
3	Apakah penting bagi anda mengetahui mekanisme dan persyaratan pinjaman syariah sebelum memilih jasa perbankan syariah?.					
4	Apakah Anda memahami prinsip-prinsip dasar dalam investasi syariah, seperti larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi)?					
No	<i>Islamic Branding</i> (X_2)	SS	S	N	TS	STS
1	Apakah penting merek (brand) sebuah bank syariah bagi Anda dalam memilih layanan keuangan?					
2	Apakah anda percaya bahwa bank syariah sudah memberikan pelayanan yang baik					
3	Apakah penting bagi anda bahwa memilih lembaga keuangan syariah yang memiliki label halal mempengaruhi Anda dalam menggunakan layanan perbankan syariah?					
4	Apakah Anda merasa akrab dengan logo, simbol, atau slogan dari bank syariah tertentu?					

No	Religiusitas (X ₃)	SS	S	N	TS	STS
1	Apakah penting faktor agama atau keyakinan religius Anda dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan jasa perbankan syariah?					
2	Apakah anda setuju bahwa menggunakan jasa perbankan syariah merupakan bagian dari menjalankan ajaran atau prinsip-prinsip agama Anda?					
3	Apakah Anda percaya bahwa memiliki pengetahuan yang lebih dalam tentang prinsip-prinsip syariah dalam keuangan dapat membantu Anda dalam memilih jasa perbankan syariah?					
4	Apakah pengalaman Anda dalam menjalankan ajaran agama Islam mendorong Anda untuk memilih produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah?					
No	Minat Menggunakan (Y)	SS	S	N	TS	STS
1	Apakah anda puas dengan kinerja karyawan perbankan syariah dalam memberikan layanan kepada Anda					
2	Apakah perbankan syariah sudah memberikan informasi sesuai ketika Anda memintanya?					
3	Apakah Anda mempertimbangkan fitur dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah sebelum memutuskan untuk menggunakan jasanya?					
4	Apakah penting bagi anda bahwa kontak yang terjalin dengan karyawan perbankan syariah membantu Anda dalam membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih jasa perbankan syariah					

Nomor : B-1590/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2024 18 Desember 2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Dekan FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember,
Jawa Timur, Kode Pos: 68138

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Tria Sughesti Adifa Winata
NIM : 212105010067
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Febi UIN KHAS Jember Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



& Nurul Widyawati Islami Rahayu



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Tria Sughesti Adifa Winata
NIM : 212105010067
Semester : VIII (Delapan)
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Islamic Branding dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, terhitung tanggal 10 Januari– 17 Februari 2025 dengan mengambil data dari <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 17 Februari 2025

A.n. Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dr. M.F. Nidayatullah, S.H.I, M.S.I.

JURNAL PENELITIAN SKRIPSI

No.	Tanggal Pelaksanaan	Jenis Kegiatan
1.	Rabu, 18 Desember 2024	Penyerahan surat izin penelitian kepada Wakil Dekan 1 FEBI.
2.	Rabu, 18 Desember 2024	Memperoleh izin penelitian
3.	Senin, 10 Januari 2025	Mulai menyebar kuisisioner secara online ke mahasiswa FEBI UIN Khas Jember.
4.	Sabtu, 29 Januari 2025	Penyebaran kuisisioner sudah mencapai target.
5.	Sabtu, 1 Februari 2025	Melakukan Olah data uji analisis statistic deskriptif, Uji normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji heteroskedastisitas, Uji Hipotesis T dan Uji F, Uji Koefisien determinasi, dan uji analisis regresi linear berganda.
6.	Senin, 17 Januari 2025	Meminta surat keterangan selesai penelitian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 19 Januari 2025

Dosen Pembimbing,


Dr. Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.El
NIP. 198611292018012001

TABULASI DATA

X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	TOTAL X1	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2.	TOTAL X2
4	3	5	3	15	5	5	5	4	19
5	3	2	3	13	4	4	2	2	12
4	2	5	2	13	3	3	4	1	11
4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
3	4	3	4	14	5	4	4	3	16
4	3	3	3	13	3	3	2	3	11
4	5	3	5	17	4	4	3	4	15
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
5	4	3	4	16	4	3	4	5	16
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
5	4	4	4	17	3	3	4	4	14
4	4	5	4	17	3	4	4	4	15
4	4	3	4	15	3	2	3	4	12
5	4	5	4	18	4	3	4	5	16
5	5	4	5	19	3	4	3	5	15
4	5	3	5	17	3	2	3	5	13
4	4	5	4	17	2	4	3	5	14
5	5	4	5	19	3	2	4	5	14
4	4	4	4	16	3	2	3	5	13
5	4	4	4	17	3	2	3	5	13
4	4	5	4	17	5	4	5	4	18
5	4	5	4	18	4	3	4	3	14
4	4	5	4	17	4	4	3	5	16
5	4	4	4	17	4	3	3	5	15
4	3	3	3	13	5	3	4	5	17
4	4	3	4	15	4	2	4	5	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	3	2	3	13	4	4	5	3	16
5	2	4	2	13	3	2	4	5	14
4	4	3	4	15	4	3	4	5	16
4	4	5	4	17	3	3	4	5	15
3	5	2	5	15	4	3	4	5	16
3	4	4	4	15	4	4	5	3	16
4	3	3	3	13	2	4	2	2	10
4	4	2	4	14	5	2	3	4	14
3	4	3	4	14	5	4	2	4	15
3	3	4	3	13	5	4	3	2	14

4	3	3	3	13	4	4	5	2	15
4	3	4	3	14	5	4	3	4	16
2	3	3	3	11	5	3	4	3	15
3	3	3	3	12	5	4	3	2	14
3	2	3	2	10	5	4	4	3	16
4	3	4	3	14	5	4	3	3	15
3	3	3	3	12	5	4	3	2	14
3	2	3	2	10	4	5	3	2	14
4	3	4	3	14	5	4	3	3	15
3	4	4	4	15	5	4	3	4	16
3	3	3	3	12	5	4	3	3	15
3	3	4	3	13	5	4	3	3	15
3	4	4	4	15	5	4	3	3	15
4	5	3	5	17	4	4	3	2	13
4	4	2	4	14	5	3	3	4	15
4	3	2	3	12	4	3	5	2	14
4	3	3	3	13	5	3	4	2	14
4	3	4	3	14	4	2	3	5	14
4	3	4	3	14	4	4	4	3	15
4	2	4	2	12	3	4	2	5	14
4	4	3	4	15	5	4	3	3	15
4	3	2	3	12	3	2	5	3	13
4	2	4	2	12	4	4	3	4	15
4	4	2	4	14	3	3	2	5	13
4	2	3	2	11	2	3	4	5	14
4	3	4	3	14	4	3	2	5	14
4	2	3	2	11	4	3	2	5	14
4	4	2	4	14	2	4	3	5	14
5	3	3	3	14	5	3	4	4	16
5	4	5	4	18	5	3	4	3	15
4	4	3	4	15	5	4	4	3	16
5	3	4	3	15	4	5	4	3	16
5	4	3	4	16	4	5	3	3	15
5	4	3	4	16	5	3	4	3	15
5	3	5	3	16	4	3	4	4	15
4	3	3	3	13	5	4	3	3	15
5	4	4	4	17	5	4	3	3	15
5	4	4	4	17	3	5	3	2	13
4	4	4	4	16	5	3	3	3	14

5	3	4	3	15	4	3	4	4	15
5	4	2	4	15	4	2	3	5	14
5	3	4	3	15	4	2	3	3	12
5	3	3	3	14	4	3	3	4	14
2	3	2	3	10	4	3	3	2	12
5	3	3	3	14	4	3	3	5	15
4	3	2	3	12	4	3	3	5	15
4	3	4	3	14	3	4	3	2	12
4	3	3	3	13	4	2	3	4	13
5	3	3	3	14	2	4	3	3	12
3	2	3	2	10	2	4	4	3	13
5	2	2	2	11	4	3	3	3	13
4	2	3	2	11	3	3	3	4	13
3	3	4	3	13	4	3	4	3	14
4	4	3	4	15	4	3	3	2	12
4	4	3	4	15	4	3	3	3	13
3	2	4	2	11	4	3	3	4	14
4	2	4	2	12	4	3	3	3	13
3	4	3	4	14	3	4	2	4	13
4	4	3	4	15	2	4	4	3	13
4	3	3	3	13	4	3	4	3	14
5	4	3	4	16	3	4	2	4	13
5	2	4	2	13	3	2	5	3	13
4	3	3	3	13	4	3	2	3	12
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL X3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL Y
4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
3	2	2	3	10	2	2	4	3	11
2	3	3	3	11	4	3	3	3	13
4	4	4	4	16	3	4	3	4	14
3	4	4	4	15	4	3	4	4	15
3	3	4	3	13	4	2	4	4	14
3	4	4	4	15	3	4	4	3	14
4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
5	4	4	5	18	4	2	5	4	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	4	4	3	14	3	3	4	3	13
3	3	4	4	14	2	3	4	5	14
4	3	2	5	14	4	3	3	3	13
3	3	4	5	15	3	4	4	4	15

2	4	4	3	13	4	3	4	3	14
3	3	5	3	14	3	3	4	5	15
3	4	3	5	15	3	4	3	3	13
5	3	3	4	15	2	3	4	3	12
3	4	4	4	15	4	3	3	5	15
4	3	4	4	15	5	4	4	5	18
4	4	5	4	17	4	4	5	5	18
4	4	2	4	14	3	3	3	5	14
4	5	3	4	16	4	4	5	2	15
4	4	5	5	18	5	3	4	4	16
3	3	4	4	14	3	4	4	3	14
3	4	3	4	14	3	2	3	2	10
4	5	5	3	17	2	4	3	3	12
4	3	4	4	15	3	4	3	2	12
5	4	3	4	16	4	2	4	2	12
4	3	4	5	16	2	3	4	2	11
3	4	3	5	15	5	3	4	3	15
3	4	5	4	16	3	4	4	3	14
3	4	4	3	14	3	2	2	3	10
3	5	5	3	16	3	4	4	3	14
4	3	3	3	13	4	5	3	3	15
5	4	2	4	15	5	3	3	3	14
5	4	3	3	15	5	4	2	3	14
5	3	3	4	15	5	4	3	3	15
5	4	4	3	16	5	4	3	5	17
5	4	3	3	15	5	3	3	3	14
5	4	3	3	15	5	4	3	3	15
5	3	3	4	15	5	3	3	3	14
5	4	3	3	15	5	3	2	2	12
5	3	3	4	15	5	3	3	5	16
4	5	3	2	14	4	5	4	2	15
4	4	3	3	14	5	3	4	2	14
5	3	4	3	15	5	3	4	5	17
5	4	4	4	17	5	4	4	3	16
5	4	3	2	14	5	4	4	3	16
5	3	4	3	15	5	4	3	4	16
4	2	4	3	13	3	4	2	3	12
3	3	5	2	13	5	3	4	3	15
4	4	3	2	13	3	5	2	3	13

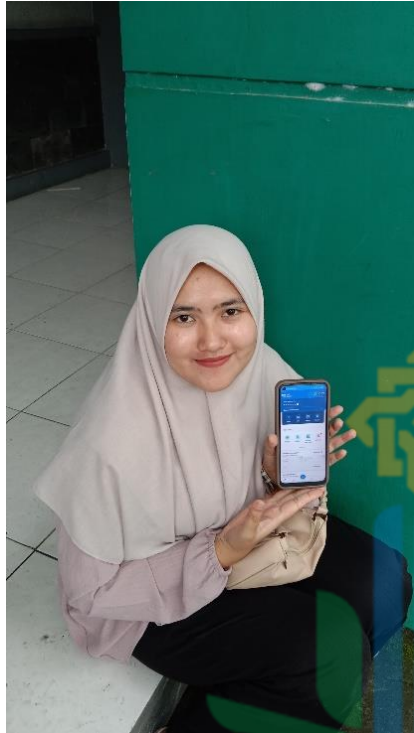
5	4	3	3	15	5	3	4	3	15
4	2	4	3	13	4	3	4	3	14
4	3	4	5	16	4	3	4	3	14
4	3	4	3	14	3	4	3	4	14
4	5	4	2	15	5	4	3	2	14
3	4	3	4	14	3	2	2	4	11
4	2	2	5	13	2	3	5	3	13
4	2	3	4	13	2	4	4	3	13
3	3	4	4	14	3	4	3	3	13
4	2	4	3	13	4	2	3	3	12
3	4	4	3	14	4	4	2	4	14
3	2	4	4	13	3	4	2	3	12
4	3	4	5	16	4	5	4	3	16
5	3	3	3	14	3	5	3	5	16
5	4	3	3	15	5	4	3	4	16
5	4	4	3	16	5	3	4	3	15
5	3	4	4	16	5	4	3	3	15
5	4	3	4	16	5	3	4	2	14
4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
5	3	4	3	15	5	3	2	3	13
5	4	3	3	15	5	3	3	2	13
5	4	3	3	15	5	3	4	2	14
4	5	3	3	15	5	4	3	4	16
4	4	2	3	13	4	5	4	2	15
5	2	3	4	14	4	4	2	3	13
4	2	4	5	15	2	4	2	3	11
2	4	2	5	13	2	3	3	4	12
4	2	3	4	13	2	4	4	3	13
3	2	2	4	11	4	4	2	4	14
3	3	4	5	15	4	3	3	3	13
4	3	2	3	12	4	5	2	3	14
2	4	3	3	12	3	4	3	3	13
3	4	4	3	14	3	3	4	2	12
4	3	3	4	14	3	3	4	4	14
3	4	2	5	14	2	4	3	4	13
3	4	2	4	13	4	3	4	4	15
4	2	3	3	12	4	3	4	3	14
4	3	4	3	14	2	4	3	2	11
3	2	3	4	12	4	3	2	3	12

5	2	3	4	14	2	4	5	4	15
3	4	2	4	13	2	4	5	3	14
3	3	2	4	12	4	3	2	4	13
3	4	5	2	14	3	3	4	3	13
3	2	3	3	11	4	2	4	3	13
4	3	2	4	13	3	3	2	4	12
2	3	4	4	13	3	2	4	3	12
3	4	2	4	13	3	4	2	3	12



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DOKUMENTASI

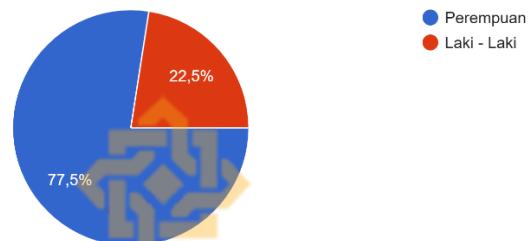


Hasil Penyajian Data Dan Perhitungan SPSS

A. Karakteristik Responden

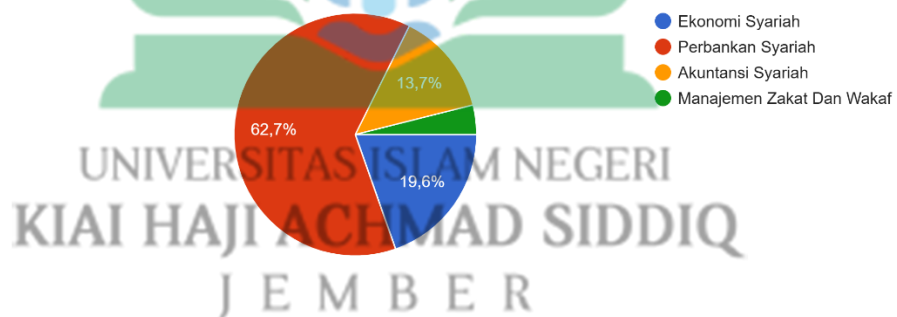
1. Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin
102 jawaban



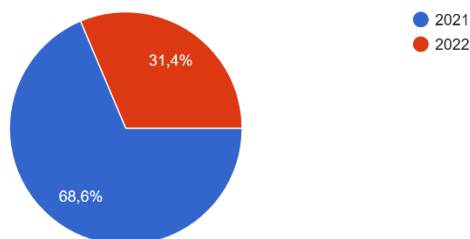
2. Berdasarkan Program Studi

Pogram Studi
102 jawaban



3. Berdasarkan Angkatan

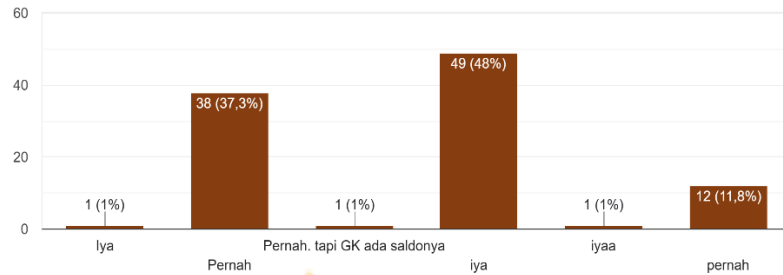
Angkatan
102 jawaban



4. Pernah Menggunakan Rekening

Pernah Menggunakan Rekening?

102 jawaban



B. Uji Validitas

1. Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah (X1)

Correlations						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	.143	.160	.143	.521**
	Sig. (2-tailed)		.157	.112	.157	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	.143	1	.035	1.000**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.157		.728	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.160	.035	1	.035	.486**
	Sig. (2-tailed)	.112	.728		.728	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.143	1.000**	.035	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.157	.000	.728		.000
	N	100	100	100	100	100
X1_T OTA L	Pearson Correlation	.521**	.821**	.486**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Islamic Branding (X2)

Correlations						
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_TOTAL
X2_1	Pearson Correlation	1	.145	.074	-.218*	.556**

	Sig. (2-tailed)		.149	.464	.029	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.145	1	-.062	-.367**	.324**
	Sig. (2-tailed)	.149		.540	.000	.001
	N	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.074	-.062	1	-.082	.484**
	Sig. (2-tailed)	.464	.540		.415	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	-.218*	-.367**	-.082	1	.340**
	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.415		.001
	N	100	100	100	100	100
X2_TOTAL	Pearson Correlation	.556**	.324**	.484**	.340**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations						
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_TOTAL
X3_1	Pearson Correlation	1	.008	-.074	-.117	.479**
	Sig. (2-tailed)		.934	.462	.246	.000
	N	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	.008	1	.102	-.177	.507**
	Sig. (2-tailed)	.934		.313	.079	.000
	N	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	-.074	.102	1	-.116	.513**
	Sig. (2-tailed)	.462	.313		.250	.000
	N	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	-.117	-.177	-.116	1	.303**
	Sig. (2-tailed)	.246	.079	.250		.002
	N	100	100	100	100	100
X3_TOTAL	Pearson Correlation	.479**	.507**	.513**	.303**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y)

Correlations						
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_TOTAL
Y_1	Pearson Correlation	1	-.035	-.065	-.002	.563**
	Sig. (2-tailed)		.727	.519	.982	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	-.035	1	-.121	.029	.391**
	Sig. (2-tailed)	.727		.229	.775	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	-.065	-.121	1	.014	.411**
	Sig. (2-tailed)	.519	.229		.890	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	-.002	.029	.014	1	.529**
	Sig. (2-tailed)	.982	.775	.890		.000
	N	100	100	100	100	100
Y_TOTAL	Pearson Correlation	.563**	.391**	.411**	.529**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

C. Uji Reabilitas

1. Uji Reabilitas Literasi Keuangan Syariah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.672	4

2. Uji Reabilitas *Islamic Branding*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.792	4

3. Uji Reabilitas Religiusitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	4

4. Uji Reabilitas Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.637	4

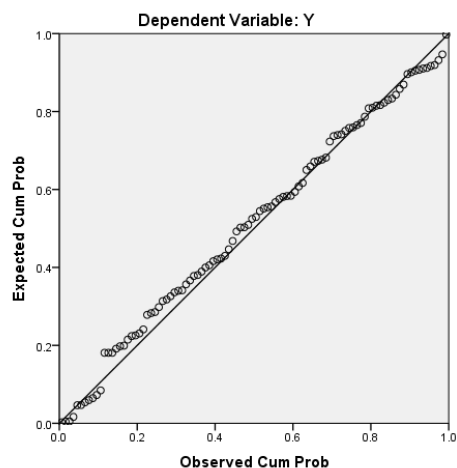
D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Metode One Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48921925
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.047
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

2. Uji Normalitas Metode Probability Plot

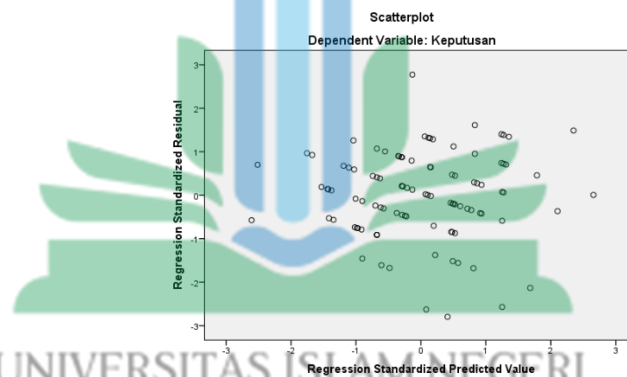
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



3. Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized		Standardize			Collinearity Statistics	
		Coefficients		d			Coefficients	Toleranc
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	e	
1	(Constant)	5.383	1.747		3.081	.003		
	Literasi	.009	.075	.011	.116	.908	.905	1.105
	Islamic	.257	.122	.227	2.104	.038	.701	1.427
	Religiusitas	.329	.121	.298	2.722	.008	.682	1.466
a. Dependent Variable: Keputusan								

4. Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser



Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.410	1.085		-.378	.707
	X1	.040	.047	.091	.862	.391
	X2	.000	.076	.000	.003	.997
	X3	.068	.075	.111	.909	.365

a. Dependent Variable: ABS

E. Uji Hepotesis

1. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.896	1.445		5.465	.000
	Literasi	.317	.102	.280	3.095	.003
	Islamic	.436	.101	.394	4.320	.000
	Religiusitas	.334	.053	.498	6.337	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

2. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.630	3	20.210	8.837	.000 ^b
	Residual	219.560	96	2.287		
	Total	280.190	99			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi, Islamic

F. Uji Koefesien Determinasi R

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.896	1.445		5.465	.000
	Literasi	.317	.102	.280	3.095	.003
	Islamic	.436	.101	.394	4.320	.000
	Religiusitas	.334	.053	.498	6.337	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 ^a	.754	.747	.454

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi, Islamic

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Tria Sughesti Adifa Winata
NIM : 212105010067
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*,
dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa
Menggunakan Jasa Perbankan Syariah". (Studi Kasus
Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)"

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 28 Februari 2025

Operator DrillBit

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

(Dr. Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.E.I)

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Tria Sughesti Adifa Winata

NIM : 212105010067

Semester : 8

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 17 Februari 2025

Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,



Ana Pratiwi, M.S.A



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BIODATA PENULIS



BIODATA PENULIS

Nama : Tria Sughesti Adifa Winata
Nim : 212105010067
Ttl : Banyuwangi, 29 Juli 2003
Alamat : Dusun Perkebunan Glenmore, Kec Glenmore Kab Banyuwangi
No. Hp : 083111558727
Email : triasughestiadifawinata@gmail.com
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

RIWAYAT PENDIDIKAN

TK : MARGOMULYO 1
SD : SDN 3 SEPANJANG
SMP : SMP 17 AGUSTUS 1945
SMA : SMAN 1 GLENMORE
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember