

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Theory Of Planned Bahavior* (TPB)

Berdasarkan *Theory Of Planned Bahavior* (TPB) mengembangkan *Theory Of Reasoned Action* (TRA) tentang interaksi dari perilaku-perilaku yang dimunculkan dari individu untuk menanggapi sesuatu. Teori Perilaku Terencana (TPB) berpendapat bahwa, selain sikap tentang perilaku dan norma subyektif, individu juga mempertimbangkan kontrol perilaku yang dirasakan, yang terkait dengan kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tersebut. Teori ini menjelaskan bahwa niat untuk berperilaku dapat menyebabkan individu berperilaku.

Theory of Behavior Finance lebih dikenal sebagai teori perilaku keuangan yang membahas tentang bagaimana fenomena psikologis mempengaruhi perilaku ekonomi. Perilaku ekonomi mengkaji bagaimana orang benar-benar berperilaku dalam lingkungan ekonomi. Secara khusus, ini mengkaji bagaimana psikologi memengaruhi keputusan keuangan, bisnis, pasar keuangan, dan sebuah pendekatan yang menjelaskan bagaimana faktor psikologis memengaruhi investasi atau hubungan orang dengan dunia keuangan.¹ Tujuan teori *Behaviour Finance* untuk mengetahui peran dalam proses pengambilan keputusan perilaku tersebut untuk dilakukan dalam membuat keputusan.²

Niat untuk bertindak suatu perilaku menentukan atau tidak bertindak dipengaruhi oleh dua penentu dasar yaitu sikap (*attitude towards behavior*) dan pengaruh sosial yang disebut dengan norma subjektif (*subjective norms*).³ Asumsi dasar perilaku keuangan adalah setiap individu sadar dalam membuat keputusan untuk melaksanakan atau tidaknya perilaku (*behavior*)

¹ Adler Haymans Manurung, “Teori Perilaku Keuangan (Behaviour Finance),” *Economis Of Management* 41, No. 4 (2012): 1, [Http://Finansialbisnis.Com/Data2/Riset/Teori Perilaku Keuangan.Pdf](http://Finansialbisnis.Com/Data2/Riset/Teori%20Perilaku%20Keuangan.Pdf).

² Ika Sisbintari, “Sekilas Tentang Behavioral Finance – Ika Sisbintari JIABI Vol. 1 No. 2. Tahun 2017,” *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi* 1, No. 2 (2017): 94.

³ Ivon Jalil, Yayuk Eko Wahyuningsih, and Leli Putri Ansari, “Applied Of Reasoned Action Theory (Tra) yang Berdampak pada Intention To Purchase Herbal Cosmetics,” *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 3, No. 2 (2019): 107, <https://doi.org/10.35308/Jbkan.V3i2.1376>.

yang diinginkan berdasarkan informasi yang diterima. Dalam bidang pemasaran menjelaskan perilaku konsumen (*consumer's purchase behavior*) yang ditentukan berdasarkan niat dalam melakukan pembelian, dan juga dengan sikap (*attitude*) serta norma subjektif (*subjective norms*) yang berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavior intention*).⁴

Pada teori ini sikap ditentukan oleh dua faktor yaitu kekuatan keyakinan perilaku dari perilaku yang dilakukan serta evaluasi hasil yaitu hasilnya negatif atau positif. Selain sikap yang mempengaruhi niat perilaku (*behavior intention*) terdapat norma subjektif yang melibatkan tekanan sosial yang dirasakan orang lain, orang lain tersebut dianggap penting baginya. Peran orang penting tersebut adalah mempertimbangkan apakah harus melakukan perilaku tersebut atau tidak menggambarkan kepercayaan, manfaat terhadap berbagai suatu objek.⁵ Dari sikap dan norma subjektif tersebut dapat mempengaruhi terciptanya keputusan menggunakan produk perbankan syariah.

2. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Menurut Remud Mengkonseptualisasikan literasi keuangan ke dalam 5 (lima) konsep, yaitu pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan mengkomunikasikan konsep keuangan, bakat dalam pengelolaan keuangan pribadi, kemampuan membuat keputusan keuangan yang tepat, dan keyakinan dalam perencanaan keuangan yang efektif untuk kebutuhan keuangan masa depan. Tingkat literasi keuangan mempengaruhi perilaku keuangan seseorang dalam mengatur dan merencanakan keuangan pribadinya.⁶

⁴ Cheng-Chung Tsai, Ming-Tien; Chin, Chao-Wei; Chen, "The Effect Of Trust Belief And Salesperson's Expertise On Consumer's Intention To Purchase Nutraceuticals: Applying The Theory Of Reasoned Action," *Social Behavior And Personality: An International Journal* 38, No. 2 (2010): 273–288, <https://doi.org/10.2224/Sbp.2010.38.2.273>.

⁵ Keren Keren and Sulistiono Sulistiono, "Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 7, No. 3 (2019): 321, <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V7i3.284>.

⁶ Hadi Ismanto "dkk," *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019), 96.

Sedangkan literasi keuangan menurut Otorisasi Jasa Keuangan (OJK) yaitu, ilmu, keahlian, dan keyakinan yang mempengaruhi tingkah laku manusia sebagai bentuk peningkatan kualitas pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan sehingga tercapainya kesejahteraan hidup, serta memanfaatkan keuangan secara maksimal. Dengan adanya literasi keuangan, masyarakat diharapkan memiliki bekal edukasi mumpuni terkait finansial sehingga mampu mengambil sikap dan memilih keputusan keuangan secara bijak.⁷

b. Tingkat Literasi Keuangan

Dalam pengaplikasian edukasi dalam rangka menambah keuangan masyarakat sangat dibutuhkan, bersumber dari survei yang dilaksanakan OJK saat tahun 2013, bahwasannya tingkat literasi keuangan dapat dibedakan dalam 4 bagian, yaitu⁸ :

1. *Well literate* (21,84 %), yaitu memiliki pengetahuan dan kepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan dan produk jasa keuangan, termasuk karakteristik, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban yang terkait dengan produk dan jasa, serta skill untuk memakai produk juga jasa keuangan.
2. *Sufficient literate* (75,69 %), hanya mempunyai pengetahuan juga keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan juga produk dan layanan keuangan, termasuk karakteristik, manfaat dan risiko, hak kewajiban mengenai produk juga layanan keuangan.
3. *Less literate* (2,06 %), Cuma mempunyai pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan, produk juga jasa keuangan.
4. *Not literate* (0,41 %), sama sekali tidak mempunyai pengetahuan juga keyakinan kepada lembaga jasa keuangan dan produk dan jasa keuangan, serta tidak mempunyai skill dalam untuk memakai produk dan jasa keuangan.

⁷ Redaksi OCBC NISP, “Literasi Keuangan, Tingkatan, Dan Pentingnya,” OCBC NISP, 2021. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/15/literasi-keuangan>.

⁸ “Literasi Keuangan,” OJK, diakses pada 31 Desember, 2022, <https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx>.

c. Tujuan Literasi Keuangan

Dalam aturan OJK Nomor 76/POJK.07/2016 tentang peningkatan literasi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen ataupun masyarakat.⁹ Literasi keuangan mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu.
2. Berubahnya perilaku juga sikap individu saat mengelola keuangan menjadi lebih baik, sehingga dapat memutuskan juga memanfaatkan lembaga, layanan dan produk jasa keuangan yang tepat dengan kemampuan dan kebutuhan konsumen ataupun masyarakat guna menuju kesejahteraan.

d. Manfaat Literasi Keuangan

Literasi keuangan mempunyai manfaat bagi masyarakat antara lain sebagai berikut:

1. Masyarakat dapat memilih dan menggunakan produk maupun layanan keuangan sesuai dengan kebutuhannya.
2. Mempunyai kemampuan untuk menerapkan perencanaan keuangan dengan lebih baik juga dapat menghindari investasi pada instrumen keuangan yang kurang jelas.
3. Bisa merancang keuangan secara efektif.

Literasi keuangan juga memiliki manfaat penting bagi sektor jasa keuangan. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan. Semakin tinggi literasi keuangan masyarakat, semakin banyak masyarakat yang mendapatkan manfaat dari produk dan jasa keuangan.¹⁰

e. Indikator Literasi Keuangan

Berdasarkan atas indikator yang ada dalam literasi keuangan menurut Australian Securities dan Investment

⁹ Otoritas Jasa Keuangan, “Undang - Undang OJK,” *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan* 53, No. 9 (2016): 4, <https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Regulasi/Peraturan-Ojk/Documents/Pages/POJK-Tentang-Peningkatan-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-Dan-Atau-Masyarakat/SAL - POJK Literasi Dan Inklusi Keuang>.

¹⁰ Fransiska Soejono and Anastasia Sri Mendari, “Literasi Keuangan Dosen-Dosen Perguruan Tinggi Di Palembang: Faktor Gender Dan Usia,” *Manajemem Dan Bisnis* 3, No. 1 (2018): 77.

Commission.¹¹ Guna mencari berapa besarnya tingkat literasi keuangan seseorang menggunakan indikator atau tolak ukur pengetahuan keuangan yang harus dikuasai, antara lain:

1. Financial Knowledge

Pengetahuan *financial knowledge* (Keuangan) adalah faktor penting dari literasi keuangan dan keterampilan mengambil keputusan keuangan seseorang. Terdapat indikator-indikator pengetahuan keuangan yang harus dikuasai sebagai berikut:¹²

- a) Pengetahuan umum tentang keuangan (*general knowledge*)
- b) Tabungan dan simpanan (*saving and borrowing*)
- c) Asuransi (*insurance*)
- d) Investasi (*investment*)

2. Financial Attitude

Sikap keuangan (*financial knowledge*) adalah dimensi dari literasi keuangan. Menurut Bhushan dan Medury, seseorang yang memiliki sikap finansial terhadap keputusan dan sikap yang baik dapat meningkatkan keyakinan antar generasi dalam pengelolaan keuangan. Adapun indikator-indikator yang menunjukkan bahwa seseorang mempunyai sikap keuangan yang baik adalah:¹³

- a) Sikap seseorang mengatur arus kas masuk dan keluar.
- b) Mengalokasikan penghasilan dan kebutuhan jangka Panjang (investasi).
- c) Mengalokasikan penghasilan untuk kebutuhan jangka pendek (konsumsi).
- d) Mengendalikan keuangan sesuai kebutuhan.

¹¹ Elly Soraya and Anis Lutfiati, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan," *Kinerja* 2, No. 02 (2020): 118, <https://doi.org/10.34005/Kinerja.V3i01.966>.

¹² Kamini Rai, Shikha Dua, and Miklesh Yadav, "Association Of Financial Attitude, Financial Behaviour And Financial Knowledge Towards Financial Literacy: A Structural Equation Modeling Approach," *FIIB Business Review* 8, No. 1 (2019): 54, <https://doi.org/10.1177/2319714519826651>.

¹³ Eko Budiono, "Analisis Financial Knowledge, Financial Attitude, Income, Locus Of Control , Financial Management Behavior Masyarakat Kota Kediri," *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, No. 1 (2020): 286.

3. Minat

a. Definisi Minat

Dalam KBBI (Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia), minat berarti kecenderungan hati yang sangat tinggi pada sesuatu, diartikan sebagai keinginan atau gairah. Sedangkan dalam Bahasa Inggris, minat sering disebut dengan kata-kata “*Interest*” atau “*Passion*”. *Interest* bermakna suatu perasaan ingin memperhatikan dan penasaran akan sesuatu hal. Sedangkan *Passion* sama maknanya dengan gairah atau suatu perasaan yang kuat atau antusiasisme terhadap suatu objek.¹⁴

Muhibbin syah menjelaskan bahwa minat merupakan kecendrungan atau gairah yang besar maupun keinginan terhadap sesuatu. Minat bisa diekspresikan lewat pernyataan yang menunjukkan bahwa menyukai suatu hal daripada hal yang lain, serta diwujudkan lewat partisipasi dalam sebuah kegiatan tanpa ada yang menyuruh.¹⁵

Menurut Elizabeth B. Hurlock, bahwa *interest are sources of motivation which drive people to do what they want to do when they are free to choose. When they see that something will benefit them, they became interested in it* (minat yaitu sumber motivasi yang mendorong orang agar melaksanakan apa yang mereka ingin ketika mereka bebas untuk memilih, ketika mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa bermanfaat).¹⁶

Dari definisi definisi tadi, maka bisa diambil sebuah kesimpulan, yaitu:

- 1) Minat adalah kecenderungan jiwa terhadap sesuatu yang terdiri dari perasaan senang, perhatian, kesungguhan, adanya motif dan ketertarikan pada sesuatu yang semuanya berorientasi untuk mencapai suatu tujuan.
- 2) Minat memunculkan rasa senang atau tertarik pada objek, yang menjadikan seseorang memperhatikan objek yang disenangi.

¹⁴ “Pengertian Minat Menurut Para Ahli,” Job Seeker, Diakses Pada 1 Januari, 2023, <https://jobseeker.id/post/view/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html#:~:Text=Menurut Slameto%2C%20Minat%20adalah%20suatu,Minat%20siswa%20terhadap%20kegiatan%20drumband.>

¹⁵ Suparyanto Dan Rosad, “Kajian Teori Menurut Muhubbin Syah,” *Suparyanto Dan Rosad* 5, No. 3 (2020): 13.

¹⁶ “Pengertian Minat Menurut Para Ahli,” NS Development, diakses Pada 1 Januari, 2023, <https://nsd.co.id/posts/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html>.

- 3) Minat muncul setelah adanya pengetahuan tentang objek, dengan demikian minat dipandang sebagai suatu kesadaran terhadap suatu objek atas dasar adanya kebutuhan atau kemungkinan terpenuhinya kebutuhan.

b. Indikator Minat

Minat menggunakan produk perbankan syariah dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:¹⁷

1. Minat transaksional. Yaitu kecenderungan individu untuk melaksanakan pembelian atau penggunaan kepada sebuah produk.
2. Minat refrensial. Yaitu kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk kepada orang lain, berarti seseorang menyarankan orang lain untuk menggunakan produk yang sedang mereka gunakan.
3. Minat preferensial, adalah minat yang menggambarkan tentang perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut. Artinya produk tersebut hanya dapat diganti apabila terjadi sesuatu dengan produk prefensinya.
4. Minat eksploratif, merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki rasa ingin tahu mengenai produk yang diminati dan mencari informasi untuk mendukung sifa-sifat positif dari produk tersebut.

4. Demografi

Demografi berasal dari bahasa Yunani *demos* dan *graphein*, yang berarti orang dan tulisan. Jadi demografi ialah tulisan mengenai rakyat atau kependudukan manusia. Analisis kependudukan merujuk kepada masyarakat secara keseluruhan atau kelompok tertentu yang didasarkan kriteria seperti pendidikan, kewarganegaraan, agama, atau etnisitas tertentu. Dalam studi ilmiah demografis membahas tentang penduduk terutama berkaitan dengan fertilitas, mortalitas, dan mobilitas. Demografi mencakup jumlah penduduk, persebaran geografis, komposisi penduduk dan karakter demografis serta sebagian faktor-faktor ini berubah dari waktu ke waktu. Maka dari itu,

¹⁷ Yulia Putri Et Al., “Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa* 16, No. 1 (2019): 82, <https://doi.org/10.29313/Performa.V16i1.4532>.

demografi fokus mengkaji permasalahan kependudukan secara kuantitatif, seperti jumlah, struktur, komposisi, dan ukuran kependudukan sehingga teknik-teknik perhitungan dan kependudukan atau demografi sangat diperlukan untuk mendapatkan hasil dan kualitas perhitungan yang baik.¹⁸

a. Indikator Demografi

Terdapat beberapa pembagian indikator demografi antara lain:

1) Pendidikan

Pendidikan yang maksud disini yaitu tahapan mengubah sikap juga tata laku individu maupun kelompok orang dalam upaya mendewasakan manusia lewat kegiatan pembelajaran atau pelatihan. Dilihat dari berlangsung kembali atau tidaknya aktivitas pendidikan masyarakat seiring dengan pembangunan ke-PU-an.¹⁹

2) Jenis kelamin

Jenis kelamin yang dimaksud yaitu perbedaan antara laki-laki dan perempuan secara biologis dari mulai kelahiran. Jenis kelamin dapat mempengaruhi tingkat keputusan menggunakan produk perbankan syariah yang mempunyai keyakinan mengenai mungkinnya hasil bahwa perempuan punya taraf emosional lebih tinggi dibanding laki-laki.²⁰ Gender menentukan akses ke pendidikan, kehidupan kerja, kesehatan, harapan hidup dan kebebasan hidup. Tak perlu dikatakan bahwa gender merupakan faktor penting bagi individu ketika membuat keputusan dalam hidup mereka, baik secara sosial maupun ekonomi.²¹

¹⁸ “Demografi,” WIKIPEDIA Ensiklopedia Bebas, diakses Pada 11 Januari, 2023, <https://id.wikipedia.org/wiki/Demografi>.

¹⁹ Nanang Rianto, “Infrastruktur Pekerjaan Umum Dan Permukiman,” *Sosek Pekerjaan Umum* 3 No. 3, No. 26 (2011): 190.

²⁰ Sri Mulyani, Nita Andriyani Budiman, and Riyadlus Mei Sakinah, “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Demografi Terhadap Kepatuhan Perpajakan,” *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 17, No. 1 (2020): 10–11, <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1080>.

²¹ Fitriani Marfiah Permasanari, Harya Kuncara, and Ari Warokka, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Antesedennya Terhadap Toleransi Risiko Dengan Moderasi Faktor Demografi Pada Pekerja Muda Di Indonesia,” *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 11, No. 2 (2020): 349, <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.08>.

- 3) Usia
Usia adalah usia produktif ketika seseorang masih mampu bekerja dan menghasilkan sesuatu.²²
- 4) Status perkawinan
Perkawinan adalah status yang diperoleh secara sah melalui perkawinan. Jadi, orang tanpa hubungan ini berarti mereka tidak menikah atau lajang.²³
- 5) Pendapatan
Menurut Sumitro Joyohadikusumo, Pendapatan yakni unsur yang harus diperhitungkan dalam menjalankan usaha, karena dalam menjalankan usaha tentu anda ingin mengetahui nilai atau jumlah penghasilan yang dihasilkan dalam usaha tersebut, volume operasi dan pelayanan, standar hidup masyarakat. dimana pendapatan setiap jiwa disebut pendapatan per kapita, dimana pendapatan per kapita merupakan ukuran kemajuan atau ukuran ekonomi pembangunan.²⁴

5. Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah

Keputusan menggunakan produk bank merupakan sebuah tahapan yang dilakukan nasabah berdasarkan pengetahuan dan informasi adanya keinginan bahwa sesuatu akan terjadi. Keputusan dapat diambil dari dua alternatif yang tersedia. Artinya, alternatif keputusan dapat dibuat dengan menggunakan informasi yang diolah dan disajikan oleh sistem pendukung keputusan.²⁵

a. Pengertian keputusan menggunakan produk bank syariah

Menurut Schiffman dan Kanuk masyarakat umum memiliki 2 opsi alternatif maupun lebih mendalam memutuskan untuk memilih beberapa produk yang akan

²² Mulyani, Budiman, and Sakinah, 11.

²³ Permanasari, Harya Kuncara, and Ari Warokka, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Antesedennya Terhadap Toleransi Risiko Dengan Moderasi Faktor Demografi Pada Pekerja Muda Di Indonesia."

²⁴ "Pengertian Pendapatan," Hestanto Personal Website, diakses Pada 5 Januari, 2023, <https://www.hestanto.web.id/pengertian-pendapatan/>.

²⁵ Faisal Umardani Hasibuan And Rahma Wahyuni, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, No. 1 (2020): 8, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>.

dibeli.²⁶ Setiap keputusan untuk menggunakan suatu produk perbankan lebih didominasi oleh internal *locus of control* (pengendalian diri). Faktor internal muncul dari kesadaran konsumen terhadap produk yang komunikasikan dan pada tingkat yang lebih tinggi akan memperkuat keyakinan konsumen. Dijelaskan faktor internal menjadi penentu perilaku konsumen dalam memilih produk bank syariah terdiri dari persepsi, biaya dan manfaat, Agama atau keyakinan, sedangkan faktor eksternal tidak terlepas dari faktor *personal selling* keluarga.²⁷

Mengambil keputusan merupakan proses kognitif yang menggabungkan memori, pemikiran, evaluasi informasi dan penilaian-penilaian secara evaluative. Menurut Peter dan Olson, bahwa pengambilan keputusan nasabah adalah proses pemecahan masalah. Jika seseorang menganggap bahwa sesuatu adalah “masalah” maka sebab sesuatu yang diinginkannya tidak dapat dipenuhi, maka pada saat itu seseorang akan membuat keputusan untuk dapat mencapai sasaran mereka dan dengan demikian menyelesaikan masalah mereka.²⁸

b. Faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen

1) Pengaruh individu Konsumen

Dalam diri individu konsumen, dipengaruhi oleh kobutuhan konsumen, varian brand dapat dipengaruhi oleh kebutuhan konsumen, persepsi atas karakteristik merek dan sikap kearah pilihan. Terdapat tambahan pilihan merek juga dipengaruhi oleh demografi konsumen, gaya hidup, dan karakteristik personalia.

2) Pengaruh lingkungan

Lingkungan konsumen ditunjukkan sebagai berikut:

²⁶ Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita, and Evriyenni Evriyenni, “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah,” *JHIBIZ :Global Journal Of Islamic Banking And Finance*. 2, No. 2 (2020): 130, <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>.

²⁷ Muhammad Zuhirsyan and Nurlinda Nurlinda, “Jurnal Perbankan Syariah Optimization Of Human Resources Management In Islamic Banking Fitra Azkiya Firdiansyah,” *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, No. 2 (2021): 118.

²⁸ Darmadiansyah, Emy Rahmawati, and Noor Hidayat, “Pengaruh Karakteristik Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Kalsel Syariah Banjarmasin),” *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 8, No. 1 (2020): 42.

- (a) Budaya (Norma masyarakat setempat, pengaruh daerah maupun kesukuan)
 - (b) Strata sosial (keluasan group sosial ekonomi atas harta milik konsumen)
 - (c) Group tatap muka (teman, anggota keluarga, dan group referensi)
- 3) Strategi pemasaran
Merupakan variabel dimana pemasar mengendalikan usahanya dalam memberitahu dan mempengaruhi konsumen.²⁹

c. Tahap-tahap pengambilan keputusan

Tahapan mengambil keputusan dimulai dengan adanya kebutuhan yang harus terpenuhi. Dalam pemenuhan kebutuhan ini berkaitan dengan beberapa alternatif sehingga sangat penting untuk dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk mendapatkan alternatif terbaik dari pertimbangan konsumen. Dalam proses membandingkan konsumen membutuhkan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya bergantung pada kebutuhan konsumen dan keadaan yang dihadapi mereka.³⁰

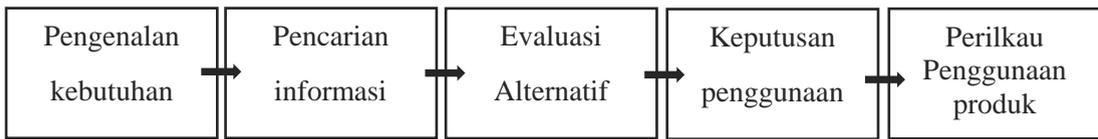
Pengambilan keputusan dapat berjalan lebih terarah, maka penting untuk mengetahui adanya unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan antara lain:

- 1) Tujuan pengambilan keputusan yaitu untuk mengetahui terlebih dahulu apa tujuan pengambilan keputusan.
- 2) Identifikasi masalah adalah melaksanakan identifikasi yang akan dipilih guna meraih tujuan.
- 3) Perhitungan faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau berada diluar jangkauan manusia, khususnya suatu keadaan yang bisa dibayangkan sebelumnya, akan tetapi tidak dapat ditaklukkan oleh manusia.

²⁹ Unidad Metodología D E Conocimiento D E Los, *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran)*, 1st Ed. (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2021), 139.

³⁰ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran : Teori & Implementasi* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2016), 101-102.

- 4) Alat atau sarana untuk menilai maupun mengukur akibat dari sebuah keputusan.³¹



d. Indikator keputusan menggunakan produk bank syariah

Terdapat beberapa pembagian indikator keputusan menggunakan produk bank syariah diantaranya:

- 1) Mengenal masalah atau kebutuhan, kebutuhan yang dibutuhkan konsumen, mendorong rangsangan internal dan eksternal. Oleh karena itu, perusahaan harus mengidentifikasi kondisi yang dapat memicu kebutuhan konsumen.
- 2) Pencarian informasi konsumen yang membutuhkan tumpangan mencari informasi lebih lanjut.
- 3) Saat mengevaluasi alternatif produk, konsumen mengevaluasi perbandingan produk pesaing. Ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu konsumen berusaha memenuhi kebutuhan, konsumen mencari manfaat dan produk dipandang sebagai kumpulan atribut. .
- 4) Keputusan menggunakan produk pada tahap ini, pembeli dapat menunda, mengurangi atau menyelesaikannya, resiko yang ada mempengaruhi keputusan konsumen.
- 5) Setelah menggunakan produk, konsumen merasakan manfaat dan kepuasan dari produk yang dibeli setelah memutuskan untuk membeli produk tersebut.³²

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan literasi keuangan, minat, dan demografi akan disajikan dalam tabel di bawah ini:

³¹ Studi Pada, Bank Syariah, And D I Malang, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung," *Journal Of Indonesian Applied Economics* 4, No. 1 (2010): 43–57.

³² Toni Prasetyo Utomo, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)," *Jurnal Ilmiah* 10, No. 2 (2015): 10–11.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1	Auliya Rahmawati dan Ali Hamdan Jurnal ICO EDUSHA Vol. 2, No. 1 Tahun 2021 ³³	Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Produk-Produk Bank Syariah	Kuantitatif dengan jumlah sampel 56 responden. Variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independent. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis	Hasil dari penelitian ini adalah secara persial variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan produk-produk bank syariah (X1). Variabel Religiusitas (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan produk-produk bank syariah. Variabel Literasi Keuangan Syariah

³³ Auliya Rahmawati and Ali Hamdan, “Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Produk-Produk Bank (Studi Kasus Pada Masyarakat Kel , Warugunung Surabaya),” *ICO EDUSHA* 2, No. 1 (2021).

2	<p>Faqih Wildan Hakim, Ashari Hasan, dan Irhamsyah Putra</p> <p>Al – Mashrof: Islamic Banking Finance, Vol. 3, No. 2 Tahun 2022 ³⁴</p>	<p>Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Bandar Lampung</p>	<p>Kuantitatif deskriptif dengan jumlah sample 100 responden masyarakat kota bandar lampung. Menggunakan variabel independent dan variabel dependen. Teknik analisis data melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dengan analisis regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, uji koefisien korelasi, dan uji hipotesis.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai signivikasi 0,000 yang berarti variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah</p>
3	<p>Riska Inggit Avianti</p> <p>Journal Of Applied Islamic Economics And Finance, Vol. 2, No. 2 Tahun 2022 ³⁵</p>	<p>Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Pelayanan, San Pemasaran, Terhadap Profitabilitas Bank Syariah</p>	<p>Kuantitatif dengan jumlah sample 100 responden kota Bandung. Memakai Teknik populasi dan sample menggunakan quota sampling.</p>	<p>Pengaruh tingkat pendapatan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah,</p>

³⁴ Universitas Islam Et Al., “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Kota Bandar Lampung Menjadi Pasar Industri Syariah Yang Menjanjikan (Husain , 2021 : 173). Hal Ini Kepala Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Provinsi Lampung , Krisna Pe” 3, No. 2 (2022): 91.

³⁵ Riska Inggit Avianti, “Pengaruh Pendapatan, Religiuisitas, Pelayanan, Dan Pemasaran Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Dengan Keputusan

		Dengan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Pemilikan Rumah Syariah Sebagai Variabel Intervening	Metode analisis melalui uji hipotesis	religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah, pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.
4	Alina Tsalitsa, Yanuar Rachmansyah MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN, Vol. 31, No. 1 Tahun 2016 ³⁶	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus	Kuantitatif dengan jumlah sampel 100 orang nasabah yang melakukan pengambilan kredit pada PT Columbia Cabang Kudus dengan purposive sampling dan cluster sampling. Teknik analisis	Hasil penelitian ini adalah bawa literasi keuangan dan penghasilan memiliki pengaruh positif terhadap pengambilan kredit.

Nasabah Melakukan Pembiayaan Pemilikan Rumah Syariah Sebagai Variabel Intervening,” *Journal Of Applied Islamic Economics And Finance* 2, No. 2 (2022): 264, <https://doi.org/10.35313/Jaief.V2i2.3216>.

³⁶ Alina Tsalitsa and Yanuar Rachmansyah, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus,” *Media Ekonomi Dan Manajemen* 31, No. 1 (2016): 1.

			data menggunakan regresi linier berganda	Sedangkan umur, profesi dan Pendidikan memiliki pengaruh negative terhadap pengambilan kredit.
5	<p>Novia Ramadan dan Salman Nasution</p> <p>Jurnal AKAMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi) Vol. 3, No. 3 Tahun 2022³⁷</p>	<p>Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Tabungan Negara (BtN Kc Syariah Medan)</p>	<p>Kuantitatif dengan jumlah sampel 78 responden. Variabel diukur dengan menggunakan instrument. Analisis data melalui statistik. Teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, uji parsial dan uji determinasi RSquare</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah variabel literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung (Y). Teruji dan dapat diterima berdasarkan nilai jika literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap</p>

³⁷ N Ramadan and S Nasution, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Tabungan Negara (BtN Kc Syariah Medan)," *Jurnal AKMAMI (Akuntansi ...* 3, No. 3 (2022): 578, [Http://Jurnal.Ceredindonesia.Or.Id/Index.Php/Akmami/Article/View/756%0Ahttp://Jurnal.Ceredindonesia.Or.Id/Index.Php/Akmami/Article/Download/756/846](http://Jurnal.Ceredindonesia.Or.Id/Index.Php/Akmami/Article/View/756%0Ahttp://Jurnal.Ceredindonesia.Or.Id/Index.Php/Akmami/Article/Download/756/846).

				<p>minat menabung (nilai koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$, 9,445 > 1,991) pada signifikan 0,00 < 0,05 yang berarti literasi keuangan syariah (X) dan minat menabung (Y) bagus maka minat menabung akan meningkat. Berdasarkan hasil uji t (secara simultan) didapatkan hasil bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yang dilihat dari literasi keuangan syariah sebesar 9,445</p>
6	Kadek Prita	Pengaruh	Kuantitatif	Berdasarkan

	<p>Ary Astini dan Gede Widiadnyana Pasek</p> <p>JIMAT(Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Vol. 13, No.03 Tahun 2022³⁸</p>	<p>Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi</p>	<p>dengan menyebarkan kuisioner kepada semua guru di Gugus V Mandara Giri Kec. Kubutambahan. Analisis data menggunakan uji normalitas, uji homogenitas, dan uji t-test beda sampel berpasangan</p>	<p>hasil penelitian literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 2-tailed 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. melalui studi eksperimen dapat diketahui bahwa, ketika tingkat literasi keuangan seseorang tergolong lemah, maka keputusan investasi yang akan mereka ambil juga tidak akan baik.</p>
--	---	---	--	---

Sumber: *Review* Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu banyak faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan produk perbankan syariah.

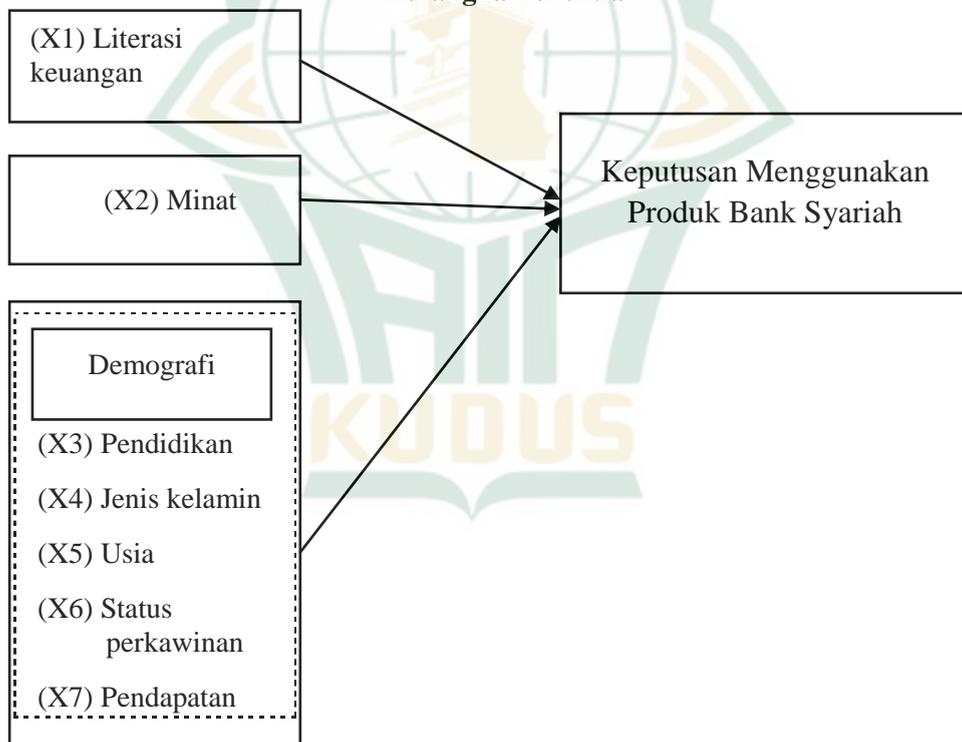
³⁸ Studi Eksperimen, V Mandara Giri, And Kec Kubutambahan, "INVESTASI," 2022, 1001.

hasil penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penulis yaitu mengenai tema yang diteliti yang sama-sama meneliti tentang analisis pengaruh literasi keuangan, minat, dan demografi terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah. Penulis melakukan penelitian pada Masyarakat Desa Rejosari Demak.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah konsep dalam penelitian terkait. Yang mana penggambaran antara variabel satu dengan penggambaran yang lain dapat terkoneksi secara detail dan juga sistematis agar mudah dipahami.³⁹ Kerangka penelitian digunakan untuk acuan agar peneliti mengetahui arah penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kerangka penelitian pada penelitian ini adalah:

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



³⁹ Yusuf Abdhul, "Kerangka Penelitian: Pengertian, Isi Dan Contoh," 28 November, 2022, <https://Deepublishstore.Com/Kerangka-Penelitian/#:~:Text=Kerangka Penelitian Merupakan Konsep Pada, Penelitian Bisa Lebih Mudah Dipahami.>

D. Hipotesis

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah

Literasi keuangan dapat memengaruhi cara orang menabung, meminjam, investasi, dan mengelola keuangan. Selain itu, literasi keuangan juga berguna untuk membuat keputusan menabung dan investasi yang kompeten. Individu membutuhkan pengetahuan yang lebih dari sekedar konsep keuangan dasar, keuangan memiliki hubungan positif dalam pengambilan keputusan dan keuangan rumah tangga. Literasi keuangan juga memiliki dampak terhadap perencanaan keuangan.⁴⁰ Selanjutnya penelitian. Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah

2. Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah

Minat merupakan kondisi yang terjadi yang menghubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri.⁴¹ Penelitian oleh Isma Aulia Khairunnisa dan Hendry Cahyono terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial terhadap minat menggunakan produk tabungan syariah.⁴² Selanjutnya penelitian oleh Rista Suryadi dan Ayif Fathurrahman menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk pembiayaan pada perbankan syariah. Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

⁴⁰ Debbie Julia Gibson, "Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Muslim Terhadap Keputusan Penggunaan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2020, 5.

⁴¹ "Minat," Diakses Pada 24 Januari, 2023, <https://www.google.com/search?q=Minat+Adalah&oq=Minat+Adalah&aqs=chrome..69i57j0i512i7j0i22i30j0i15i22i30.4634j0j15&sourceid=chrome&ie=utf-8>.

⁴² Isma Aulia Khairunnisa And Hendry Cahyono, "Hubungan Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, No. 3 (2020): 12, <https://doi.org/10.26740/Jekobi.V3n3.P1-14>.

H2: Minat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah

3. Pengaruh Demografi Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah

Demografi menurut Ralph Thomlinson berdasarkan teori primer dirumuskan cenderung demografis, yaitu variabel-variabel fertilitas, migrasi, dan mortalitas. Teori sekunder menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut yang tidak berhubungan langsung dengan materi demografis tetapi termasuk dalam populasi, seperti mobilitas individu dipengaruhi usia dan pendapatan berpengaruh terhadap kesehatan penduduk. Demografi mempunyai peran penting dalam mengkaji masalah kependudukan yang semakin dirasakan pada zaman sekarang.⁴³

Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Silvia Anggraeni juga Nurdin yang menunjukkan faktor demografi signifikan terhadap keputusan menggunakan produk pembiayaan.⁴⁴ Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H3.a: Pendidikan Mempengaruhi keputusan menggunakan produk bank syariah,
- H3.b: Jenis Kelamin mempengaruhi pada keputusan menggunakan produk bank syariah.
- H3.c: Usia mempengaruhi pada keputusan menggunakan produk bank syariah.
- H3.d: Status Pernikahan mempengaruhi pada keputusan menggunakan produk bank syariah.
- H3.e: Pendapatan mempengaruhi pada keputusan menggunakan produk bank syariah.

⁴³ Ahmad Syaekhu, *Pengantar Demografi & Kependudukan* (Yogyakarta: ZAHIR PUBLISHING, 2021), https://www.google.co.id/books/edition/PENGANTAR_DEMOGRAFI KEPENDUDUKAN/2vvveaaqbj?hl=id&gbpv=1&dq=Demografi&pg=PA91&printsec=Frontcover.

⁴⁴ Silvia Anggraeni, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pada Bank Mandiri KCP Kantor Unit Jamika Kota Bandung The Effect Of Financial Literacy And Demographic Factors On Credit Making Decissions At Bank Mandiri KCP Unit Offic" 5, No. 1 (2019): 217, <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/Manajemen/Article/View/15117>.