

**DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN
JASA PERBANKAN SYARIAH**

**(Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian,
Gunung Tuleh, Pasaman Barat)**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan syariah*

Oleh

SAWALINA

NIM. 22 401 00002

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2026

**DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN
JASA PERBANKAN SYARIAH**

**(Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian,
Gunung Tuleh, Pasaman Barat)**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan syariah*

Oleh

**SAWALINA
NIM. 22 401 00002**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2026**

**DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN
JASA PERBANKAN SYARIAH**
(Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian,
Gunung Tuleh, Pasaman Barat)



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan syariah*

Oleh

SAWALINA
NIM. 22 401 00002

Pembimbing I



Ikhdi Aini, M.E
NIP.19891225 201903 2 010

Pembimbing II



Muhammad Arif, M.A
NIP.19950114 202203 1 003

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2026

Hal : Lampiran Skripsi

An. Sawalina

Padangsidempuan, 24 April 2026

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN SYAHADA Padangsidempuan

Di-

Padangsidempuan

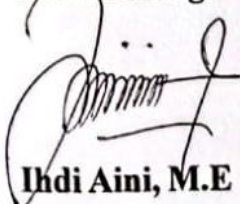
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Sawalina yang berjudul **"Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah mempertanggungjawabkan skripsinya ini. Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Ihdi Aini, M.E

NIP. 19891225 201903 2 010

Pembimbing II



Muhammad Arif, M.A

NIP. 19950114 202203 1 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sawalina
NIM : 22 401 00002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun Skripsi sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 Ayat 2 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 24 April 2026
Saya yang menyatakan



SAWALINA
NIM.2240100002

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Sawalina
NIM	: 2240100002
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada Tanggal : 24 April 2026
Saya yang Menyatakan,



Sawalina
NIM. 2240100002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Sawalina
NIM : 22 401 00002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)

Ketua

Sry Lestari, M.E.I
NIDN. 2005058902

Sekretaris

Muhammad Arif, M.A
NIDN. 2014019502

Anggota

Sry Lestari, M.E.I
NIDN. 2005058902

Muhammad Arif, M.A
NIDN. 2014019502

Dr. Rosnani Siregar, M. Ag
NIDN. 2026067402

Assa'adatul Khairiyah, M.Ak
NIDN. 2017029303

Pelaksanaan Sidang Munaqsyah

Di

Hari/Tanggal

Pukul

Hasil/Nilai

Indeks Predikat Kumulatif

Predikat

: Padangsidimpuan

: Kamis/04-Juni-2026

: 14.00 WIB s/d selesai

: Lulus/79,5 (B)

: 3.84

: Dengan Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733 Tlp (0634) 22080, Fax (0634) 24022
Website: <https://febi.uinsyahada.ac.id>

PENGESAHAN

Nomor: 8036 /Un.28/G/G.4a/PP.00.9/06/2026

Judul Skripsi : Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)
Nama : Sawalina
NIM : 2240100002

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan,
Dekan

19 Juni 2026

Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Sawalina
NIM : 2240100002
Judul Skripsi : **Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)**

Rendahnya tingkat penggunaan jasa Perbankan Syariah di tengah masyarakat yang mayoritas beragama Islam, menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai keagamaan yang dianut dengan perilaku dalam memilih layanan keuangan. Kondisi ini diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya tingkat literasi keuangan syariah yang belum optimal, tingkat religiusitas yang bervariasi, serta kekuatan *Islamic branding* yang belum sepenuhnya mampu membangun kepercayaan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa Perbankan Syariah baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada 64 responden yang merupakan pengguna Jasa Perbankan Syariah. Teknik analisis data menggunakan bantuan Software dengan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah, serta secara simultan ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah, penguatan nilai religiusitas, serta pengembangan *Islamic branding* yang konsisten dan kredibel perlu menjadi perhatian utama bagi lembaga perbankan syariah dalam upaya meningkatkan kepercayaan dan keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

Kata kunci: Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Islamic Branding, Keputusan Penggunaan, Perbankan Syariah

ABSTRACT

Name : Sawalina
Reg. Number : 2240100002
Thesis Title : **Determinants of Decisions to Use Islamic Banking Services (A Case Study of the Community in Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, West Pasaman)**

The low level of usage of Islamic banking services among a predominantly Muslim community indicates a gap between the religious values upheld and the behavior in choosing financial services. This condition is presumed to be influenced by several factors, including suboptimal levels of Islamic financial literacy, varying levels of religiosity, and the strength of Islamic branding that has not fully succeeded in building public trust. This study aims to analyze the effect of Islamic financial literacy, religiosity, and Islamic branding on people's decisions to use Islamic banking services, both partially and simultaneously. This research employs a quantitative method with a descriptive approach. Primary data were obtained through the direct distribution of questionnaires to 64 respondents who are users of Islamic banking services. Data analysis techniques were conducted using software with t-tests and F-tests. The results show that partially, Islamic financial literacy, religiosity, and Islamic branding have a positive and significant effect on the decision to use Islamic banking services. Simultaneously, these three variables also have a significant effect. The implications of this study indicate that improving Islamic financial literacy, strengthening religious values, and developing consistent and credible Islamic branding should be key priorities for Islamic banking institutions in order to enhance public trust and encourage the decision to use Islamic banking services.

Keywords: Islamic Financial Literacy, Religiosity, Islamic Branding, Usage Decision, Islamic Banking

الاسم

: ساوالينا

نيم

: ٢٠٠٠٠١٠٤٢٢

عنوان الأطروحة : عوامل تحديد قرار استخدام خدمات المصرفية الشرعية (دراسة حالة لمجتمع جورونغ تانجونغ دوريان، جونونغ توليه، باسامان الغربية)

إن انخفاض استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية وسط مجتمع مسلم غالبية يظهر وجود فجوة بين القيم الدينية التي يلتزم بها والسلوك في اختيار الخدمات المالية. يشتهر في أن هذه الحالة متأثرة بعدة عوامل، منها مستوى الثقافة المالية الإسلامية غير الأمثل، وتغير مستوى الدين، وقوة العلامة الإسلامية التي لم تستطع بناء ثقة عامة بالكامل. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الثقافة المالية الإسلامية، والدين، والعلامة التجارية الإسلامية على قرارات الناس باستخدام خدمات البنوك الإسلامية جزئيا ومتزامنا. تستخدم هذه الدراسة طريقة كمية مع نهج وصفي. تم الحصول على البيانات الأولية من خلال توزيع استبيانات مباشرة على ٤٦ مشاركا كانوا مستخدمين لخدمات المصرفية الشرعية. استخدمت تقنية تحليل البيانات مساعدة سوفتوير مع اختبار ت واختبار ف. تظهر نتائج الدراسة أن الثقافة المالية الإسلامية جزئيا، والدين، والعلامة التجارية الإسلامية لها تأثير إيجابي وكبير على قرار استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية، وفي الوقت نفسه لهذه المتغيرات الثلاثة تأثير كبير أيضا. تظهر تداعيات هذه الدراسة أن زيادة الثقافة المالية الإسلامية، وتعزيز القيم الدينية، وتطوير العلامة الإسلامية المتسقة والموثوقة يجب أن تكون الاهتمامات الرئيسية للمؤسسات المصرفية الإسلامية في محاولة لزيادة ثقة الجمهور واتخاذ قرار استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: الثقافة المالية الشرعية، الدين، العلامة الإسلامية، قرارات الاستخدام، المصرفية الشرعية

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penelitiucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)”** Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafa’atnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Rektor UIN Syahada, serta Bapak Prof. Dr. H.Arbanur Rasyd, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan,

dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan, Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Purnama Hidayat Harahap, S.H.I. M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, alumni dan Kerjasama.
3. Bapak Ferri Alfadri M.E., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Ihdi Aini, M.E., selaku Pembimbing I dan Bapak Muhammad Arif, M.A., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum selaku Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

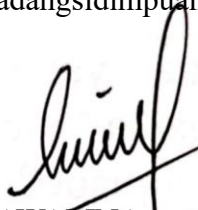
7. Teristimewa Ayahanda Alm. Basri dan Ibunda Juliatri yang penulis cintai. Sosok yang selalu hadir dalam ingatan dan hati penulis, yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada henti, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa. Setiap pencapaian yang telah penulis raih adalah wujud dedikasi dan harapan agar mereka bangga. Terimakasih telah mengusahakan segala hal untuk putri kecilnya, semoga selalu di beri kesehatan agar bisa terus membersamai penulis.
8. Kepada saudari sedarah Puji Rahayu dan saudara ipar Sunaryo, terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh Pendidikan selama ini, terimakasih atas do'a dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tidak lupa Anak-anak terkasih Syauki Muhammad Athaya dan Syaddam Muhammad Arkana sebagi support bagi penulis.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Baleo Sakti Nahombang Hasibuan terimakasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, maupun waktu kepada penulis. Sudah selalu mendukung, menghibur, mendengar keluh kesah, menyaksikan setiap tangis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada keluarga besar yang senantiasa menyertai dengan doa dan dukungan tulus sepanjang perjalanan studi, khususnya dalam menyelesaikan skripsi ini. Segala bentuk perhatian serta kasih sayang menjadi kekuatan utama dalam setiap Langkah.

11. Kemudian rasa terimakasih penulis sampaikan kepada sahabat sekaligus penulis annggap sebagai saudari Wulan, Ainil Pija, Lona, Saskia, Dela, Fitra, Silvia, Fadila, Nadia serta teman teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
12. Terimakasih untuk sahabat seperjuangan penulis, yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan penelitian ini, Abdilllah, Kinah, serta rekan-rekan Perbankan Syariah (PS1), yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
13. *Last but not least*, terima kasih kepada Wanita manis, sederhana, kuat, mandiri dan harapan terakhir keluarga yaitu diri saya sendiri, Sawalina. Terima kasih atas perjalanan panjang yang telah dilalui sampai saat ini. Beribu proses yang telah dilalui, beribu air mata yang dihapus dengan tangan sendiri, banyak Lelah dan keluh kesah yang dipendam sendiri, banyak hal yang sudah dijalani, dihadapi, dan diselesaikan sendiri. Hingga detik ini, kuat karena diri sendiri yang selalu mengusahakan semua agar terlihat baik-baik saja. Bangga untuk setiap Langkah kecil, meski mudah menangis tapi tidak berhenti mencoba. Selamat berpetualang di level kehidupan selanjutnya, selamat berperang dengan kata “kapan” yang tidak ada ujungnya. Selamat berproses tidak ada yang lebih indah dari menyaksikan proses dan pertumbuhan diri sendiri.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada

pada diri peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidimpuan, 24 April 2026



SAWALINA
(2240100002)

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin yaitu:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet(dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es danye
ص	šad	š	es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de(dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te(dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet(dengan titik di bawah)
ع	„ain	„„	Komater balik diatas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..‘..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong, vokal rangkap atau diftong dan vokal panjang.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
˙—	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tandadan Huruf	NamaHuruf Latin	Huruf Latin	Nama
ي ... <u> </u>	fathāhdanya	Ai	Adani
و... <u> </u>	fathāhdanwau	Au	adanu

- c. Vokal panjang adalah vokal panjang bahasa Arab yang lambangnya berupa harkat, huruf dan tanda, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	NamaHuruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا <u> </u>	fathāhdanalif	A	A
ي <u> </u>	kasrahanya	I	I
و <u> </u>	ḍommahdanwau	U	U

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathāh, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ﺝ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR PUSTAKA

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Definisi Operasional Variabel.....	12
E. Rumusan Masalah	14
F. Tujuan Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Landasan Teori	17
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Berpikir.....	35
D. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
B. Jenis Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel	38
D. Sumber Data.....	40
E. Instrumen Pengumpulan Data	41
F. Analisis Data	43
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	44
2. Uji Validitas	44
3. Reliabilitas	44
4. Uji Asumsi Klasik	45

a. Uji Normalitas	45
b. Uji Multikolinearitas.....	45
c. Uji Heterokedastisitas	46
4. Analisis Regresi Berganda	46
5. Uji Hipotesis	47
a. Uji parsial (uji t)	47
b. Uji simultan (Uji F).....	48
c. Uji Determinasi (R^2).....	48
BAB IV HASIL DAN PENELITIAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
1. Gambaran umum wilayah penelitian	50
2. Objek Penelitian.....	51
B. Karakteristik Responden	52
C. Hasil Analisis Data	53
1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	53
2. Hasil Uji Validitas.....	53
3. Hasil Uji Reliabilitas	57
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
4. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	61
5. Hasil Uji Hipotesis.....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
E. Keterbatasan Penelitian.....	74
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Defenisi Operasional Variabel	14
Tabel II. 1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel III.1	Nilai Indikator Angket.....	42
Tabel III.2	Kisi-kisi Angket.....	42
Tabel IV.1	Kriteria Responden	52
Tabel IV.2	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	54
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan Jasa PS	55
Tabel IV.4	Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah	55
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Religiusitas	56
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas <i>Islamic Branding</i>	56
Tabel IV.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel IV.8	Hasil Uji Normalitas	58
Tabel IV.9	Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel IV.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel IV.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel IV.12	Hasil Uji Parsial (Uji t)	64
Tabel IV.13	Hasil Uji Simultan (Uji f)	65
Tabel IV.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data pengguna jasa perbankan.....	8
Gambar II.2 Kerangka pikir	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Validasi Angket
- Lampiran 2 : Angket Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Angket
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Analisis Deskriptif
- Lampiran 8 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10: Hasil Uji Regresi Berganda

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan di Indonesia pada awalnya didominasi oleh sistem Konvensional yang menggunakan bunga sebagai instrumen utama dalam menghimpun dan menyalurkan dana. Sistem ini sejalan dengan praktik Perbankan global, namun bagi sebagian masyarakat muslim, praktik bunga yang identik dengan riba dipandang bertentangan dengan prinsip Syariah. Kondisi ini memunculkan keresahan sekaligus mendorong munculnya gagasan alternatif berupa Perbankan Syariah.

Perbankan Syariah terwujud pada tahun 1991 ketika MUI bersama Pemerintah, Cendekiawan Muslim, dan sejumlah pengusaha menggagas berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Bank ini kemudian resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 sebagai Bank pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip-prinsip Syariah.¹ Kehadiran Bank Muamalat menjadi tonggak sejarah baru dalam sistem keuangan nasional karena untuk pertama kalinya masyarakat memiliki pilihan layanan Perbankan yang terbebas dari praktik riba.

Perjalanan panjang Perbankan Syariah kini telah menjadi salah satu pilar penting dalam sistem keuangan nasional. Dari yang awalnya hanya satu bank pada tahun 1992, kini telah berkembang menjadi puluhan Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah). OJK

¹ Abdul Ghofur Anshori, "Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia Dan Implikasinya Bagi Praktik Perbankan Nasional," *La_Riba Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2008): 159–72.

mencatat bahwa jumlah Bank Umum Syariah saat ini mencapai 14 jenis, Unit Usaha Syariah 19 jenis.² Perkembangan ini menunjukkan bahwa Perbankan Syariah memiliki potensi besar dalam menjawab kebutuhan masyarakat, menjadi sekaligus bagian dari upaya penguatan ekonomi yang lebih inklusif dan sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan Islam.

Perbankan Syariah menjadi alternatif sistem Perbankan yang kredibel dan mampu dinikmati seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali termasuk warga Pasaman Barat. Pasaman barat merupakan salah satu kabupaten di Sumatera Barat yang mana masyarakatnya didominasi oleh Masyarakat yang menganut agama Islam. Perkembangan Perbankan Syariah di Pasaman Barat menunjukkan tren yang positif dan signifikan, terutama melalui Unit Usaha Syariah (UUS) Bank Nagari yang menjadi ujung tombak layanan Perbankan Syariah di wilayah Sumatera Barat termasuk Pasaman Barat. Hingga Juni 2025, aset UUS Bank Nagari mencapai Rp6,41 triliun dengan pembiayaan sebesar Rp4,52 triliun dan Dana Pihak Ketiga (DPK) senilai Rp4,87 triliun. Bank Nagari menargetkan aset mencapai Rp7,17 triliun pada akhir tahun 2025 dengan pertumbuhan pembiayaan dan DPK yang terus meningkat.³

Sementara itu, di beberapa daerah seperti di tingkat kecamatan Gunung Tuleh dan khususnya di Jorong (Desa) Tanjung Durian, perkembangan Perbankan Syariah berjalan lebih lambat dibandingkan rata-rata Pasaman Barat.

² Ely Eka Saputri, Siti Elita, and Anisatul Kamilah, "Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Dengan Melaksanakan Spin Off Pada Unit Usaha Syariah," *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi* 1, no. 4 (2024).

³ Heldi Satria and Hariadi Haluan, "Aset UUS Bank Nagari Tembus Rp6,41 Triliun", Haluan.com, (diakses 7 Oktober 2025).

Jorong Tanjung Durian merupakan salah satu desa di kenagarian Seberang Kenaikan, kecamatan Gunung Tuleh, Pasaman Barat, Sumatera Barat. Jorong Tanjung Durian berjarak sekitar 12 km dari ibu kota Kecamatan Gunung Tuleh dan sekitar 37 km dari ibu kota Kabupaten Pasaman Barat. Kecamatan Gunung Tuleh memiliki luas wilayah sekitar 453,97 km² dan berada pada ketinggian antara 26 sampai 1875 meter di atas permukaan laut.⁴

Jorong Tanjung Durian dikenal dengan tingkat spiritualitas masyarakatnya yang tinggi, yang tercermin dari kehidupan sosial dan budaya keagamaan yang kuat. Masyarakat desa ini memiliki kebiasaan mengikuti kegiatan keagamaan secara rutin seperti pengajian karangtaruna, majelis taklim yang dilakukan rutin setiap malam senin, pengajian wirid yasin untuk ibu rumah tangga, perayaan hari besar Islam dan kegiatan sosial berbasis masjid yang aktif. Nilai-nilai keislaman menjadi pedoman dalam aktivitas sehari-hari, baik dalam kehidupan sosial, maupun pengambilan keputusan.

Tingginya tingkat religiusitas ini mencerminkan adanya kesadaran spiritual dan moral yang dapat berpengaruh terhadap cara pandang masyarakat terhadap sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip Syariah. Akan tetapi, pada kenyataannya hal tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku keuangan masyarakat jorong Tanjung Durian. Masih banyak masyarakat yang lebih memilih menggunakan layanan bank konvensional dibandingkan beralih ke Perbankan Syariah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara

⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasaman Barat, "Kecamatan Gunung Tuleh Dalam Angka 2023" 17 (1385): 302.

keyakinan keagamaan dengan praktik ekonomi, yang mungkin disebabkan oleh rendahnya pemahaman terhadap prinsip-prinsip perbankan syariah, persepsi terhadap kemudahan layanan, atau faktor kebiasaan dan kepercayaan yang sudah melekat pada lembaga keuangan konvensional.

Pengetahuan mengenai keunggulan dan nilai-nilai yang terdapat dalam Perbankan Syariah belum sepenuhnya diketahui dan dapat dipahami oleh masyarakat. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan Pendidikan mengenai Keuangan Syariah di tingkat desa sehingga penggunaan layanan ini belum mendapatkan penetrasi maksimal. Literasi Keuangan Syariah merupakan kemampuan menggunakan pengetahuan dan keahlian untuk mengelola sumber daya keuangan dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dapat mencapai kesejahteraan yang berlandaskan Syariah.⁵ Faktor ini berkontribusi menyebabkan Keputusan Masyarakat dalam menentukan penggunaan jasa Perbankan Syariah di jorong Tanjung Durian.

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil wawancara awal yang dilakukan kepada beberapa Masyarakat jorong Tanjung durian, yaitu Lona, Uni Puji dan beberapa orang lainnya. Mereka berpendapat bahwa Bank Syariah sama saja dengan Bank Konvensional, bahkan mereka mengatakan bertransaksi di Bank Syariah jauh lebih rumit dan lama dibandingkan Bank Konvensional. Pandangan seperti itu disebabkan karna kurangnya tingkat literasi keuangan Syariah masyarakat. Mereka juga mengaku belum sepenuhnya mengetahui dan belum

⁵ Azdina Nuraini, Hilda Monoarfa, and Juliana Juliana, "Perkembangan Literasi Keuangan Islam: Studi Bibliometrik," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 12, no. 1 (2024): 5–18.

mendapatkan edukasi tentang Perbankan Syariah secara efisien. Sehingga mereka berpendapat bahwa Bank Syariah sama saja dengan Bank Konvensional. Hal ini berdampak pada keputusan yang tetap memilih bank konvensional. Namun, disisi lain ada Bapak Wahid yang merupakan nasabah BSI kcp. Simpang Empat, yang mengatakan bahwa sebagai muslim sudah seharusnya ia menggunakan BSI. Bapak Wahid percaya bahwa Bank Syariah berjalan sesuai dengan ajaran agama Islam, Ulama, Al-Quran dan Hadist.

Persepsi masyarakat terhadap *Islamic Branding* dari Bank Syariah sangat berperan dalam mempengaruhi niat mereka memilih jasa Perbankan Syariah. *Islamic Branding* didefinisikan sebagai merek-merek yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. *Islamic Branding* yang menyampaikan citra bank sebagai lembaga yang taat pada prinsip Syariah dan nilai Islam memberikan rasa kepercayaan dan kenyamanan bagi masyarakat yang ingin menjalankan aktivitas keuangan sesuai aturan agama.⁶ Bagi sebagian masyarakat Tanjung Durian, citra halal yang melekat pada produk dan layanan Bank Syariah menjadi daya tarik utama yang membedakan Bank Syariah dari Bank Konvensional. Nilai-nilai religius Masyarakat seharusnya menjadi tolak ukur dalam memilih menggunakan jasa Bank Syariah. Religiusitas merupakan suatu keadaan yang mendorong diri seseorang untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama yang dipeluknya.⁷

⁶ Destiani Kusuma Widyawaty and Meilana Widyaningsih, "Analisis Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Layanan Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia," *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 6, no. 1 (2024): 67–77.

⁷ Bambang Suryadi and Bahrul Hayat, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia* (Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), hlm.7

Orang muslim dituntut untuk taat mematuhi nilai-nilai ajaran agama Islam. Penelitian yang dilakukan oleh Aini dan Handayani menilai kinerja perbankan syariah di Indonesia dengan menggunakan Maqashid Syariah Index (MSI), yang menekankan pada tiga tujuan utama syariah, yaitu pendidikan individu (tahdzib al-fard), penegakan keadilan (iqamah al-‘adl), dan pencapaian kemaslahatan (jalb al-maslahah).⁸ Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kinerja bank syariah tidak hanya diukur melalui profitabilitas, tetapi juga dari sejauh mana bank menjalankan prinsip-prinsip Syariah dalam operasionalnya.

Produk dan jasa dari Perbankan Syariah berpedoman pada hukum Islam terkhusus dalam hukum fiqh muamalah, yaitu hukum dasar pengharaman riba dalam kegiatan ekonomi, berdampak mayoritas masyarakat muslim yang tergolong mempunyai religiusitasnya tinggi akan memutuskan menggunakan produk dan jasa yang sesuai dengan ketentuan Syariah Islam.⁹ Oleh karena itu, Desa Tanjung Durian menjadi lokasi yang potensial untuk meneliti bagaimana religiusitas masyarakat dapat memengaruhi niat mereka dalam menggunakan jasa perbankan syariah, meskipun fasilitas perbankan syariah secara fisik belum tersedia di wilayah tersebut.

Dari persepsi teori, hubungan antara Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, *Islamic Branding* dan keputusan penggunaan dapat dijelaskan melalui Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*) menjelaskan

⁸ Ihdi Aini and Nia Handayani, “Performance of Islamic Banks in Indonesia Based on Maqashid Shariah Index (MSI),” *Journal Of Social Science Research* 5, no. 4 (2025): 258–78.

⁹ Agus Wijanarko and Lucky Rachmawati, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah,” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2020): 1–13.

bagaimana individu mencari informasi, menilai alternatif, dan akhirnya memutuskan untuk memilih suatu produk atau layanan. Menurut Schiffman dan Kanuk, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal serta faktor eksternal, teori ini menggambarkan bagaimana perilaku masyarakat dalam memilih layanan perbankan sangat dipengaruhi oleh pemahaman, keyakinan, dan persepsi mereka terhadap bank syariah.¹⁰

Literasi keuangan Syariah merupakan faktor internal yang menentukan bagaimana masyarakat memahami perbedaan bank Syariah dan konvensional. Ketika pengetahuan mereka rendah, mereka cenderung berperilaku pasif dan tetap menggunakan bank konvensional karena dianggap lebih familiar. Religiusitas juga menjadi faktor internal penting, semakin tinggi nilai keagamaan seseorang, semakin besar kecenderungan perilakunya untuk memilih layanan yang dianggap sesuai syariah. Namun pada masyarakat Jorong Tanjung Durian, meski religiusitasnya tinggi, perilakunya tidak selalu selaras karena keterbatasan pengetahuan dan kebiasaan transaksi konvensional.

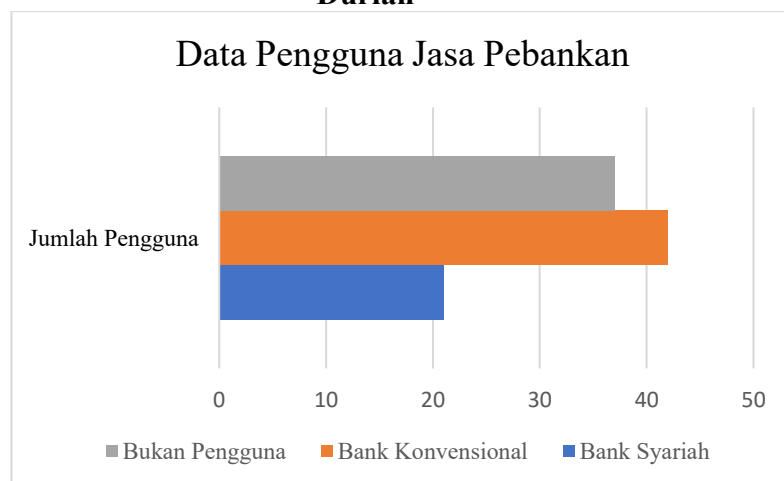
Islamic branding berperan sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi masyarakat. Citra syariah yang tidak terlalu kuat atau kurang dipahami menyebabkan sebagian masyarakat tidak terdorong mengubah perilakunya untuk beralih ke bank Syariah. Dengan demikian, teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa keputusan masyarakat menggunakan jasa Perbankan Syariah merupakan hasil interaksi antara pengetahuan mereka, nilai keagamaan

¹⁰ Rustiyana, Audita Nuvriasari, Renny Risqiani, dkk., *Perilaku Konsmen* (Jambi: Sonpedia, 2025), hlm. 1

yang dianut, serta persepsi terhadap branding syariah, yang pada akhirnya membentuk perilaku nyata masyarakat dalam memilih layanan keuangan.

Untuk memperkuat fenomena rendahnya penggunaan jasa perbankan syariah di lingkungan Masyarakat Jorong Tanjung Durian, peneliti melakukan observasi awal mengenai penggunaan layanan perbankan oleh masyarakat Jorong Tanjung Durian. Hasil observasi tersebut menunjukkan perbandingan masyarakat yang menggunakan jasa perbankan syariah dan perbankan konvensional yang disajikan dalam bentuk diagram berikut.

Gambar I.1 Data Pengguna Jasa Perbankan Di Jorong Tanjung Durian



Sumber: Data hasil wawancara dan observasi peneliti, November 2025.¹¹

Namun, berdasarkan data observasi awal yang dilakukan pada 100 responden terdapat ketidaksesuaian antara teori dengan kejadian di lapangan. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa, pengguna jasa perbankan Syariah hanya berjumlah 21 orang lebih sedikit dibandingkan dengan pengguna bank

¹¹ Wawancara dan observasi, “Data pengguna jasa Perbankan di Jorong Tanjung Durian” (Tanjung Durian, November 2025).

konvensional sebesar 42 orang. Selebihnya merupakan Masyarakat yang tidak menggunakan jasa perbankan yaitu sejumlah 37 orang.

Hasil observasi menunjukkan bahwa keputusan masyarakat terhadap penggunaan layanan Perbankan Syariah masih rendah, meskipun mayoritas penduduk beragama Islam dan Masyarakat memiliki akses yang setara terhadap Bank Syariah maupun Bank Konvensional, termasuk fasilitas seperti transfer dana, penarikan tunai, pembayaran, dan layanan transaksi keuangan lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa rendahnya preferensi terhadap Perbankan Syariah tidak berkaitan dengan keterjangkauan layanan, melainkan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar aspek aksesibilitas.

Kondisi tersebut menimbulkan *research gap* baik secara empiris maupun teoritis. Berberapa penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Mahmudah dan Afandi menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. Islamic branding juga berpengaruh positif, namun tidak signifikan, sehingga belum cukup kuat mempengaruhi keputusan secara dominan. Sementara itu, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan, karena tingkat ketaatan dan kesadaran beragama menjadi motivasi terpendam.¹²

Panatagama dan Hasan dalam penelitiannya menyatakan bahwa Religiusitas mempengaruhi secara signifikan terhadap Keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah, maka

¹² Siti Robi'ah Auliak Mahmudah and Akhmad Jazuli Afandi, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah," *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 4, no. 2 (2024): 173–88.

semakin tinggi pula niat dalam menentukan penggunaan jasa Bank Syariah.¹³ Saladin dkk juga mengatakan bahwa secara parsial literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan Keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah.¹⁴

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Agus dan Lucky memperlihatkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas meningkatkan peluang keputusan mahasiswa dalam memilih layanan Keuangan Syariah secara berturut-turut sebesar 53,9%; 96,8%; dan 37,8%. Namun hasil pengujian secara parsial memperlihatkan literasi keuangan Syariah dan variabel religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih layanan Keuangan Syariah, sedangkan variabel *Islamic Branding* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan Syariah.¹⁵

Fenomena rendahnya penggunaan layanan Perbankan Syariah di Jorong Tanjung Durian, menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara keyakinan keagamaan dan praktik ekonomi sehari-hari. Kerangka *Consumer Behavior Theory* memberikan dasar yang kuat untuk menjelaskan hubungan antara literasi keuangan Syariah, religiusitas, serta *Islamic branding* dengan pembentukan niat seseorang dalam memilih produk keuangan. Selain itu, berbagai penelitian

¹³ Ahmad Ramapanji Panatagama and Irmayanti Hasan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah Di PT. BSI Kota Batu," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 5 (2024): 5397–5412.

¹⁴ Soulthan Saladin Batubara, Delyana Rahmawany Pulungan, and Musfa Yenty, "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 20, no. 1 (2020): 23–37.

¹⁵ Wijanarko and Rachmawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah."

terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda-beda terkait pengaruh ketiga variabel tersebut, sehingga diperlukan penelitian lanjutan yang lebih kontekstual. Berdasarkan pertimbangan fenomena, teori, dan temuan empiris tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang benar-benar menentukan niat masyarakat dalam menggunakan jasa Perbankan Syariah. Dengan judul penelitian **"Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (studi kasus masyarakat jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam penelitian ini, yaitu masih rendahnya penggunaan jasa perbankan syariah di tengah masyarakat yang mayoritas beragama Islam. Masih terdapat masyarakat yang belum memahami konsep, sistem, dan produk perbankan syariah secara menyeluruh sehingga pemahaman mengenai perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional masih terbatas. Kesadaran masyarakat dalam menerapkan nilai-nilai keislaman dalam aktivitas keuangan juga belum sepenuhnya tercermin dalam keputusan penggunaan jasa perbankan syariah. Citra dan identitas Islami yang dimiliki perbankan syariah juga belum sepenuhnya mampu membangun kepercayaan dan keyakinan masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

C. Batasan Masalah

Dengan adanya suatu permasalahan yang dijelaskan dilatar belakang, untuk memberikan arah yang lebih jelas dalam penelitian ini sehingga nantinya

tidak akan keluar dari topik pembahasan. Maka peneliti membatasi pembahasan pada faktor-faktor yang berkaitan dengan keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Penelitian difokuskan pada masyarakat yang telah menggunakan jasa perbankan syariah serta membahas pengaruh pemahaman masyarakat mengenai keuangan syariah, nilai-nilai religiusitas, dan citra Islami perbankan syariah terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah. Agar penelitian lebih terarah dan tidak meluas, penelitian ini dilakukan pada masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat.

D. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang terdiri dari satu variabel Y yaitu Keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah, tiga variabel X yaitu Literasi Keuangan Syariah (X1), Religiulitas (X2), dan *Islamic Branding* (X3).

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Instrumen
1.	Keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah (Y)	Keputusan penggunaan jasa perbankan Syariah adalah pilihan yang diambil oleh nasabah untuk menggunakan layanan bank Syariah berdasarkan pertimbangan. ¹⁶	1. Keinginan penggunaan Perbankan Syariah 2. Rencana penggunaan Perbankan Syariah 3. Keyakinan penggunaan Perbankan Syariah ¹⁷	Ordinal

¹⁶ Fauzatul Laily Nisa, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah," *Economics And Business Management Journal(EBMJ)* 3, no. 2 (2024): 440–43.

¹⁷ Abdul Malik Karim Amrullah, Rini Safitri, and Wuryaningsih, "Exploring The Influence of Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Intention Behavior: The Moderating Effect of Benefits," *Salud, Ciencia y Tecnologia* 5 (2025).

2.	Literasi Keuangan Syariah (X1)	Literasi keuangan Syariah adalah proses meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan konsumen agar mampu mengelola keuangan dengan baik sesuai Syariah Islam. ¹⁸	1. Pengetahuan Syariah 2. Pemahaman keuangan Syariah 3. Sikap positif terhadap pengetahuan ¹⁹	Ordinal
3.	Religiusitas (X2)	Religiusitas adalah tingkat penghayatan, keyakinan, dan pelaksanaan agama oleh individu dalam kehidupan sehari-hari. ²⁰	1. Keyakinan terhadap prinsip Islam 2. Kepatuhan Syariah 3. Nilai moral 4. Konsekuensi pelanggaran Syariat Islam ²¹	Ordinal
4	<i>Islamic Branding</i> (X3)	<i>Islamic branding</i> didefinisikan sebagai merek yang mengikuti prinsip-prinsip Syariah dan mencerminkan kejujuran, transparansi, akuntabilitas, dan perilaku etis dalam praktik bisnis. ²²	1. Citra dan persepsi Islami 2. Kepercayaan terhadap <i>Islamic Branding</i> 3. Identitas Islami ²³	Ordinal

¹⁸ Farid Maulana, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Febi," *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah* 1, no. 3 (2024): 168–82.

¹⁹ Rahmatullah and Riyaldi, "Determinan Literasi Keuangan Syariah Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2022, 178–91.

²⁰ Andrik Prayugo, "Religiusitas Tradisi Malam Lebaran Di Desa Sukorame Gandusari Trenggalek," *Institutional Repository of IAIN Tulungagung*, 2019, 13–38.

²¹ William A Malpica, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Distribusi Dan Perilaku Konsumsi Pedagang Muslim Di Kota Medan," *Block Caving A Viable Alternative?* 21, no. 1 (2020): 1–9.

²² Mohammad Ikhsan Kurnia, "Islamic Branding of Indonesian Products: A Literature Review and Classification," *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 14, no. 2 (2023): 87–94.

²³ Dwi Rama Syahri and Dahrani, "Pengaruh Islamic Branding Dan Citra Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus PT. Bprs Puduarta Insani)," *Eduonomika* 09, no. 01 (2025): 1–13.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan Konteks masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Masyarakat Jorong Tanjung Durian untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh Religiulitas terhadap Keputusan Masyarakat Jorong Tanjung Durian untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh *Islamic Branding* terhadap Keputusan Masyarakat Jorong Tanjung Durian untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah?
4. Apakah terdapat pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiulitas dan *Islamic Branding* secara bersamaan terhadap Keputusan Masyarakat Jorong Tanjung Durian untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Masyarakat Jorong Tanjung Durian untuk penggunaan jasa Perbankan Syariah.
2. Menganalisis dan mengetahui pengaruh Religiulitas terhadap Keputusan Masyarakat Jorong Tanjung Durian untuk penggunaan jasa Perbankan Syariah.

3. Menganalisis dan mengetahui pengaruh *Islamic Branding* terhadap Keputusan Masyarakat Jorong Tanjung Durian untuk penggunaan jasa Perbankan Syariah.
4. Menganalisis dan mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiulitas dan *Islamic Branding* secara bersamaan terhadap Keputusan Masyarakat Jorong Tanjung Durian untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai sarana menambah pengetahuan dan wawasan, tentang determinan niat penentu penggunaan jasa Perbankan Syariah. Peneliti dapat menggali lebih faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa Perbankan Syariah.

2. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pengetahuan tentang determinan keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah bagi mahasiswa dan kampus.

3. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi bank syariah sebagai dasar untuk menyusun strategi peningkatan layanan dan penyusunan program pemasaran yang lebih efektif.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan yang luas serta sebagai penambahan wawasan tentang determinan keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah serta dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*)

Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*) yang dikemukakan oleh Philip Kotler dalam buku *Marketing Management* yang dikutip dalam buku *Perilaku Konsumen* oleh Rustiaya dkk, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.²⁴ Teori ini menegaskan bahwa keputusan konsumen tidak terjadi secara tiba-tiba, tetapi terbentuk dari berbagai interaksi. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dapat di bagi dalam beberapa kelompok di antaranya:

a. Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian atau penggunaan jasa, karena berkaitan dengan proses mental individu seperti cara berpikir, memahami, dan merasakan suatu produk atau layanan. Faktor psikologis berkaitan erat dengan literasi keuangan syariah karena keputusan seseorang dalam menggunakan jasa perbankan syariah dipengaruhi oleh cara berpikir, pemahaman, persepsi, dan keyakinannya

²⁴ Rustiyana, Audita Nuvriasari, Renny Risqiani, dkk., *Perilaku Konsumen* (Jambi: Sonpedia, 2025) hlm.1.

terhadap suatu layanan keuangan. Dalam teori perilaku konsumen, aspek psikologis seperti pengetahuan dan pemahaman menjadi dasar individu dalam menilai manfaat, risiko, serta kesesuaian suatu produk dengan kebutuhan dan keyakinannya.²⁵

Literasi keuangan syariah mencerminkan tingkat pengetahuan masyarakat mengenai prinsip, produk, dan sistem perbankan syariah. Semakin tinggi literasi keuangan syariah yang dimiliki seseorang, maka semakin baik pula proses berpikir dan pemahamannya dalam membedakan perbankan syariah dengan perbankan konvensional, sehingga akan membentuk persepsi positif dan mendorong pengambilan keputusan penggunaan jasa perbankan syariah secara lebih rasional dan sesuai dengan prinsip Islam

b. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, mencakup nilai, norma, kepercayaan, dan kebiasaan yang diwariskan dalam Masyarakat. Masyarakat yang menjunjung ajaran agama cenderung memilih produk sesuai prinsip syariah Individu yang memiliki religiusitas tinggi cenderung menghindari transaksi yang mengandung riba dan lebih memilih layanan keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam, sehingga

²⁵ Rustiyana, Audita Nuvriasari, Renny Risqiani, dkk., *Perilaku Konsumen* (Jambi: Sonpedia, 2025), hlm. 5

religiusitas menjadi pendorong utama dalam keputusan penggunaan jasa perbankan syariah.²⁶

Faktor budaya berkaitan erat dengan religiusitas karena budaya dalam masyarakat terbentuk dari nilai, norma, kepercayaan, dan kebiasaan yang berkembang dalam kehidupan sosial, termasuk nilai-nilai keagamaan. Dalam masyarakat Muslim, ajaran Islam menjadi bagian dari budaya yang memengaruhi perilaku dan keputusan konsumsi individu. Religiusitas mencerminkan tingkat keyakinan dan kepatuhan seseorang terhadap ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas keuangan.

c. Strategi Pemasaran (citra merek)

Citra merek adalah persepsi, kesan, dan keyakinan yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk melalui pengalaman, informasi, dan komunikasi pemasaran. Citra merek berkaitan erat dengan *Islamic branding* karena *Islamic branding* merupakan identitas dan citra Islami yang dibangun oleh lembaga perbankan syariah melalui nama, simbol, pelayanan, serta penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. *Islamic branding* tidak hanya mencerminkan kualitas layanan, tetapi juga menunjukkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Semakin kuat *Islamic branding* yang dibangun, maka semakin besar kepercayaan dan keyakinan

²⁶ Rustiyana, Audita Nuvriasari, Renny Risqiani, dkk., *Perilaku Konsumen* (Jambi: Sonpedia, 2025), hlm.7

masyarakat terhadap perbankan syariah, sehingga dapat mendorong keputusan penggunaan jasa perbankan syariah.²⁷

2. Keputusan Konsumen

a. Pengertian Keputusan

Keputusan adalah tindakan akhir yang diambil seseorang setelah mempertimbangkan berbagai alternatif yang tersedia dan memilih pilihan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan, nilai, dan keyakinannya.²⁸ Dalam layanan keuangan, keputusan penggunaan jasa perbankan mencerminkan pilihan sadar seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu bank berdasarkan manfaat yang dirasakan, pemahaman terhadap produk, kemudahan layanan, serta kesesuaian dengan prinsip yang diyakini.

b. Konsumen Muslim

Konsumen Muslim adalah individu yang dalam aktivitas konsumsinya tidak hanya mempertimbangkan aspek kebutuhan dan keinginan, tetapi juga berpedoman pada nilai-nilai dan prinsip Syariah, sebagaimana dijelaskan oleh Philip Kotler, keputusan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Namun, pada konsumen Muslim, faktor tersebut diperkuat oleh nilai religius yang mengharuskan setiap keputusan konsumsi sesuai dengan ajaran Islam,

²⁷ Rustiyana, Audita Nuvriasari, Renny Risqiani, dkk., *Perilaku Konsumen* (Jambi: Sonpedia, 2025) hlm.7.

²⁸Siti Samsiah, dkk., *Perilaku Konsumen* (Jawa Barat: Mega Press Nusantara, 2023), hlm 24.

seperti menghindari riba, gharar, dan maysir, serta mengutamakan kehalalan dan keberkahan. Oleh karena itu, keputusan penggunaan jasa, termasuk perbankan syariah, tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi juga pada kepatuhan terhadap prinsip agama.²⁹

Keputusan penggunaan jasa perbankan syariah dalam penelitian ini berkaitan dengan literasi keuangan syariah sebagai faktor pengetahuan yang memengaruhi pemahaman konsumen Muslim terhadap produk dan prinsip Syariah. Semakin tinggi literasi yang dimiliki, semakin baik kemampuan individu dalam menilai kesesuaian produk sehingga mendorong pengambilan keputusan yang tepat. Di sisi lain, religiusitas menjadi faktor utama yang membentuk motivasi dan sikap konsumen Muslim dalam memilih layanan keuangan, di mana tingkat religiusitas yang tinggi akan memperkuat komitmen untuk menggunakan produk yang sesuai dengan ajaran Islam dan berpengaruh langsung terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah.

Islamic branding berfungsi sebagai faktor eksternal yang akan memengaruhi persepsi dan kepercayaan konsumen Muslim terhadap lembaga keuangan. Citra Islami yang kuat akan memperkuat keyakinan terhadap kesesuaian prinsip syariah. Dengan demikian, keputusan konsumen Muslim dalam menggunakan jasa perbankan syariah

²⁹ Junaidi, *Peran Agama Dan Tingkat Spiritualitas: Keputusan Dalam Memilih Bank Syariah Di Indonesia* (Jawa Tengah: Epigraf Komunikata Prima, 2022), hlm.5-7.

dipengaruhi oleh interaksi antara literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* yang bersama-sama membentuk preferensi dan perilaku dalam memilih layanan keuangan.³⁰

c. Indikator Keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah

Keputusan penggunaan jasa perbankan syariah memberi gambaran sejauh mana individu bermaksud untuk menggunakan layanan tersebut. Beberapa indikator utama yang umum digunakan meliputi:

1) Keinginan untuk Menggunakan jasa perbankan Syariah

Indikator ini mengukur sejauh mana seseorang memiliki keputusan atau tekad yang kuat untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah di masa mendatang.

2) Rencana penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Indikator ini mencakup tindakan nyata yang menunjukkan keputusan, seperti mengisi formulir, membuka rekening, atau mengajukan aplikasi secara aktif.

3) Keyakinan penggunaan Perbankan Syariah

Perkembangan kepercayaan dan harapan bahwa layanan akan memenuhi kebutuhan dan harapan akan memperkuat keputusan penggunaan.³¹

³⁰ Jefri Putra Nugraha, *Teori Perilaku Konsumen* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021), hlm.5-6.

³¹ Saffanah Aini Rahmani, Agung Dharmawan Buchdadi, and Muhammad Yusuf, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Bank Syariah Di Wilayah Jabodetabek," *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneurship and Creative Industry* 2, no. 1 (2023): 1–15.

3. Literasi Keuangan Syariah

a. Defenisi Literasi Keuangan Syariah

Literasi Keuangan Syariah adalah pengetahuan, kesadaran, keterampilan, dan sikap seseorang dalam mengelola keuangan sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai Islam yang tercantum dalam syariah. Literasi keuangan syariah mengacu pada kemampuan memahami produk, jasa, dan aktivitas keuangan yang berlandaskan hukum Islam, serta membedakan antara sistem keuangan Syariah dengan Konvensional.³²

Literasi Keuangan Syariah Masyarakat yang baik, memudahkan dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat dan beretika dalam konteks agama, sehingga mencapai kesejahteraan yang berlandaskan Syariah Islam. Rahim, Hamed, dan Rashid³³ menekankan bahwa literasi keuangan Syariah memberdayakan masyarakat dengan pengetahuan mendalam tentang konsep keuangan Islam dan praktik yang halal. Ini membantu mengarahkan niat dan keputusan keuangan yang sejalan dengan prinsip Islam, termasuk dalam memilih Perbankan Syariah sebagai alternatif yang aman dan sesuai agama.

Penelitian oleh Othman dan Hashim serta studi Moin, Ismal, dan Karim menemukan bahwa semakin tinggi literasi keuangan Syariah, semakin besar keputusan individu, untuk memilih produk Perbankan

³² Nur Hidayah, *Literasi Keuangan Syariah: Teori Dan Praktik Di Indonesia* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2023) hlm.7

³³ Wiwi Idawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Pada Mahasiswa Stie Indonesia Banking School," *Journal of Accounting, Management, and Islamic Economic* 2, no. 2 (2023): 327–40.

Syariah. Literasi ini memberikan kepercayaan dan pemahaman yang mumpuni sehingga individu membawa sikap positif dan minat yang kuat untuk memanfaatkan layanan Bank Syariah.³⁴

Teori ini menyatakan bahwa literasi keuangan Syariah berperan sebagai dasar pengembangan niat dan minat penggunaan jasa Perbankan Syariah dengan meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan sikap yang sesuai akidah Islam. Literasi membangun kepercayaan dan keyakinan, yang pada gilirannya mendorong niat dan perilaku penggunaan produk keuangan Syariah secara konsisten.

b. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Indikator literasi keuangan Syariah terdiri dari beberapa aspek utama yang mencerminkan pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kepercayaan individu dalam mengelola keuangan sesuai prinsip syariah, yaitu:

1) Pengetahuan Keuangan Syariah

Pengetahuan Meliputi pemahaman tentang prinsip-prinsip dasar keuangan Syariah seperti larangan riba, gharar, serta produk dan layanan keuangan Syariah (misalnya Perbankan Syariah, pembiayaan, asuransi Takaful, investasi Syariah, dan pengelolaan zakat, infaq, dan wakaf).

³⁴ Haris Minando, Agustia Handayani, and Farida Ekawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Pemilihan Produk Perbankan Syariah Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Pariwisata Halal* 2, no. 2 (2024): 31–38.

2) Kemampuan memahami keuangan Syariah

Kemampuan untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat dan sesuai prinsip Syariah, termasuk manajemen keuangan pribadi dan perencanaan keuangan berbasis Syariah.

3) Sikap positif terhadap pengetahuan

Sikap positif dan kesadaran dalam menggunakan produk keuangan Syariah, termasuk kesediaan untuk bertransaksi dengan lembaga keuangan Syariah dan menjalankan prinsip ekonomi Islam dalam aktivitas keuangan sehari-hari.³⁵

4. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa Latin *religio* dari akar kata *religare* yang berarti mengikat (*Dictionary of Spiritual Terms*). Mengandung makna bahwa agama pada umumnya memiliki aturan dan kewajiban yang harus dipatuhi dan dijalankan oleh pemeluknya. Mangunwijaya membedakan antara istilah religi atau agama dan religiusitas. Religi lebih menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek yang senantiasa berhubungan dengan kedalaman manusia, yaitu penghayatan terhadap aspek-aspek religi yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati.³⁶

³⁵ Yuda Pratama, "Analisis pengaruh literasi keuangan Syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Perbankan Syariah," *Jurnal Publication Uin Raden Intan Lampung* 4, no. 1 (2021): 6.

³⁶ Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi Dan Subjektivitas Keagamaan* (Jakarta: Islamic Character Development, 2020). 23 Hlm. 9

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) Religiusitas dianggap membentuk norma subjektif dan sikap yang mendukung keputusan penggunaan jasa Syariah meskipun tidak selalu secara langsung mempengaruhi perilaku nyata dalam beberapa penelitian. Kesenjangan antara niat berdasarkan keagamaan dengan tindakan nyata bisa terjadi karena faktor eksternal lain seperti kemudahan akses dan pengetahuan produk.³⁷

Religiusitas membuat individu lebih sadar akan keunggulan layanan keuangan Syariah yang halal dan berbasis nilai Islam, sehingga meningkatkan loyalitas dan citra positif terhadap Bank Syariah. Dalam Islam, agama menjadi pedoman hidup secara menyeluruh termasuk dalam aspek ekonomi dan keuangan, sehingga religiusitas menjadi determinan utama yang mendorong pemilihan produk Perbankan Syariah.

b. Faktor Religiusitas

Faktor-faktor religiusitas yang memengaruhi keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah meliputi beberapa aspek berikut:

- 1) Tingkat Keyakinan dan Ketaatan Agama: Individu dengan tingkat keimanan dan ketaatan yang tinggi terhadap ajaran Islam cenderung akan memilih layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah sebagai bentuk pengamalan nilai agama.

³⁷ Enrico Tri Rahmantyo, "Pengaruh Religiusitas, Islamic Financial Literacy Serta Trust Terhadap Purchase Intention Bank Syariah Di Jakarta," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. November 2020 (2021): 167–86.

- 2) Kesadaran akan Kewajiban Agama: Kesadaran mengelola keuangan secara halal dan menjauhi riba dan praktik yang dilarang agama mendorong minat menggunakan Perbankan Syariah.
- 3) Sikap dan Persepsi Positif terhadap Syariah: Pandangan bahwa produk dan jasa Perbankan Syariah lebih sesuai dengan prinsip Islam dan membawa keberkahan ikut memperkuat niat menggunakan layanan ini.
- 4) Norma Sosial dan Lingkungan Keagamaan: Tekanan atau pengaruh dari komunitas dan norma agama sekitar memperkuat motivasi bertransaksi di Bank Syariah.
- 5) Motivasi Spiritual: Keinginan mencapai pahala dan keberkahan dalam aktivitas ekonomi serta mempertahankan integritas Keislaman menjadi pendorong utama.
- 6) Pengetahuan dan Pemahaman Produk Syariah: Meskipun tidak sepenuhnya bagian dari religiusitas, pengetahuan tentang produk Syariah yang halal dan keunggulan Bank Syariah juga berperan dalam memperkuat niat.³⁸

c. Indikator Religiusitas

Indikator religiusitas dalam penggunaan jasa Perbankan Syariah mencakup beberapa aspek yang mengukur seberapa kuat individu memegang dan mengamalkan nilai-nilai agama Islam. Berdasarkan studi dan literatur, indikator utama religiusitas meliputi:

³⁸Alfi Mulikhah Lestari, "Perubahan Perilaku Dan Keputusan Keuangan Yang Mencerminkan Pengamalan Prinsip Syariah Seperti Penghindaran Riba, Penerimaan Bagi Hasil, Penggunaan Produk Syariah, Kepercayaan, Serta Motivasi Spiritual Yang Nyata Dalam Aktivitas Perbankan Syariah.," *Jurnal Universitas Brawijaya. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.*, 2015.

1) Kepatuhan Agama

Tingkat kepatuhan seseorang terhadap ajaran agama Islam, seperti menjalankan ibadah wajib dan menjauhi larangan, termasuk menghindari riba dan transaksi yang tidak sesuai Syariah

2) Keyakinan dan Keimanan terhadap Syariah

Tingkat kepercayaan dan keyakinan bahwa aktivitas ekonomi harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan menjadi bagian dari ketaatan kepada Allah.

3) Kesadaran Etis dan Nilai Moral

Kesadaran akan pentingnya menjalankan prinsip keuangan yang adil, jujur, dan sesuai Syariat Islam.

4) Konsekuensi pelanggaran Syariat Islam

Perilaku dan Keputusan yang mencerminkan prinsip Syariah seperti penghindaran riba, penerimaan bagi hasil, penggunaan produk Syariah, kepercayaan, serta motivasi spiritual yang nyata dalam aktivitas Perbankan Syariah.³⁹

5. *Islamic Branding*

a. *Pengertian Islamic Branding*

Islamic Branding adalah strategi pemasaran yang mengintegrasikan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam atau Syariah ke dalam pengelolaan dan

³⁹ Siti Erdini Yulanzy, "A Systematic Literature Review of Religiosity On Customer Decisions in Choosing Syariah Bank," *Karakter : Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam* 1, no. 4 (2024): 251–167.

pencitraan merek produk atau jasa.⁴⁰ *Islamic branding* berfokus pada penunjukan identitas halal dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah, seperti kejujuran, akuntabilitas, dan keadilan, yang menciptakan kepercayaan konsumen muslim.

Islamic branding Perbankan Syariah adalah proses membangun dan mengelola citra sebuah produk, layanan, atau institusi perbankan yang berdasarkan pada prinsip-prinsip Syariah Islam. *Islamic branding* tidak hanya merupakan simbol atau logo halal, tetapi juga merupakan representasi nilai, kepercayaan, dan komitmen terhadap prinsip-prinsip Islam.

Menurut Mangkunegara, *Islamic branding* yang kuat tidak hanya menciptakan citra positif, tetapi juga menjadi keunggulan kompetitif yang meningkatkan loyalitas konsumen dan memperkuat hubungan jangka panjang. Dengan menonjolkan unsur Islami dan identitas Syariah, Bank Syariah dapat menarik konsumen yang mengutamakan prinsip Keislaman dalam transaksi keuangan serta meningkatkan kepercayaan pada institusi⁴¹

Dari perspektif teori perilaku konsumen, *Islamic branding* yang efektif mempengaruhi niat konsumen dengan membangun persepsi positif terkait kehalalan, keadilan, dan keinginan produk serta layanan keuangan. Hal ini secara langsung berkontribusi pada keputusan menggunakan jasa

⁴⁰ Rifyal Dahlawy Chalil, *Branding, Islamic Branding, & Rebranding* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2021), hlm 3.

⁴¹ Syahri and Dahrani, "Pengaruh Islamic Branding Dan Citra Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus PT. Bprs Puduarta Insani)."

Perbankan Syariah karena konsumen merasa yakin dan nyaman bahwa produk tersebut sesuai dengan keyakinan dan kebutuhan mereka.⁴²

b. Indikator *Islamic Branding*

1) Citra dan persepsi Islami

Mengacu pada sejauh mana produk atau layanan memenuhi ketentuan halal, menghindari riba, gharar, dan praktik yang dilarang dalam Islam.

2) Kepercayaan terhadap *Islamic Branding*

Tingkat kepercayaan konsumen bahwa produk sesuai dengan prinsip Islam serta menjanjikan nilai spiritual dan keberkahan.

3) Identitas Islami

Penggunaan simbol-simbol, nama, atau unsur budaya Islam dalam identitas merek yang mudah dikenal oleh konsumen Muslim.⁴³

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap hasil-hasil penelitian.

Adapun penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini adalah:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Anita Zulaecha (Skripsi Universitas Islam Sultan	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank

⁴² Marhusin Raudah Mariyam, "Pengaruh Religiusitas, Islamic Branding Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Generasi Milenial Muslim Dalam Memilih Jasa Bank Syariah Di Kota Banjarmasin," *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 13, no. 2 (2024): 209–20.

⁴³ Kusuma Widyawaty and Widyaningsih, "Analisis Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Layanan Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Solo Raya)" *Manajemen: Jurnal Ekonomi, tahun2024*, vol 6 no 1,67-77

	Agung 2025) ⁴⁴	kasus pada masyarakat di Kabupaten Demak)	Syariah, Sedangkan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dibank syariah.
2.	Siti Robi'ah Auliak Mahmudah, Akhmad Jazuli Afandi (<i>Journal of Management and Sharia Business</i> , tahun 2024) ⁴⁵	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, <i>Islamic Branding</i> , dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda dalam Menggunakan jasa Perbankan Syariah	Penelitian membuktikan bahwa secara parsial, literasi keuangan syariah dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri, sedangkan <i>Islamic branding</i> berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa Perbankan Syariah.
3.	Ahmad Ramapanji Panatagama, Irmayanti Hasan (Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, keuangan, Bisnis syariah, 2024) ⁴⁶	Faktor - faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan jasa Bank Syariah di PT. BSI Kota Batu	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas (X1) dan tingkat pendidikan (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan tingkat pendapatan (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Bank Syariah di PT. BSI Kota Batu.
4.	Bunga Alisa Setyaningrum, Galya Adisti (<i>Jurnal of Islamic Economics and finance</i> , 2024) ⁴⁷	Determinan Keputusan menggunakan jasa Perbankan Syariah	Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa religiusitas, motivasi emosional, dan motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan warga Kecamatan Comal dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

⁴⁴ Anita Zulaecha, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Demak)" (Skripsi Universitas Islam Sultan Agung, 2025).

⁴⁵ Mahmudah and Afandi, "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*, tahun 2024, vol 4 no 2

⁴⁶ Ahmad Ramapanji Panatagama and Irmayanti Hasan, "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah Di PT. BSI Kota Batu." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, keuangan, Bisnis syariah*, 2024, Vol 6 No 5 (2024) 5397 – 5412

⁴⁷ Bunga Alisa Setyaningrum and Galya Adisti, "Determinan Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah," *Jurnal Islamic Economics and Finance* 4, no. 2 (2024): 25–33.

			Kemudian, secara simultan, religiusitas juga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. Kata Kunci Religiositas, Motivasi Emosional, Motivasi Rasional, Pengambilan Keputusan menggunakan jasa perbankan syariah.
5.	Anava Salsa Nur Savitri, Darmawan (EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 2024) ⁴⁸	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Lokasi, serta Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah, dan religiusitas secara parsial mampu mempengaruhi minat menabung. Sedangkan lokasi tidak mampu memberikan pengaruhnya terhadap minat menabung. Secara simultan literasi keuangan Syariah, lokal, dan keagamaan mampu mempengaruhi minat menabung.
6.	Ambarwati (skripsi UIN KH Abdurrahma Wahid Pekalongan, 2023) ⁴⁹	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah UIN KH Abdurrahma Wahid Pekalongan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, motivasi dan citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung pada mahasiswa aktif perbankan syariah angkatan 2020 UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dan variabel religiusitas dapat memoderasi literasi keuangan syariah, motivasi, dan citra perusahaan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung pada mahasiswa

⁴⁸ Anava Salsa Nur Savitri, Darmawan Pengaruh Literasi and Keuangan Syariah, “Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah” *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 3, no. 3 (2024): 1669–79.

⁴⁹ Ambarwati, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah UIN KH Abdurrahma Wahid Pekalongan)” (UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023).

			aktif perbankan syariah angkatan 2020 UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan
7.	Soulthan Saladin Batubara, dkk (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, 2020) ⁵⁰	Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan lembaga keuangan Syariah, inklusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan lembaga keuangan Syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan pada penelitian ini, yaitu:

1. Anita Zulaecha, Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti faktor penentu niat dalam konteks layanan Perbankan Syariah serta menggunakan variabel literasi keuangan Syariah dan religiusitas sebagai faktor utama yang mempengaruhi perilaku masyarakat. Perbedaannya penelitian ini fokus pada determinan keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah pada masyarakat Jorong Tanjung Durian, penelitian Zulaecha meneliti minat menabung sebagai variabel terikat dan memasukkan kepercayaan sebagai variabel tambahan.
2. Siti Robi'ah Auliak Mahmudah, Akhmad Jazuli Afandi, Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas. Penelitian ini juga

⁵⁰ Batubara, Pulungan, and Yenty, "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah." Vol. 20, No. 1, 2020, hal. 23-37

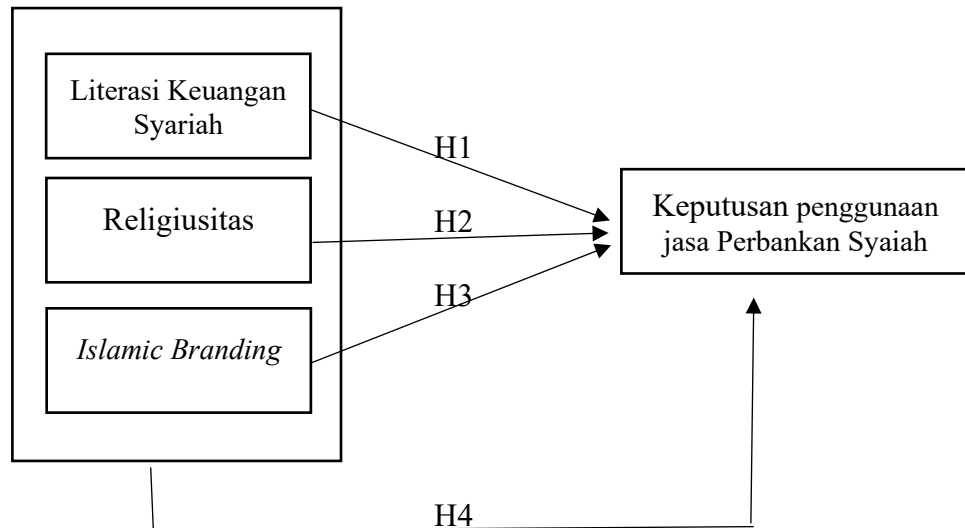
sama-sama menggunakan penelitian dengan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya mengangkat mahasiswa Pondok Pesantren Darul Huda sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian ini akan meneliti Masyarakat jorong Tanjung Durian.

3. Ahmad Ramapanji Panatagama, Irmayanti Hasan. Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan variabel religiulitas dan menggunakan Teknik *non probability sampling* dalam menentukan sampel. Perbedaannya pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel Tingkat pendapatan, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan Tingkat pendapat sebagai variabel.
4. Bunga Alisa Setyaningrum, Galya Adisti. Persamaan penelitian ini sama-sama menelaah faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap penggunaan jasa perbankan syariah serta sama-sama memasukkan religiusitas sebagai salah satu variabel penting. Perbedaannya penelitian sebelumnya menggunakan, motivasi emosional, dan motivasi rasional. Perbedaan lain juga terletak pada objek penelitian.
5. Anava Salsa Nur Savitri, Darmawan, Penelitian ini sama-sama meneliti perilaku masyarakat terhadap Perbankan Syariah serta menggunakan variabel literasi keuangan Syariah dan religiusitas dengan metode regresi kuantitatif. Namun, penelitian ini fokus pada keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah dan menambahkan variabel *Islamic Branding*, sedangkan penelitian sebelumnya meneliti minat menabung dengan variabel tambahan lokasi.

6. Ambarwati, penelitian ini sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan syariah dan religiusitas serta fokus pada perilaku menabung atau penggunaan layanan bank syariah. Namun, penelitian Anda menambahkan variabel Islamic Branding dan penelitian keputusan penggunaan jasa perbankan syariah pada masyarakat Jorong Tanjung Durian, sedangkan penelitian Ambarwati menggunakan motivasi dan citra perusahaan serta meneliti minat menabung pada mahasiswa UIN Pekalongan.
7. Soulthan Saladin Batubara, dkk, persamaan dalam penelitian ini ialah sama menggunakan variabel literasi keuangan Syariah, menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode kuisioner, dokumentasi dan wawancara kepada responden. Perbedaannya terletak pada objek yang di teliti dan beberapa variabel yang berbeda.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis.

Gambar II.1 Kerangka pikir

Sumber: *Dimodifikasi oleh peneliti*

Dari kerangka pikir di atas dijelaskan bahwa, keputusan penggunaan jasa perbankan syariah diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Literasi keuangan syariah diduga memengaruhi keputusan penggunaan karena pemahaman yang baik terhadap prinsip dan produk syariah dapat meningkatkan keyakinan masyarakat dalam memilih layanan perbankan syariah. Religiusitas diduga memengaruhi keputusan penggunaan karena nilai-nilai keagamaan dapat mendorong masyarakat untuk memilih layanan yang sesuai dengan prinsip Islam. Selain itu, *Islamic branding* juga diduga memengaruhi keputusan penggunaan melalui citra dan identitas Islami yang mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun

dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁵¹ Dari sisi lain juga dikatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara suatu masalah yang diajukan dalam penelitian. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Ada pengaruh Literasi keuangan Syariah terhadap Keputusan masyarakat Jorong Tanjung Durian dalam penggunaan jasa Perbankan Syariah.

H₂: Ada pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan masyarakat Jorong Tanjung Durian dalam penggunaan jasa Perbankan Syariah.

H₃: Ada pengaruh *Islamic branding* terhadap Keputusan masyarakat Jorong Tanjung Durian dalam penggunaan jasa Perbankan Syariah.

H₄: Ada pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan *Islamic Branding* terhadap Keputusan Masyarakat Jorong Tanjung Durian untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabet, 2012). Hlm.93

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Jorong Tanjung Durian Kecamatan Gunung Tuleh, Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat. Dan waktu penelitian dilaksanakan pada Bulan Desember 2025 sampai Selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.⁵²

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang ingin diteliti. Populasi ini sering juga disebut dengan *universe*. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dan manusia, dimana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur atau diamati.⁵³ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat jorong Tanjung Durian, kecamatan Gunung Tuleh, kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat yang menggunakan jasa Perbankan Syariah.

⁵² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013). Hlm.38

⁵³ Syahrums and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2009). Hlm.35

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala jorong Tanjung Durian, jumlah masyarakat saat ini berjumlah 690 jiwa. Dengan jumlah laki-laki sebanyak 351 jiwa dan Perempuan sebanyak 339 jiwa.⁵⁴

2. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi yang karakteristiknya benar-benar diselidiki.⁵⁵ Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan Teknik *Purposive Sampling* untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih responden berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.⁵⁶ Adapun kriteria dalam pemilihan sampel adalah

- a. Masyarakat tinggal dan tercatat sebagai penduduk oleh pemerintah setempat.
- b. Masyarakat yang sudah memiliki KTP atau telah berumur sekurang-kurangnya 17 tahun.
- c. Masyarakat pengguna jasa perbankan Syariah

Kriteria sampel dalam penelitian ini ditentukan secara bertahap sesuai dengan tujuan penelitian. Pertama, masyarakat yang tinggal dan tercatat sebagai penduduk oleh pemerintah setempat sebanyak 690 orang. Kedua, masyarakat yang telah memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau berusia

⁵⁴ Wahid Lubis, "Data Jumlah Masyarakat Jorong Tanjung Durian" (Tanjung Durian, kec. Gunung Tuleh: Wawancara Pribadi, 2025).

⁵⁵ Kadir, *Statistika Terapan, Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), Hlm. 118.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* (Bandung: CV.Afabeta, 2022), hlm 85.

sekurangnya 17 tahun sebanyak 492 orang,⁵⁷ karena dianggap telah mampu memahami dan mengambil keputusan dalam penggunaan layanan keuangan. Ketiga, masyarakat yang menggunakan jasa perbankan syariah sebanyak 64 orang, yang selanjutnya dijadikan sebagai responden penelitian karena sesuai dengan fokus penelitian mengenai keputusan penggunaan jasa perbankan syariah.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya.⁵⁸

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui angket berbentuk skala likert yang disebarakan kepada Masyarakat jorong Tanjung Durian sebagai responden penelitian.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan diperoleh dari pihak tertentu yang telah mengumpulkan data tersebut. Data sekunder merupakan data jadi dan peneliti tidak memerlukan pengolahan data untuk memaknai data tersebut.⁵⁹ Data yang bersifat sekunder antara lain:

- a. Data Jumlah Bank Syariah Di Indonesia yang bersumber dari OJK
- b. Data Pengguna Jasa Perbankan
- c. Data Jumlah Aset Bank Nagari Syariah

⁵⁷ Dedi Kurnia, "Masyarakat Jorong Tanjung Durian" (Tanjung Durian, Kec. Gunung Tuleh: Wawancara Pribadi, 5 Juni 2026).

⁵⁸ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Yogyakarta: Deepublis, 2020). Hlm. 69

⁵⁹ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublis, 2020). Hlm.70

E. Instrumen Pengumpulan Data

Adapun instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu dalam kegiatan mengumpulkan data, agar menjadi sistematis dan memudahkan penelitian. Instrumen pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan instrumen pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan cara tanya jawab kepada objek yang akan diteliti atau kepada perantara yang mengetahui permasalahan dari objek yang akan diteliti.⁶⁰ Dalam penelitian ini, wawancara akan dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden mengenai Determinan keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah. Beberapa pertanyaan yang diajukan dalam proses wawancara antara lain:

- a. Apakah Bapak/Ibu menggunakan jasa Perbankan?
- b. Apakah Bapak/Ibu menggunakan jasa Perbankan Syariah?
- c. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terkait Bank Syariah?

2. Angket/ Kuesioner

Kuesioner atau sering juga disebut angket merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa rangkaian pernyataan

⁶⁰ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublis, 2020). Hlm.27

tertulis yang harus dijawab oleh responden, dengan maksud untuk mendapat informasi atau data yang relevan dengan tujuan penelitian.⁶¹

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan skala Likert tertutup, dengan rumusan sebagai berikut:

Tabel III.1 Nilai Indikator Angket

No	Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Menggunakan skala Likert dengan 5 kategori jawaban, responden diminta menjawab sejumlah pertanyaan dengan jujur. Berikut adalah kisi-kisi angket:

Tabel III.2 Kisi-kisi Angket

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1.	Keputusan penggunaan jasa perbankan syariah (Y)	1. Keinginan penggunaan Perbankan Syariah 2. Rencana penggunaan Perbankan Syariah 3. Keyakinan penggunaan Perbankan Syariah	1 2 3
2.	Literasi keuangan syariah (X1)	1. Pengetahuan Sayariah 2. Pemahaman Keuangan Syariah 3. Sikap positif terhadap pengetahuan	1 2 3 4
3.	Religiulitas (X2)	1. Keyakinan terhadap prinsip Islam 2. Kepatuhan Syariah 3. Nilai moral	1 2 3 4

⁶¹ Andrea Gideon and Dkk, *Metode Penelitian Pendidikan* (Demanga: CV. Pradina Pustaka Grup, 2023). Hlm. 118

		4. Konsekuensi pelanggaran Syariat Islam	
4.	<i>Islamic branding</i> (X3)	1. Citra dan persepsi Islami 2. Kepercayaan terhadap <i>Islamic Branding</i> 3. Identitas Islami	1 2 3

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.⁶² Data penelitian ini diperoleh dari buku serta data atau dokumentasi yang tersedia di Lokasi penelitian

F. Teknik Analisis Data

Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁶³ Tujuan analisis data adalah mendapatkan informasi yang relevan yang terkandung di dalam data tersebut dan menggunakan hasilnya untuk menyelesaikan suatu masalah. Teknik pengolahan data yang peneliti gunakan dengan menggunakan metode SPSS versi 26, yaitu program yang digunakan untuk membantu mengolah data.

⁶²Andrea Gideon and Dkk, *Metode Penelitian Pendidikan* (Demanga: CV. Pradina Pustaka Grup, 2023 Hlm.112

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabet, 2012) hlm. 335

Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis dasar dalam perhitungan statistik, di mana tujuan analisis deskriptif ini untuk mengetahui nilai rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai yang sering muncul (*mode/modus*), jumlah (*sum*), deviasi standar atau simpangan baku (*standard deviation*), ragam data (*variance*), selisih nilai tertinggi (*range*), nilai terendah (*minimum*), nilai tertinggi (*maximum*), dan lainnya.⁷⁶

2. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan seberapa baik suatu alat ukur dapat mengukur peristiwa yang akan diukur.

- a. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ (pada taraf signifikan 0,05), maka item dinyatakan valid.
- b. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ (pada taraf signifikan 0,05), maka item dinyatakan tidak valid.⁶⁴

3. Reliabilitas

Uji realibilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih dan memperlihatkan sejauh mana suatu alat ukur bisa dipercaya dan diandalkan. Koefisien dapat dikatakan reliabel Ketika nilai

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. hlm. 267

Cronbach Alpha > 0,60 hingga pertanyaan yang di pakai untuk mengukur variable tersebut dapat dikatakan reliabel.⁶⁵

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas uji heterokedasitas

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residul memiliki distribusi normal atau tidak. Jika analisi dilakukan menggunakan metode parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S), maka persyaratan normalitas harus dipenuhi.

- 1) Nilai Sig atau signifikan atau nilai probabilitas < 0,05 maka distribusi adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig atau signifikan atau niali probabilitas > 0,05 maka distribusi adalah normal.

b. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dengan *variance*

⁶⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* (Bandung: CV.Alfabeta, 2022), hlm. 268

inplementasi factor (VIF) dan tolerance.

- 1) Jika nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance* > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) jika nilai VIF > 10 atau nilai *tolerance* < 0,1 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data yang bertujuan mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan atau ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu.

- 1) Jika nilai sig > 0,05 dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai sig < 0,05 dapat disimpulkan terjadi heterokedastisitas.⁶⁶

5. Analisis Regresi Berganda

Analisis data penelitian merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh independen variable X1, X2, dan X3 (Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan *Islamic Branding*) terhadap variabel dependen Y (keputusan penggunaan jasa

⁶⁶ Ratih Kusumawardhani ; Nuryani Dwi Astuti, *Pengantar Statistika Dan Analisis Dengan SPSS* (CV.Ruang Tentor, 2024). Hlm.6-8

Perbankan Syariah).⁶⁷ Analisis regresi dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

Model persamaannya:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

X1 = Literasi Keuangan Syariah

X2 = Religiusitas

X3 = *Islamic Branding*

a = konstanta

b1, b2 = koefisien regresi

e = error

6. Uji Hipotesis

Analisis hubungan ini dengan terlebih dulu melakukan resampling dengan mengenakan metode *bootstrapping* terhadap sampel. Hasil *bootstrapping* yang didapat merupakan nilai *t-statistik* pada setiap jalur hubungan yang digunakan guna menguji suatu hipotesis.

a. Uji parsial (uji t)

Uji t dikenal dengan uji parsial yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri(parsial) terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan

⁶⁷ Molli Wahyuni, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan SPSS Versi 25* (Yogyakarta, 2020). Hlm.12

membandingkan t hitung dan t tabel signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Dengan menggunakan tingkat sig 0,05.

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.⁶⁸

b. Uji simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Y jika:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.⁶⁹

c. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan pada pengukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Jika nilai dari koefisien determinasi dari sebuah variabel bebas semakin tinggi, maka semakin baik dalam menjelaskan perilaku dari variabel terikatnya. Nilai dari koefisien determinasi dapat dilihat dengan nilai Adjusted R^2 yang memiliki besar 0 hingga 1.

⁶⁸ Anas Sudjono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Jakarta: Rajawali, 2020). Hlm. 21

⁶⁹ Musyaffi, Khairunnisa, and Respati, *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (Sem-PLS) Menggunakan Smartpls*, Hlm. 13,

Jika nilai Adjusted R^2 mendekati 1, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar, yang berarti bahwa variabel bebas yang digunakan menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan peneliti untuk memprediksi variabel terikatnya. Sebaliknya jika nilai Adjusted R^2 mendekati 1 kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen terbatas.⁷⁰

⁷⁰ Deddy Mulyana, “Metedologi Penelitian Kuantitatif,” in *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*, 2021, hlm.132.

BAB IV

HASIL DAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran umum wilayah penelitian

Wilayah penelitian ini dilaksanakan di Jorong Tanjung Durian yang secara administratif berada di Kecamatan Gunung Tuleh, Kabupaten Pasaman Barat, Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Wilayah ini merupakan salah satu daerah yang memiliki karakteristik masyarakat yang kuat dalam nilai-nilai sosial dan keagamaan.

Jorong Tanjung Durian berjarak kurang lebih sekitar 12 km dari pusat Kecamatan Gunung Tuleh dan sekitar 37 km dari pusat pemerintahan Kabupaten Pasaman Barat. Secara geografis, wilayah Kecamatan Gunung Tuleh memiliki luas wilayah sekitar 453,97 km² dengan ketinggian wilayah berkisar antara 26 hingga 1.875 meter di atas permukaan laut.⁷¹ Kondisi geografis ini mempengaruhi pola aktivitas ekonomi masyarakat yang didominasi oleh sektor pertanian, perkebunan, dan usaha kecil menengah.

Masyarakat Jorong Tanjung Durian dikenal memiliki tingkat religiusitas yang cukup tinggi. Hal ini terlihat dari aktifnya kegiatan keagamaan seperti pengajian rutin, kegiatan majelis taklim, wirid yasin, serta perayaan hari besar Islam yang dilaksanakan secara rutin. Nilai-nilai keagamaan menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial masyarakat serta

⁷¹ Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasaman Barat, "Kecamatan Gunung Tuleh Dalam Angka 2023" 17 (1385): 302.

mempengaruhi pola pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan keuangan.

Meskipun mayoritas masyarakat beragama Islam dan memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, penggunaan jasa perbankan syariah di wilayah ini masih tergolong rendah. Sebagian masyarakat masih menggunakan layanan perbankan konvensional atau bahkan belum menggunakan layanan perbankan sama sekali. Kondisi ini menunjukkan adanya fenomena kesenjangan antara pemahaman nilai keagamaan dengan praktik ekonomi masyarakat, sehingga wilayah ini menjadi lokasi yang relevan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat Jorong Tanjung Durian yang menggunakan Jasa Bank Syariah. Pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui penyebaran kuesioner menggunakan angket kepada responden di lingkungan Jorong Tanjung Durian.

Pemilihan metode penyebaran kuesioner secara langsung karena peneliti ingin melihat secara langsung respon dari Masyarakat terhadap layanan bank syariah. Dengan cara ini, peneliti dapat menjangkau dan memahami responden secara lebih luas tanpa batasan tertentu. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran empiris mengenai Keputusan penggunaan jasa perbankan syariah di lingkungan Masyarakat Jorong Tanjung Durian.

B. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan sebanyak 64 responden yang telah mengisi kuesioner secara langsung. Responden yang telah mengisi angket merupakan masyarakat Jorong Tanjung Durian yang memiliki karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan jenis Perbankan Syariah yang digunakan.

Hasil distribusi karakteristik responden disajikan pada tabel berikut:

Tabel IV.1
Kriteria Responden

NO	Keterangan	Uraian	Jumlah	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	31	48,44%
		Perempuan	33	51,56%
		Total	64	100%
2.	Usia	17-20	10	15,62%
		21-30	23	35,94%
		31-40	12	18,75%
		41-50	5	7,81%
		51-60	7	10,94%
		61-70	5	7,81%
		70-80	2	3,13%
		Total	64	100%
3.	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	24	37,5%
		Karyawan Swasta	11	17,12%
		PNS	9	14,0%
		Wirausaha	4	6,3%
		Guru/Dosen	7	10,9%
		Petani	5	7,8%
		Ibu Rumah Tangga	4	6,3%
		Total	64	100%
4.	Bank Syariah yang digunakan	Bank Syariah Indosena	38	59,4%
		Bank Nagari Syariah	26	40,6%
		Total	64	100%

Berdasarkan Tabel IV.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 64 responden terdapat 31 responden laki-laki atau dalam nilai persentase sebesar 48,44% dan

33 responden perempuan atau dalam nilai persentase sebesar 51,56%.

Ditinjau dari umur responden berkisar antara umur 17 tahun sampai dengan umur 80 tahun. Umur 17-20 tahun terdapat 10 responden atau senilai dengan 15,62%, umur 21-30 tahun sebanyak 23 responden atau senilai dengan 35,94%, umur 31-40 tahun sebanyak 12 responden atau senilai dengan 18,75%, umur 41-50 tahun sebanyak 5 responden atau senilai dengan 7,81%, umur 51-60 tahun sebanyak 7 responden atau senilai dengan 10,94%, umur 61-70 tahun sebanyak 5 responden atau senilai dengan 7,81%, dan dilanjutkan dengan umur 71-80 tahun sebanyak 2 responden atau senilai dengan 3,13%.

Berdasarkan Bank Syariah yang digunakan juga merupakan hal yang perlu dilihat dari karakteristik responden. Responden yang menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia sebanyak 38 atau senilai dengan 59,4%, dan responden yang menggunakan jasa Bank Nagari Syariah sebanyak 26 atau senilai dengan 40,6%.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis dasar dalam perhitungan statistic, dimana tujuan analisis deskriptif ini untuk mengetahui nilai rata – rata (mean), deviasi standar atau simpangan baku (*standar deviation*), nilai terendah (*minimum*), nilai tertinggi (*maksimum*). Adapun hasil analisis deskriptif pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 2
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	64	9.00	30.00	20.8281	5.12248
X2	64	15.00	40.00	28.9531	6.59589
X3	64	10.00	30.00	20.9062	5.47061
Y	64	13.00	29.00	21.0469	4.20291
Valid N (listwise)	64				

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Berdasarkan hasil pada tabel IV.2 diatas dapat dilihat bahwa pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X₁) dengan jumlah sampel 64, nilai minimumnya yaitu 9, nilai maxsimumnya yaitu 30, dengan nilai *mean* 20,8281 dan nilai *Std. Deviation* 5,12248. Pada variabel Religiusitas (X₂) dengan jumlah sampel 64, nilai minimumnya yaitu 15, nilai maxsimumnya yaitu 40, dengan nilai *mean* 28,9531 dan nilai *Std. Deviation* 6,59589. Pada variabel *Islamic Branding* (X₃) dengan jumlah sampel 64, nilai minimumnya yaitu 10, nilai maxsimumnya yaitu 30, dengan nilai *mean* 20,9062 dan nilai *Std. Deviation* 5,47061. Pada variabel Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Y) dengan jumlah sampel 64, nilai minimum yaitu 13, nilai maxsimum 29, dengan nilai *mean* 21,0469 dan nilai *Std. Deviation* 4,20291.

2. Hasil Uji Validitas

Adapun hasil uji validitas variabel Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah sebagai berikut:

**Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas
Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Y)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,753	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} df = n - 2 (64-2) = 62 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh 0,2075	Valid
2	0,717		Valid
3	0,826		Valid
4	0,769		Valid
5	0,726		Valid
6	0,685		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Berdasarkan Tabel IV. 3 menunjukkan bahwa butir- butir pernyataan pada variabel Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Y), $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} untuk df = n- 2 (64-2 = 62) dengan taraf signifikansi 10% adalah sebesar 0,2075. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel tersebut valid dan layak digunakan.

**Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas
Literasi Keuangan Syariah (X1)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,836	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} df = n - 2 (64-2) = 62 pada taraf signifikan 0,05 sehingga diperoleh 0,2461	Valid
2	0,870		Valid
3	0,871		Valid
4	0,820		Valid
5	0,787		Valid
6	0,857		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Berdasarkan Tabel IV. 4 menunjukkan bahwa butir- butir pernyataan pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} untuk df = n- 2 (64-2 = 62) dengan taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 0,2461. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel

tersebut valid dan layak digunakan.

**Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas
Religiusitas (X2)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,835	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} $df = n - 2$ (64-2) = 62 pada taraf signifikan 0,05 sehingga diperoleh 0,2461	Valid
2	0,770		Valid
3	0,822		Valid
4	0,794		Valid
5	0,858		Valid
6	0,802		Valid
7	0,790		Valid
8	0,787		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan Tabel IV. 5 menunjukkan bahwa butir- butir pernyataan pada variabel Religiusitas (X2), $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} untuk $df = n - 2$ (64-2 = 62) dengan taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 0,2461. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel tersebut valid dan layak digunakan.

**Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas
Islamic Branding (X3)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,856	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} $df = n - 2$ (64-2) = 62 pada taraf signifikan 0,05 sehingga diperoleh 0,2461	Valid
2	0,838		Valid
3	0,887		Valid
4	0,869		Valid
5	0,826		Valid
6	0,852		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Berdasarkan Tabel IV. 6 menunjukkan bahwa butir- butir pernyataan pada variabel Islamic Branding (X3), $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} untuk $df = n - 2$ (64-2 = 62) dengan taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 0,2461. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel tersebut valid dan layak digunakan.

3. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas yaitu sebagai berikut:

Tabel IV. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah	0,840	6
Literasi Keuangan Syariah	0,916	6
Religiusitas	0,924	8
<i>Islamic Branding</i>	0,926	6

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.7 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach Alpha* untuk variabel Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah $Y > 0,60$ atau $0,840 > 0,60$ dinyatakan reliabel. Kemudian pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) dengan nilai *cronbach Alpha* $0,916 > 0,60$ dinyatakan reliabel, pada variabel Religiusitas dengan nilai *cronbach Alpha* $0,924 > 0,60$ dinyatakan reliabel, dan pada variabel *Islamic Branding* dengan nilai *cronbach Alpha* $0,926 > 0,60$ dinyatakan reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residul memiliki distribusi normal atau tidak. Jika analisis dilakukan menggunakan metode parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S), maka persyaratan normalitas harus dipenuhi.

- 1) Nilai Sig atau signifikan atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka distribusi adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig atau signifikan atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka distribusi adalah normal.

Tabel IV.8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51916453
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.050
Test Statistic		.055
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: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Hasil uji normalitas pada tabel IV.8 bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200. Tingkat signifikansi lebih besar dari ($0,200 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut distribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independent). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala mutikolineritas di dalam model regresi ini dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF).

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Apabila nilai $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas dalam penelitian.
- 2) Apabila nilai $VIF < 10$ dan tolerance mendekati 1, maka tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian.

Tabel IV.9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-2.343	1.215		-1.929	.059		
X1	.212	.067	.258	3.160	.002	.327	3.060
X2	.391	.052	.614	7.520	.000	.326	3.065
X3	.366	.036	.476	10.172	.000	.994	1.006
a. Dependent Variable: Y							

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.9, diperoleh nilai VIF dari variabel Literasi keuangan syariah (X1) adalah $3,060 < 10$, variabel Religiusitas adalah $3,065 < 10$ dan variabel *Islamic branding* Adalah $1,006 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel tersebut < 10 sehingga dinyatakan bebas multikolinearitas.

Variabel Literasi keuangan syariah $0,327 > 0,1$, variabel Religiusitas $326 > 10\%$ dan variabel *Islamic branding* $994 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan

bahwa nilai tolerance dari ketiga variabel bebas $> 0,1$ yang menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data yang bertujuan mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan atau ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu.

- 1) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ dapat disimpulkan terjadi heterokedastisitas.

Tabel IV.10
Hasil Uji Heteroskdastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.183	.653		1.811	.075
	X1	.021	.036	.127	.579	.565
	X2	.007	.028	.053	.242	.809
	X3	-.027	.019	-.174	-1.387	.170
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Berdasarkan tabel hasil IV.10 uji heteroskedastisitas di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ dimana nilai signifikan variabel Literasi Keuangan

Syariah $0,565 > 0,05$, variabel Religiusitas $0,809 > 0,05$ dan variabel *Islamic Branding* $0,170 < 0,05$ Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel Literasi Keuangan Syariah, variabel Religiusitas dan variabel *Islamic Branding* tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Hasil Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda adalah uji yang digunakan untuk meramalkan keadaan variable terikat jika dua atau lebih variable bebas nilainya turun naik (manipulasi). Analisis regresi berganda hanya bisa dilakukan jika variabel bebas jumlahnya lebih dari dua.

Tabel IV.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.343	1.215		-1.929	.059
X1	.212	.067	.258	3.160	.002
X2	.391	.052	.614	7.520	.000
X3	.366	.036	.476	10.172	.000
a. Dependent Variable: Y					

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Adapun rumus persamaannya:

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

Maka persamaan dalam penelitian ini:

$$KPJPS = a + b_1LKS + b_2R + b_3IB + e$$

$$KPJPS = -2,343 + 0,212 LKS + 0,391 R + 0,366 IB + 1.215$$

Keterangan:

KPJPS	= Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah
LKS	= Literasi Keuangan Syariah
R	= Religiusitas
IB	= <i>Islamic Branding</i>
a	= konstanta
b1, b2	= koefisien regresi
e	= error

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar -2,343 artinya jika Literasi Keuangan Syariah (X1), Religiusitas (X2) dan variabel *Islamic Branding* (X3) bernilai 0, maka variable Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah nilainya 2,343.
- b. Koefisien regresi variabel Literasi Keuangan Syariah (LKS) adalah sebesar 0,212 artinya jika Literasi Keuangan Syariah mengalami kenaikan 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah akan menaik sebesar 0,212 dengan asumsi variable lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Literasi Keuangan Syariah dengan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah.
- c. Koefisien variabel Religiusitas (R) adalah sebesar 0,391 artinya jika Religiusitas mengalami kenaikan 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah akan menaik sebesar 0,391 dengan asumsi variable lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Religiusitas dengan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah.

- d. Koefisien variabel *Islamic Branding* adalah sebesar 0,366 artinya jika *Islamic Branding* mengalami kenaikan 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah akan menaik sebesar 0,366 dengan asumsi variable lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *Islamic Branding* dengan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah
- e. Nilai *standardized error* (kesalahan standar estimasi) diketahui yaitu sebesar 1,215, artinya semakin nilai *standard error* tersebut mendekati angka 1, berarti model semakin akurat untuk digunakan dalam memprediksi persamaan.

6. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial

Pengujian ini dilakukan untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan masing-masing nilai koefisien regresi secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat (Y) Adapun kriteria pengujian yaitu:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{table}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{table}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel IV.12
Hasil Uji Parsial

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.343	1.215		-1.929	.059
X1	.212	.067	.258	3.160	.002
X2	.391	.052	.614	7.520	.000
X3	.366	.036	.476	10.172	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Berdasarkan tabel IV.12 hasil uji parsial diatas, dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai t_{table} yang diperoleh dari rumus $df = 64 - 3 - 1$, dimana n = jumlah sampel dan k = variable independen, jadi $df = 64 - 3 - 1 = 60$ dengan nilai signifikansi = 0,05 diperoleh t_{tabel} 1,671.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa signifikansi hubungan antara variabel dengan menggunakan uji t.

- 1) Literasi Keuangan Syariah, t_{hitung} sebesar 3,160 dan t_{table} sebesar 1,671 artinya bahwa t_{hitung} 3,160 > t_{table} 1,671 dengan nilai probability signifikansi 0,02 maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, artinya ada pengaruh secara parsial dan signifikan antara Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah.
- 2) Religiusitas, t_{hitung} sebesar 7.520 dan t_{table} sebesar 1,671 artinya bahwa t_{hitung} 7.520 > t_{table} 1,671 dengan nilai probability signifikansi 0,00 maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, artinya ada pengaruh secara parsial dan signifikan antara Religiusitas terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Perbankan Syariah.

- 3) *Islamic Branding*, t_{hitung} sebesar 10.172 dan t_{table} sebesar 1,671 artinya bahwa $t_{hitung} 10.172 > t_{table} 1,671$ dengan nilai probabilitas signifikansi 0,00 maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, artinya ada pengaruh secara parsial dan signifikan antara *Islamic Branding* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah.

b. Hasil Uji Simultan (uji F)

Adapun hasil uji simultan (uji f) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.13
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	967.464	3	322.488	33.081	.000 ^b
	Residual	145.395	60	2.423		
	Total	1112.859	63			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) pada tabel IV.13 di atas diketahui bahwa nilai F statistic sebesar 33.081, sedangkan $F_{tabel} 4,001$ (dapat dilihat dari tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1$ atau $df = 64 - 3 - 1 = 60$ dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen) dan tingkat signifikansinya sebesar $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan *Islamic Branding* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Maka dapat

disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($33,081 > 4,001$), artinya H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinan (R^2) menggambarkan bagian dari variasis total yang dapat diterangkan oleh model. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

Tabel IV.14
Hasil Uji Koefisien Determinan (uji R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.869	.863	1.55668
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Berdasarkan tabel IV.14 diatas nilai R sebesar 0,932, hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan kuat antara Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan *Islamic Branding* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah, sedangkan diketahui bahwa koefisien determinasi R^2 (*R Square*) sebesar 0,869, tetapi untuk jumlah variable independen dua atau lebih dari dua maka menggunakan *Adjusted R Square* sebesar 0,863 atau 86,3% artinya Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan *Islamic Branding* menjelaskan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah sebesar 86,3% sedangkan sisanya 13,7% djelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)” dengan jumlah 64 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan syariah, Religiusitas dan *Islamic Branding* menjelaskan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah sebesar 86,3% sedangkan sisanya 13,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS Versi 26 maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Literasi keuangan syariah adalah kemampuan individu dalam memahami konsep, prinsip, serta produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan hukum Islam. Literasi ini mencakup pemahaman tentang larangan riba, gharar (ketidakpastian), maysir (judi), serta penerapan prinsip keadilan dan transparansi dalam transaksi keuangan.

Semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah seseorang, maka semakin baik pula pemahamannya terhadap perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional. Individu yang memiliki literasi keuangan syariah yang cenderung mengetahui bahwa perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil (bagi hasil), bukan sistem bunga (bunga). Pemahaman ini mendorong munculnya kepercayaan dan keyakinan

bahwa layanan perbankan syariah lebih sesuai dengan nilai-nilai agama.

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah, dengan $t_{hitung} 3,160 > t_{table} 1,671$, artinya semakin tinggi tingkat Literasi keuangan syariah, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan Masyarakat dalam penggunaan jasa Perbankan Syariah hasil ini menunjukkan kesesuaian dengan teori perilaku konsumen menurut Philip Kotler yang menyatakan bahwa faktor psikologis, khususnya pengetahuan, memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah dan Afandi menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri dalam menggunakan jasa perbankan syariah, yang berarti semakin tinggi tingkat pemahaman keuangan syariah maka semakin besar kecenderungan dalam memilih layanan tersebut.⁷² Selain itu, penelitian Zulaecha juga menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, yang menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman keuangan syariah mampu meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan terhadap masyarakat produk perbankan syariah.⁷³ Dengan

⁷² Mahmudah and Afandi, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah." Mahmudah and Afandi. *Journal of Management and Sharia Business*, tahun 2024, vol 4 no 2.

⁷³ Zulaecha, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Demak) Skripsi."

demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat Literasi keuangan syariah, maka semakin besar pula peluang masyarakat memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Religiusitas merupakan tingkat keyakinan, penghayatan, dan pengamalan seseorang terhadap ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam bidang ekonomi Islam, religiusitas menjadi faktor penting yang mempengaruhi perilaku individu, khususnya dalam memilih produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung menjadikan nilai-nilai agama sebagai pedoman dalam setiap keputusan, termasuk dalam aktivitas keuangan.

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah, dengan $t_{hitung} 7,520 > t_{table} 1,671$, artinya semakin tinggi tingkat Religiusitas masyarakat, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan Masyarakat dalam penggunaan jasa Perbankan Syariah. Hasil ini menunjukkan kesesuaian teori perilaku konsumen menurut Philip Kotler, di mana faktor budaya, khususnya nilai-nilai keagamaan, memengaruhi preferensi dan perilaku konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Panatagama dan Hasan menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah.⁷⁴ Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Setyaningrum dan Adisti juga menemukan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah.⁷⁵ Hasil ini menegaskan bahwa nilai-nilai keagamaan menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku dan keputusan individu dalam memilih layanan perbankan syariah.

3. Pengaruh *Islamic Branding* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Islamic branding merupakan strategi pemasaran yang menekankan pada penggunaan nilai-nilai, identitas, dan prinsip-prinsip Islam dalam membangun citra suatu produk atau layanan. *Islamic branding* tidak hanya sekedar menggunakan label syariah, tetapi juga mencerminkan komitmen lembaga terhadap prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran, keadilan, transparansi, serta bebas dari riba, gharar, dan maysir. *Islamic branding* berperan penting dalam membentuk persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Ketika suatu bank mampu menampilkan citra Islami

⁷⁴ Ahmad Ramapanji Panatagama and Irmayanti Hasan, “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah Di PT. BSI Kota Batu.” Ahmad Ramapanji Panatagama and Irmayanti Hasan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, keuangan, Bisnis syariah*, 2024, Vol 6 No 5 (2024) 5397 – 5412

⁷⁵ Bunga Alisa Setyaningrum and Galya Adisti, “Determinan Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah,” *Jurnal Islamic Economics and Finance* 4, no. 2 (2024): 25–33.

yang kuat, maka hal tersebut akan meningkatkan keyakinan masyarakat bahwa produk dan layanan yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan ajaran Islam.

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa *Islamic Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah, dengan $t_{hitung} 10,172 > t_{table} 1,671$, artinya semakin tinggi tingkat *Islamic Branding* masyarakat, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan Masyarakat dalam penggunaan jasa Perbankan Syariah. Hasil ini menunjukkan kesesuaian teori perilaku konsumen menurut Philip Kotler yang menyatakan bahwa rangsangan pemasaran memengaruhi persepsi dan sikap konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah dan Afandi menunjukkan bahwa *Islamic branding* berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa.⁷⁶ Selain itu, penelitian oleh Ambarwati menemukan bahwa citra perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam (*Islamic branding*) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.⁷⁷ Hasil ini menegaskan bahwa semakin kuat identitas dan citra Islami yang dibangun, maka semakin tinggi kepercayaan dan minat terhadap layanan perbankan syariah.

⁷⁶ Mahmudah and Afandi, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Pondok Pesantren Darul Huda Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah." Mahmudah and Afandi. *Journal of Management and Sharia Business*, tahun 2024, vol 4 no 2.

⁷⁷ Ambarwati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan)."

4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Islamic Branding terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Berdasarkan pengujian statistik secara simultan menunjukkan pengujian hipotesis yang dilakukan peneliti dengan melihat perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} dan tingkat signifikansi. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< (0,05 \text{ atau } 5\%)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan derajat kebebasan df_1 (jumlah variabel-1) atau $3-1 = 2$ dan df_2 ($n-k-1$) atau $64-3-1=60$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen) ($33,081 > 4,001$).

Pada penelitian ini, mempunyai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan *Islamic Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Ketiga variabel secara simultan berpengaruh sebesar 86,3% terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya 13,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Hasil ini menunjukkan kesesuaian teori Philip Kotler yang menyatakan bahwa keputusan konsumen merupakan hasil interaksi berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Dalam penelitian ini, literasi keuangan syariah mencerminkan faktor pengetahuan (psikologis), religiusitas sebagai nilai

budaya, dan *Islamic branding* sebagai rangsangan pemasaran yang membentuk persepsi serta kepercayaan konsumen Muslim. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa perbankan syariah.⁷⁸

Akan tetapi, hasil penelitian ini perlu dipahami dalam batasan tertentu, karena responden yang digunakan merupakan pengguna jasa perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa responden telah memiliki pengalaman dan keputusan sebelumnya dalam menggunakan layanan tersebut, sehingga cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap variabel yang diteliti. Hasil penelitian ini belum sepenuhnya menggambarkan kondisi masyarakat yang belum menggunakan jasa perbankan syariah. Meskipun demikian, pemilihan responden ini telah sesuai dengan fokus penelitian yang menitikberatkan pada analisis keputusan penggunaan, sehingga tetap relevan dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tersebut. Untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan non-pengguna agar dapat mengidentifikasi faktor penghambat dalam penggunaan jasa perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah dan Afandi menunjukkan bahwa secara simultan literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* berpengaruh terhadap

⁷⁸ Rustiyana, Audita Nuvriasari, Renny Risqiani, dkk., *Perilaku Konsumen* (Jambi: Sonpedia, 2025), hlm. 5

keputusan mahasantri dalam menggunakan jasa perbankan syariah, meskipun secara parsial terdapat variabel yang tidak signifikan.⁷⁹ Selain itu, penelitian oleh Agus dan Lucky juga menemukan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu meningkatkan keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah, yang menunjukkan bahwa antara kombinasi pengetahuan, nilai keagamaan, dan citra Islami memiliki peran penting dalam membentuk keputusan penggunaan jasa perbankan syariah.⁸⁰

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil yang sebaik mungkin. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena masih terdapat berbagai keterbatasan.

Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan penelitian ini hanya membahas variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2) dan variabel Islamic Branding (X_3) dan variabel Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Y).
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada objek penelitian yang hanya difokuskan pada masyarakat yang telah menggunakan jasa Perbankan

⁷⁹ Mahmudah and Afandi, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah."Mahmudah and Afandi. *Journal of Management and Sharia Business*, tahun 2024, vol 4 no 2

⁸⁰ Wijanarko and Rachmawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah."Wijanarko and Rachmawati.

Syariah. Sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan persepsi dan keputusan masyarakat yang belum menggunakan Perbankan Syariah.

3. Dalam menyebarkan kuesioner terkadang ada saja responden yang menolak untuk mengisi kuesioner dikarenakan rasa takut dan kurangnya kepercayaan akan data yang akan disalah gunakan.
4. Peneliti tidak mampu mengontrol semua responden, apakah responden memang serius atau tidak dalam menjawab kuesioner.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul penelitian “Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial Literasi Keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Literasi keuangan syariah yang lebih baik akan meningkatkan kecenderungan masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa perbankan syariah, dan pengaruh tersebut terbukti signifikan secara statistik.
2. Secara parsial Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Tingkat Religiusitas yang lebih tinggi mendorong Masyarakat untuk mengambil keputusan menggunakan jasa perbankan syariah, karena adanya kesadaran untuk menjalankan aktivitas keuangan sesuai prinsip syariah, dan pengaruh tersebut terbukti signifikan secara statistik.
3. Secara parsial *Islamic Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. *Islamic Branding* yang kuat mampu meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan masyarakat terhadap perbankan syariah, sehingga mendorong pengambilan keputusan dalam menggunakan jasa perbankan syariah, dan pengaruh tersebut terbukti

signifikan secara statistic.

4. Secara simultan, dapat diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan syariah, Religiusitas dan *Islamic Branding* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah merupakan hasil interaksi antara pemahaman keuangan berbasis syariah, tingkat religiusitas, serta kekuatan citra Islami yang dibangun oleh lembaga perbankan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan maka peneliti menyampaikan pesan-pesan yang kiranya bermanfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang harus disampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat, disarankan untuk terus meningkatkan pemahaman mengenai Literasi Keuangan syariah, Religiusitas agar mampu mengambil keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah yang lebih bijak, aman, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
2. Bagi Perbankan Syariah, diharapkan dapat memperluas edukasi, citra Islami dan inovasi kepada masyarakat terkait layanan keuangan berbasis syariah. Edukasi ini penting agar masyarakat semakin percaya dalam menggunakan Bank syariah dengan optimal dalam kegiatan sehari-hari.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain dan memperluas subjek/responden yang berpotensi memengaruhi keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah.

4. Bagi akademisi penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumbangan pemikiran bagi dunia akademis dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan begitu juga dengan kampus, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pengembangan keilmuan dan berguna untuk kemajuan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2020). *Religiusitas, refleksi dan subjektivitas keagamaan*. Islamic Character Development.
- Aini, I., & Handayani, N. (2025). Performance of Islamic banks in Indonesia based on Maqashid Shariah Index (MSI). *Journal of Social Science Research*, 5(4), 258–278.
- Ambarwati. (2023). *Pengaruh literasi keuangan syariah, motivasi, dan citra perusahaan terhadap minat menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi (Studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)* [Skripsi Sarjana, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan].
- Amrullah, A. M. K., Malik, A., Safitri, R., & Wuryaningsih. (2025). Exploring the influence of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control on intention behavior: The moderating effect of benefits. *Salud, Ciencia y Tecnología*, 5. <https://doi.org/10.56294/saludcyt20251694>
- Anshori, A. G. (2008). Sejarah perkembangan hukum perbankan syariah di Indonesia dan implikasinya bagi praktik perbankan nasional. *La_Riba: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 159–172.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasaman Barat. (2023). *Kecamatan Gunung Tuleh dalam angka 2023*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasaman Barat.
- Batubara, S. S., Pulungan, D. R., & Yenty, M. (2020). Analisis determinan minat mahasiswa dalam menggunakan lembaga keuangan syariah. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 20(1), 23–37. <https://doi.org/10.30596/jrab.v20i1.4757>
- Chalil, R. D. (2021). *Branding, Islamic branding, & rebranding*. PT RajaGrafindo Persada.
- Farid, M., Suryanto, M. R., Khaerunnisa, S. A., Hidayat, W., Peristiwa, H., & Fitri, F. (2024). Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa FEBI. *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 168–182. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v1i3.285>
- Gideon, A., dkk. (2023). *Metode penelitian pendidikan*. CV Pradina Pustaka Grup.
- Heldi, S., & Haluan, H. (2025, July 18). *Aset UUS Bank Nagari tembus Rp6,41 triliun*. *Harian Haluan*. <https://www.harianhaluan.com/news/1015563935/aset-uus-bank-nagari-tembus-rp641-triliun>
- Hidayah, N. (2023). *Literasi keuangan syariah: Teori dan praktik di Indonesia*. PT RajaGrafindo Persada.

- Junaidi. (2022). *Peran agama dan tingkat spiritualitas: Keputusan dalam memilih bank syariah di Indonesia*. Epigrafi Komunikata Prima.
- Kurnia, M. I. (2023). Islamic branding of Indonesian products: A literature review and classification. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 87–94. <https://doi.org/10.17509/jimb.v14i2.63009>
- Kusumawardhani, R., & Astuti, N. D. (2024). *Pengantar statistika dan analisis dengan SPSS*. CV Ruang Tentor.
- Lestari, A. M. (2015). *Perubahan perilaku dan keputusan keuangan yang mencerminkan pengamalan prinsip syariah seperti penghindaran riba, penerimaan bagi hasil, penggunaan produk syariah, kepercayaan, serta motivasi spiritual yang nyata dalam aktivitas perbankan syariah* [Skripsi Sarjana, Universitas Brawijaya].
- Mahmudah, S. R. A., & Afandi, A. J. (2024). Pengaruh literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas terhadap keputusan mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda dalam menggunakan jasa perbankan syariah. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 4(2), 173–188. <https://doi.org/10.30762/al-muraqabah.v4i2.1813>
- Mariyam, M. R. (2024). Pengaruh religiusitas, Islamic branding dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan generasi milenial muslim dalam memilih jasa bank syariah di Kota Banjarmasin. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 13(2), 209–220.
- Minando, H., Handayani, A., & Ekawati, F. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat pemilihan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Pariwisata Halal*, 2(2), 31–38. <https://doi.org/10.70371/jseht.v2i2.90>
- Musyaffi, K., Khairunnisa, H., & Respati, H. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Nisa, F. L. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. *Economics and Business Management Journal (EBMJ)*, 3(2), 440–443.
- Noor, J. (2013). *Metodologi penelitian: Skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah*. Kencana.
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori perilaku konsumen*. PT Nasya Expanding Management.
- Nuraini, A., Monoarfa, H., & Juliana. (2024). Perkembangan literasi keuangan Islam: Studi bibliometrik. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 12(1), 5–

18. <https://doi.org/10.35836/jakis.v12i1.524>

- Panatagama, A. R., & Hasan, I. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan jasa bank syariah di PT BSI Kota Batu. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 5397–5412.
- Pratama, Y. (2021). Analisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan syariah. *Jurnal Publication UIN Raden Intan Lampung*, 4(1), 1–6.
- Prayugo, A. (2019). *Religiusitas tradisi malam Lebaran di Desa Sukorame Gandusari Trenggalek*. IAIN Tulungagung.
- Rahmani, S. A., Buchdadi, A. D., & Yusuf, M. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk bank syariah di wilayah Jabodetabek. *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneurship and Creative Industry*, 2(1), 1–15.
- Rahmantyo, E. T. (2021). Pengaruh religiusitas, Islamic financial literacy serta trust terhadap purchase intention bank syariah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10, 167–186.
- Rahmatullah, D., & Riyaldi, M. H. H. (2022). Determinan literasi keuangan syariah pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 4(2), 178–191.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Rustiyana, Nuvriasari, A., Risqiani, R., Judijanto, L., Balik, D., & Toii, I. E. W. (2025). *Perilaku konsumen*. Sonpedia.
- Samsiah, S., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Zukar, G. R. M., & Adella, N. T. (2023). *Perilaku konsumen*. Mega Press Nusantara.
- Saputri, E. E., Elita, S., & Kamilah, A. (2024). Analisis perkembangan perbankan syariah di Indonesia dengan melaksanakan spin off pada unit usaha syariah. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 1(4).
- Setyaningrum, B. A., & Adisti, G. (2024). Determinan keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. *Jurnal Islamic Economics and Finance*, 4(2), 25–33.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). *Religiusitas: Konsep, pengukuran, dan*

implementasi di Indonesia. Bibliosmia Karya Indonesia.

Syahri, D. R., & Dahrani. (2025). Pengaruh Islamic branding dan citra bank syariah terhadap minat nasabah melakukan transaksi di bank syariah (Studi kasus PT BPRS Puduarta Insani). *Edunomika*, 9(1), 1–13.

Syahrum, & Salim. (2009). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Citapustaka Media.

Wahyuni, M. (2020). *Statistik deskriptif untuk penelitian olah data manual dan SPSS versi 25*. Deepublish.

Widyawaty, D. K., & Widyaningsih, M. (2024). Analisis pengaruh Islamic branding, kualitas layanan digital dan kualitas produk terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 67–77.

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*, 3(1), 1–13.

Yulanzy, S. E. (2024). A systematic literature review of religiosity on customer decisions in choosing syariah bank. *Karakter: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam*, 1(4), 251–267.

Zulaecha, A. (2025). *Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus pada masyarakat di Kabupaten Demak)* [Skripsi Sarjana, Universitas Islam Sultan Agung].

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. NAMA : Sawalina
2. NIM : 2240100002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat / Tanggal Lahir : Tanjung Durian, 1 Desember 2003
5. Anak Ke : 2 (Dua)
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Mahasiswa
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : Tanjung Durian Kec. Gunung Tuleh Kab. Pasaman Barat
10. Telp.Hp : 0822-8425-5578
11. e-mail : sawalina011203@gmail.com

II. IDENTITAS ORANGTUA

1. Ayah
 - a. Nama : Alm. Basri
2. Ibu
 - a. Nama : Juliatri
 - b. Pekerjaan : Petani
 - c. Alamat : Tanjung Durian Kec. Gunung Tuleh Kab. Pasaman Barat
 - d. Telp/ Hp : 0895-2790-8758

III. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 7 Gunung Tuleh : Tamat Tahun 2016
2. SMPN 1 Gunung Tuleh : Tamat Tahun 2019
3. SMAN 1 Gunung Tuleh : Tamat Tahun 2022

LAMPIRAN 2. DAFTAR PERTANYAAN ANGKET

A. IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini, dengan mengisi identitas dan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Alamat :

Pekerjaan :

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Karyawan swasta

☐ Pegawai Negeri Sipil (PNS)

☐ Wiraswasta/Usaha

☐ Guru/Dosen

☐ Lainnya, sebutkan:

Jasa Perbankan Yang di pakai :

☐ BSI (Bank Syariah Indonesia)

☐ Bank Nagari Syariah

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda Chek List (✓) atau silang (x) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

4. Semua jawaban Saudara/Saudari dijamin kerahasiannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. Variabel Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Y)

NO.	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk menggunakan layanan perbankan syariah dalam memenuhi kebutuhan keuangan.					
2.	Saya tertarik untuk memilih perbankan syariah dibandingkan perbankan konvensional.					
3.	Saya memiliki rencana untuk menggunakan produk dan layanan perbankan syariah saja pada masa mendatang.					
4.	Saya bermaksud menjadikan perbankan syariah sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi keuangan.					
5.	Saya meyakini bahwa perbankan syariah mampu memenuhi kebutuhan keuangan saya.					
6.	Saya memiliki keyakinan bahwa perbankan merupakan syariah lembaga keuangan yang aman dan dapat dipercaya.					

2. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1)

NO.	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mengetahui bahwa perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam.					
2.	Saya memahami bahwa perbankan syariah tidak menerapkan sistem bunga (riba) dalam transaksinya.					
3.	Saya memahami perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional dalam pengelolaan keuangan.					
4.	Saya mengetahui jenis-jenis produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah, seperti tabungan atau pembiayaan syariah.					
5.	Saya merasa penting untuk memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah sebelum menggunakan layanannya.					
6.	Saya bersiap mencari informasi tambahan mengenai perbankan syariah agar dapat mengambil keputusan keuangan yang tepat.					

3. Variabel Religiusitas (X2)

No	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya percaya bahwa menggunakan perbankan syariah merupakan bagian dari ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.					
2.	Saya yakin bahwa prinsip Islam perlu diterapkan dalam pengelolaan keuangan melalui perbankan syariah.					
3.	Saya memilih menjadi nasabah syariah agar aktivitas keuangan saya sesuai dengan ketentuan Islam.					
4.	Saya menghindari penggunaan perbankan konvensional karena dianggap tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah.					

5.	Saya menilai perbankan syariah mencerminkan nilai kejujuran dan keadilan dalam pengelolaan keuangan.					
6.	Nilai moral dalam ajaran Islam mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan perbankan syariah.					
7.	Kesadaran akan berdampak pada ajaran Islam yang mendorong saya memilih perbankan syariah.					
8.	Saya memahami konsekuensi ajaran Islam apabila tidak menggunakan aktivitas keuangan sesuai ajaran syariat Islam					

4. Variabel Islamic Branding (X3)

No	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memandang perbankan syariah memiliki citra sebagai lembaga keuangan yang mencerminkan nilai-nilai Islam.					
2.	Menurut persepsi saya, perbankan syariah menerapkan prinsip keislaman dalam setiap layanan yang diberikan.					
3.	Saya percaya penggunaan simbol, nama, dan identitas Islami yang digunakan oleh perbankan syariah.					
4.	Islamic branding yang ditampilkan oleh perbankan syariah meningkatkan keyakinan saya terhadap kehalalan dan kesesuaian produk syariah.					
5.	Perbankan syariah memiliki identitas Islami yang ditonjolkan dalam sistem operasional dan kebijakan yang dijalankan.					
6.	Saya menilai identitas perbankan syariah Islam tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga diterapkan secara nyata dalam praktiknya.					

Responden

(.....)

LAMPIRAN 3. TABULASI ANGKET

Tabulasi Angket (Jawaban Responden)
Variabel Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Y)

No	Pernyataan						Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	3	4	4	3	5	4	23
2	5	3	3	5	4	5	25
3	4	3	3	2	3	4	19
4	3	3	3	3	5	3	20
5	3	2	2	3	4	2	16
6	3	3	3	3	4	4	20
7	4	4	5	5	4	4	26
8	4	4	4	3	4	4	23
9	3	4	4	3	3	3	20
10	4	4	5	3	4	3	23
11	4	4	4	3	3	4	22
12	4	3	2	4	3	4	20
13	4	4	4	4	3	5	24
14	5	4	4	4	5	4	26
15	5	5	3	4	3	3	23
16	5	3	4	5	4	3	24
17	3	2	3	3	3	3	17
18	4	3	4	4	4	4	23
19	3	4	2	4	3	2	18
20	5	5	5	4	5	5	29
21	5	5	4	5	5	5	29
22	4	3	3	3	4	2	19
23	4	5	4	5	5	3	26
24	4	3	3	3	4	4	21
25	4	4	3	4	4	3	22
26	3	2	3	4	2	3	17
27	4	3	5	3	4	3	22
28	3	4	4	3	4	4	22
29	3	2	3	2	3	3	16
30	3	4	3	4	3	4	21
31	4	4	4	4	4	3	23
32	2	2	2	2	2	3	13
33	3	2	2	2	3	4	16
34	2	2	3	4	4	2	17
35	4	4	5	4	5	5	27
36	2	4	2	3	4	2	17
37	2	2	2	2	3	2	13
38	4	3	3	2	4	3	19
39	3	4	2	2	2	3	16

40	3	5	5	5	5	4	27
41	4	3	3	3	3	4	20
42	4	3	4	4	4	3	22
43	4	3	4	4	2	2	19
44	4	4	3	4	3	5	23
45	4	4	3	4	3	4	22
46	5	4	4	5	5	3	26
47	4	4	2	2	2	2	16
48	3	3	2	2	2	4	16
49	3	3	2	2	2	2	14
50	4	5	5	5	4	5	28
51	5	4	5	5	5	5	29
52	3	2	3	4	2	3	17
53	5	4	4	4	3	4	24
54	4	5	4	4	4	3	24
55	2	4	3	3	2	4	18
56	4	5	5	4	4	4	26
57	3	4	4	3	2	3	19
58	3	3	3	3	2	1	15
59	2	3	2	3	3	2	15
60	4	3	4	4	4	3	22
61	4	4	3	3	4	3	21
62	4	4	5	4	4	5	26
63	4	5	5	4	4	3	25
64	2	3	3	3	3	2	16

Tabulasi Angket (Jawaban Responden)
Variabel Literasi Keuangan Syariah (X₁)

No	Pernyataan						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	5	5	4	4	4	27
2	5	3	5	3	3	4	23
3	4	2	2	2	4	3	17
4	3	4	4	4	5	4	24
5	4	4	3	3	3	3	20
6	4	3	4	4	2	3	20
7	4	4	3	4	5	4	24
8	2	2	2	4	4	3	17
9	4	3	4	4	3	3	21
10	3	5	5	4	4	4	25
11	5	4	5	4	5	5	28
12	3	4	3	4	3	4	21
13	5	4	4	5	4	4	26
14	4	5	4	4	4	4	25
15	3	4	3	3	3	4	20
16	5	5	5	5	5	4	29
17	3	2	3	2	2	3	15
18	4	5	5	4	5	5	28
19	1	2	2	2	2	3	12
20	5	3	4	5	5	4	26
21	5	5	5	5	4	5	29
22	3	4	3	3	4	4	21
23	4	3	4	4	3	3	21
24	3	4	3	3	3	4	20
25	4	4	3	4	4	3	22
26	3	2	2	2	2	3	14
27	4	3	3	3	5	4	22
28	4	3	4	3	4	3	21
29	2	2	2	1	2	1	10
30	3	2	3	3	2	3	16
31	2	3	3	3	4	2	17
32	3	2	2	2	3	2	14
33	3	4	3	3	4	3	20
34	2	3	3	3	3	2	16
35	5	5	5	5	4	4	28
36	3	3	3	4	4	3	20
37	3	4	3	4	4	4	22
38	3	3	3	3	4	3	19
39	2	2	2	3	2	2	13
40	4	4	3	4	5	5	25
41	3	4	3	3	3	2	18

42	4	2	3	4	4	4	21
43	3	3	2	2	2	3	15
44	4	4	4	3	5	3	23
45	5	4	4	5	4	4	26
46	4	5	5	4	5	4	27
47	3	4	3	3	5	4	22
48	3	4	4	4	3	3	21
49	3	3	3	3	3	3	18
50	5	4	4	4	4	5	26
51	5	5	5	5	4	5	29
52	3	3	2	3	3	2	16
53	4	4	5	4	5	4	26
54	4	3	3	3	3	3	19
55	3	2	2	2	2	3	14
56	4	5	4	4	5	4	26
57	2	3	3	3	3	3	17
58	1	1	1	3	2	1	9
59	2	2	3	3	4	2	16
60	5	4	4	4	4	3	24
61	3	4	3	3	4	4	21
62	5	5	5	5	5	5	30
63	3	3	3	4	4	3	20
64	2	1	3	3	1	1	11

Tabulasi Angket (Jawaban Responden)
Variabel Religiusitas (X₂)

No	Pernyataan								Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	4	4	4	4	4	4	5	4	33
2	5	5	3	4	5	4	5	4	35
3	3	2	3	2	2	3	3	3	21
4	3	5	4	3	5	5	3	5	33
5	3	4	4	3	3	4	3	3	27
6	2	4	3	3	2	3	2	4	23
7	3	4	4	3	3	3	4	4	28
8	3	4	3	3	3	4	3	5	28
9	3	3	4	3	4	3	4	5	29
10	4	5	5	4	5	4	5	4	36
11	5	5	5	4	5	5	5	4	38
12	2	3	3	2	4	3	2	3	22
13	5	3	4	4	4	5	4	5	34
14	5	4	4	5	5	4	5	5	37
15	4	4	3	3	3	4	4	4	29
16	4	5	3	5	4	3	4	4	32
17	3	4	3	2	4	4	2	3	25
18	5	5	4	4	5	4	4	3	34
19	2	3	2	3	2	2	3	2	19
20	5	5	4	5	5	4	5	5	38
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	3	3	3	3	4	3	4	3	26
23	4	5	5	4	4	4	3	5	34
24	3	4	3	3	3	3	4	3	26
25	3	4	5	4	4	5	3	4	32
26	2	2	2	1	2	3	3	3	18
27	4	5	4	5	5	5	4	5	37
28	4	3	3	4	2	4	3	4	27
29	3	4	3	3	2	2	2	2	21
30	3	4	3	2	3	3	3	4	25
31	2	4	3	4	4	2	4	3	26
32	4	3	4	2	3	3	2	4	25
33	3	2	3	2	2	2	2	3	19
34	3	4	2	4	4	3	4	3	27
35	5	4	5	5	5	5	5	5	39
36	4	4	5	3	5	3	5	4	33
37	3	4	3	2	3	2	3	2	22
38	3	4	3	4	4	3	4	3	28
39	2	3	2	4	2	3	2	3	21
40	5	4	5	4	5	5	5	5	38
41	5	4	4	4	4	4	3	5	33

42	4	5	4	4	5	3	4	4	33
43	2	2	2	2	2	2	2	3	17
44	5	4	4	5	5	4	5	4	36
45	5	5	5	5	4	5	5	4	38
46	4	4	5	4	4	4	5	4	34
47	3	4	3	4	3	3	4	4	28
48	3	3	3	3	4	3	2	3	24
49	3	3	3	3	3	2	2	2	21
50	5	4	4	5	5	5	4	4	36
51	3	4	5	5	5	5	4	5	36
52	2	3	2	2	2	3	2	2	18
53	5	4	4	5	4	4	4	4	34
54	4	5	4	3	4	3	4	5	32
55	4	3	3	3	2	2	4	2	23
56	4	4	4	4	5	5	4	5	35
57	3	3	2	4	4	2	4	4	26
58	1	2	1	2	2	2	3	2	15
59	3	1	2	3	3	3	2	2	19
60	4	4	3	4	4	4	5	5	33
61	4	4	4	3	3	4	5	5	32
62	5	4	4	3	5	3	5	5	34
63	3	5	5	3	5	3	4	3	31
64	3	2	3	2	2	2	3	3	20

Tabulasi Angket (Jawaban Responden)
Variabel *Islamic Branding*(X₃)

No	Pernyataan						Total
	X3.1	X3.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	2	2	2	1	2	2	11
2	5	3	3	4	4	4	23
3	5	5	4	4	5	5	28
4	2	3	2	3	3	3	16
5	2	3	3	3	3	3	17
6	4	4	3	3	2	3	19
7	5	5	4	4	5	5	28
8	5	4	5	4	5	4	27
9	3	4	4	3	4	3	21
10	2	2	2	2	3	3	14
11	3	2	3	3	3	4	18
12	4	4	5	5	4	4	26
13	4	4	3	4	3	4	22
14	3	3	2	2	2	3	15
15	5	4	5	5	5	5	29
16	4	3	3	4	4	3	21
17	2	2	2	2	3	3	14
18	3	4	3	4	4	3	21
19	5	4	5	5	4	5	28
20	3	3	4	4	3	4	21
21	5	5	5	5	5	5	30
22	2	2	3	2	3	2	14
23	4	4	5	5	4	4	26
24	5	4	5	4	3	5	26
25	3	4	4	3	4	3	21
26	4	4	5	5	3	5	26
27	3	4	4	4	3	3	21
28	3	3	4	3	4	4	21
29	5	4	3	3	5	5	25
30	5	4	5	4	5	4	27
31	3	5	4	5	4	5	26
32	3	2	2	2	2	3	14
33	3	3	2	3	3	3	17
34	3	2	3	3	2	2	15
35	3	3	4	4	3	3	20
36	1	3	2	2	2	1	11
37	3	2	2	3	2	1	13
38	2	3	2	2	3	2	14
39	5	3	5	3	5	5	26
40	4	4	4	4	3	4	23
41	3	2	3	4	4	3	19

42	4	2	2	3	4	2	17
43	4	4	5	5	5	4	27
44	3	2	2	3	3	3	16
45	3	2	1	2	3	2	13
46	3	4	4	4	3	5	23
47	1	1	2	2	1	3	10
48	2	2	3	3	3	3	16
49	2	2	1	2	2	2	11
50	5	5	5	4	4	5	28
51	4	5	3	4	4	3	23
52	4	5	4	4	4	5	26
53	3	4	5	5	4	5	26
54	5	4	5	5	5	4	28
55	4	2	3	4	4	4	21
56	5	5	4	5	5	5	29
57	3	3	4	3	3	4	20
58	4	4	3	4	3	3	21
59	4	4	4	4	3	3	22
60	3	3	3	3	3	4	19
61	2	3	3	3	2	3	16
62	4	5	5	4	5	4	27
63	4	4	4	5	4	4	25
64	3	3	3	4	4	3	20

LAMPIRAN 4. HASIL UJI VALIDITAS

Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Y)

Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.448**	.517**	.536**	.436**	.473**	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y2	Pearson Correlation	.448**	1	.550**	.463**	.391**	.378**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.002	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y3	Pearson Correlation	.517**	.550**	1	.580**	.561**	.466**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y4	Pearson Correlation	.536**	.463**	.580**	1	.501**	.374**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.002	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y5	Pearson Correlation	.436**	.391**	.561**	.501**	1	.348**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.005	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y6	Pearson Correlation	.473**	.378**	.466**	.374**	.348**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.002	.005		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y	Pearson Correlation	.753**	.717**	.826**	.769**	.726**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64

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

Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah (X1)

		Correlations						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.612**	.739**	.638**	.532**	.689**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X1_2	Pearson Correlation	.612**	1	.743**	.637**	.652**	.723**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X1_3	Pearson Correlation	.739**	.743**	1	.710**	.547**	.653**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X1_4	Pearson Correlation	.638**	.637**	.710**	1	.578**	.610**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X1_5	Pearson Correlation	.532**	.652**	.547**	.578**	1	.647**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X1_6	Pearson Correlation	.689**	.723**	.653**	.610**	.647**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X1	Pearson Correlation	.836**	.870**	.871**	.820**	.787**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64

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

**Hasil Uji Validitas
Religiusitas (X2)**

		Correlations								
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.529**	.662**	.645**	.645**	.626**	.671**	.601**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2_2	Pearson Correlation	.529**	1	.630**	.580**	.676**	.518**	.556**	.511**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2_3	Pearson Correlation	.662**	.630**	1	.502**	.680**	.670**	.555**	.621**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2_4	Pearson Correlation	.645**	.580**	.502**	1	.643**	.602**	.621**	.526**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2_5	Pearson Correlation	.645**	.676**	.680**	.643**	1	.624**	.657**	.593**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2_6	Pearson Correlation	.626**	.518**	.670**	.602**	.624**	1	.464**	.690**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2_7	Pearson Correlation	.671**	.556**	.555**	.621**	.657**	.464**	1	.551**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2_8	Pearson Correlation	.601**	.511**	.621**	.526**	.593**	.690**	.551**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2	Pearson Correlation	.835**	.770**	.822**	.794**	.858**	.802**	.790**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64

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

Hasil Uji Validitas *Islamic Branding (X3)*

Correlations								
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.646**	.657**	.673**	.732**	.679**	.856**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X3_2	Pearson Correlation	.646**	1	.698**	.695**	.617**	.647**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X3_3	Pearson Correlation	.657**	.698**	1	.782**	.648**	.744**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X3_4	Pearson Correlation	.673**	.695**	.782**	1	.639**	.674**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X3_5	Pearson Correlation	.732**	.617**	.648**	.639**	1	.620**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X3_6	Pearson Correlation	.679**	.647**	.744**	.674**	.620**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X3	Pearson Correlation	.856**	.838**	.887**	.869**	.826**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64

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

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	6

Hasil Uji Reliabilitas Literasi Keuangan Syariah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.916	6

Hasil Uji Reliabilitas Religiusitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.924	8

Hasil Uji Reliabilitas *Islamic Branding*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.926	6

Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51916453
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.050
Test Statistic		.055
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.		

Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-2.343	1.215		-1.929	.059		
X1	.212	.067	.258	3.160	.002	.327	3.060
X2	.391	.052	.614	7.520	.000	.326	3.065
X3	.366	.036	.476	10.172	.000	.994	1.006

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.183	.653		1.811	.075
	X1	.021	.036	.127	.579	.565
	X2	.007	.028	.053	.242	.809
	X3	-.027	.019	-.174	-1.387	.170

a. Dependent Variable: ABS RES

Lampiran 7: Uji Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.343	1.215		-1.929	.059
X1	.212	.067	.258	3.160	.002
X2	.391	.052	.614	7.520	.000
X3	.366	.036	.476	10.172	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2026)

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	967.464	3	322.488	33.081	.000 ^b
	Residual	145.395	60	2.423		
	Total	1112.859	63			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Hasil Uji Koefisien Determinan (uji R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.869	.863	1.55668

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

DOKUMENTASI PENELITIAN



Dokumentasi dengan Saudara
Wian Adda Robie k



Dokumentasi dengan Ibu Juliatri



Dokumentasi dengan Saudari Puji
Rahayu



Dokumentasi dengan Saudari Lona
Hafizah



Dokumentasi dengan Bapak Amir H



Dokumentasi dengan Ibu Marleni



Dokumentasi dengan ibu Hamni



Dokumentasi dengan Saudari Saskia
Ramadhani



Dokumentasi dengan Ibu Sisriani



Dokumentasi dengan Ibu Jubaidah



Dokumentasi dengan Bapak M. Ghazna



Dokumentasi dengan saudara Alparisi



Dokumentasi dengan saudari Dela Aulia, Fitra Aini, Dea Suci Ramadhani



Dokumentasi dengan Bapak Marhajas



Dokumentasi dengan Ibu Nurhelmi, Putri, Cinta Nia



Dokumentasi dengan saudari Anggita



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 1124 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/05/2026
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

05 Mei 2025

Yth. Bapak/Ibu;

1. Ihdi Aini, M.E

: Pembimbing I

2. Muhammad Arif, M.A

: Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Sawalina

NIM : 2240100002

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh Pasaman Barat).**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Delima Sari Lubis, M.A
NIP.19840512 201403 2 002

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0534) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3973/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/12/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

22 Desember 2025

Yth; Kepala Desa Tanjung Durian Pasaman Barat
Di Tempat

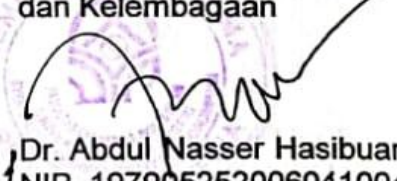
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Sawalina
NIM : 2240100002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



PEMERINTAH KABUPATEN PASAMAN BARAT
KECAMATAN GUNUNG TULEH
WALI NAGARI SEBERANG KENAIKAN

Jln. Tanjung Durian – Siligawan Gadang

Kode Pos: 26571

SURAT KETERANGAN

Nomor: 400.10.2.2/46/WN-SKN/S.Ket/III/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **GAPARLI, SH**
NIP : 197804041999031006
Jabatan : Pj. Wali Nagari Seberang Kenaikan

Menerangkan bahwa:

Nama : **SAWALINA**
NIM : 2240100002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian : "Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)"

Mahasiswa tersebut di atas telah selesai melakukan penelitian di Jorong Tanjung Durian Nagari Seberang Kenaikan.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bulu Laga, 31 Maret 2026

Pj. Wali Nagari



GAPARLI, SH

NIP. 197804041999031006



PEMERINTAH KABUPATEN PASAMAN BARAT
KECAMATAN GUNUNG TULEH
WALI NAGARI SEBERANG KENAIKAN

Jln. Tanjung Durian – Siligawan Gadang

Kode Pos: 26571

Nomor : 400.10.2.2/26 /WN-SKN/II/2026
Lampiran : -
Perihal : **Pemberian Izin Riset**

Bulu Laga, 05 Januari 2026

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Syahada
Padangsidempuan

di-

Tempat

Dengan hormat,

Menindaklanjuti Surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syahada
Padangsidempuan Nomor: 3973/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/12/12/2025 tentang
Permohonan Izin Riset, maka bersama ini kami memberikan izin riset kepada:

Nama : **SAWALINA**
NIM : 2240100002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian : "Determinan Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan
Syariah (Studi Kasus Masyarakat Jorong Tanjung
Durian, Gunung Tuleh, Pasaman Barat)"

Demikianlah surat ini kami dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pi Wali Nagari



GAPARLI, SH

NIP. 197804041999031006