

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk penganut agama Islam lebih banyak dibandingkan dengan negara lainnya. Menurut data Kemendagri bahwa pada tahun 2022 total penduduk di Indonesia sebanyak 277,75 juta jiwa dan lebih meningkat dibandingkan dengan tahun 2021 dengan total 273,32 juta jiwa. Berdasarkan agamanya, penganut agama Islam sebesar 87,02 % dari total keseluruhan penduduk di Indonesia. Artinya 241,7 juta penduduk Indonesia menganut agama Islam. Sedangkan penganut agama Kristen sebanyak 20,65 juta jiwa (7,43%), penganut agama Katolik sebanyak 8,5 juta jiwa (3,06%), penganut agama Hindu sebanyak 4,69 juta jiwa (1,69%), penganut agama Budha 2,02 juta jiwa (0,73%), penganut agama Konghucu 74.899 jiwa (0,03%) dan penganut aliran kepercayaan ada 117.412 jiwa (0,04%).¹

Banyaknya jumlah penduduk muslim Indonesia, seharusnya menjadi sebuah peluang maupun tantangan yang potensial untuk perkembangan lembaga perbankan. Peran lembaga perbankan dalam perekonomian suatu negara sangatlah penting. Seiring dengan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang, lembaga perbankan menjadi semakin penting. Keberadaan lembaga perbankan di berbagai negara dapat dibuktikan dengan fakta bahwa lembaga perbankan memfasilitasi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penguatan perekonomian suatu negara. Salah satu contohnya adalah berdirinya lembaga perbankan syariah di Indonesia yang menawarkan produk dan layanan sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Hingga saat ini, bank-bank syariah secara konsisten beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah, menawarkan sistem perbankan alternatif yang saling menguntungkan, menghindari kegiatan atau transaksi yang dilarang agama, memberikan pelayanan yang ramah dan

¹ Monavia Ayu, "Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada 2022," Dataindonesia.id, n.d., <https://dataindonesia.id/ragam/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-2022>.

mengedepankan prinsip keadilan. Tujuannya adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan kemajuan sosial baik di tingkat individu maupun kolektif.²

Potensi pengembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia sangat penting, karena ada beberapa alasan kuat mengapa industri keuangan syariah di Indonesia harus terus dikembangkan. *Pertama*, dalam hal inklusi keuangan, sangat penting bagi Indonesia untuk meningkatkan penyediaan layanan perbankan (akses) bagi mereka yang tidak memanfaatkan layanan keuangan konvensional. Mengingat bahwa Indonesia memiliki mayoritas penduduk Muslim, perbankan syariah merupakan solusi potensial bagi mereka yang ingin menghindari sistem riba. *Kedua*, dalam hal pendalaman keuangan, Indonesia disarankan untuk meningkatkan peran jasa keuangan dalam rangka melayani perekonomian dengan memperkenalkan lebih banyak instrumen keuangan yang unik. *Ketiga*, dalam hal arus modal, perbankan syariah merupakan instrumen yang memfasilitasi arus modal, terutama bagi mereka yang memiliki preferensi khusus untuk keuangan syariah.³

Menurut data yang dikeluarkan OJK, pangsa pasar keuangan syariah per Juni 2023 tercatat sebesar 10,94%, meningkat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai 10,41%. Meskipun telah terjadi peningkatan, namun masih ada kekhawatiran yang perlu diperhatikan. Salah satu kekhawatiran tersebut adalah kesenjangan yang cukup besar antara pangsa pasar keuangan syariah dan pasar keuangan konvensional. Rendahnya pangsa pasar keuangan syariah mengindikasikan masih minimnya minat masyarakat terhadap keuangan syariah jika dibandingkan dengan keuangan konvensional.⁴

² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016). 13

³ Nur Sulistiyarningsih and Shul Thanul, "Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional," *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaruan Hukum Islam* 24, no. 1 (2021): 37–38, <http://jurnalfsh.uinsby.ac.id/index.php/qanun/article/view/1226>.

⁴ OJK, "Strategi Mengakselerasi Pangsa Pasar Keuangan Syariah," OJK (Otoritas Jasa Keuangan), 2024, <https://www.ojk.go.id/ojk->

Salah satu penyebab rendahnya minat masyarakat terhadap keuangan syariah di Indonesia adalah rendahnya literasi keuangan syariah dan inklusi keuangan syariah oleh masyarakat Indonesia. Hasil SNLIK (Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan) tahun 2022 yang dilakukan OJK bahwa indeks literasi keuangan konvensional sebesar 49,68% yang mengalami kenaikan dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03%. Untuk indeks inklusi keuangan konvensional mengalami peningkatan sebesar 85,10% dibandingkan dengan tahun 2019 yang hanya 76,19%. Sedangkan indeks literasi keuangan syariah di tahun 2022 ini mengalami sedikit peningkatan sebesar 9,14% yang tahun 2019 hanya 8,93%, untuk indeks inklusi keuangan syariah sebesar 12,12% yang juga mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2019 yaitu 9,10% saja.⁵ Dilihat dari hasil SNLIK tahun 2022 yang dilakukan oleh OJK bisa dipahami bahwa antara indeks angka literasi dan inklusi keuangan syariah terpaut lumayan jauh dengan indeks angka literasi dan inklusi keuangan konvensional. Maka hal ini menjadi sebuah pekerjaan tambahan bagi *stakeholders* untuk bisa memberikan pemahaman pentingnya literasi keuangan syariah kepada masyarakat Indonesia yang notabe penduduknya menganut Agama Islam.

Kurangnya literasi keuangan syariah akan menghambat pemanfaatan layanan keuangan syariah, yang pada gilirannya akan mempengaruhi pangsa pasar industri keuangan syariah, khususnya perbankan syariah. Literasi keuangan diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan masyarakat tetapi juga mengubah cara individu dalam mengelola keuangannya, sehingga menumbuhkan kemampuan dan kecerdasan untuk memilih investasi yang halal dan menguntungkan yang dapat mencegah terjadinya investasi bodong. Gerakan literasi keuangan syariah diharapkan dapat memfasilitasi pemahaman masyarakat terhadap lembaga jasa keuangan syariah, meliputi fungsi, keunggulan, dan potensi kerugiannya, serta hak dan

[institute/id/capacitybuilding/upcoming/4065/strategi-mengakselerasi-pangsa-pasar-keuangan-syariah](https://institute.id/capacitybuilding/upcoming/4065/strategi-mengakselerasi-pangsa-pasar-keuangan-syariah).

⁵ OJK, "Siaran Pers Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022," *Otoritas Jasa Keuangan*, no. November (2022): 10–12.

kewajiban yang berkaitan dengan produk dan jasa keuangan syariah. Lebih jauh lagi, diharapkan dapat memberdayakan masyarakat untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah.⁶

Tingkat tinggi rendahnya literasi keuangan syariah seseorang akan mempengaruhi minat menjadi nasabah di perbankan syariah. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Dian Sugiarti bahwa tingkat literasi keuangan syariah Generasi Z memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Jika pendidikan dan pengetahuan mengenai perbankan syariah diberikan secara komprehensif kepada siswa, maka minat menabung dan berinvestasi siswa pada bank syariah akan meningkat.⁷ Akan tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Khoiriah Hasibuan dan Nurbaiti, bahwa tidak terdapat pengaruh yang diberikan variabel literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas.⁸ Dari hasil dua penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya terdapat *research gap* atau kesenjangan hasil penelitian dan perlu adanya pengkajian ulang tentang pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat individu untuk menjadi nasabah bank syariah adalah bagi hasil yang ditawarkan oleh bank. Bank syariah menawarkan pinjaman dengan sistem bagi hasil berdasarkan kesepakatan atau kewajiban timbal balik antara pihak bank dan nasabah. Bagi hasil merupakan ciri khas dari perbankan syariah dan

⁶ Ruwaidah H S., “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Syariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah,” *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 1, no. 1 (2020): 79–106.

⁷ Dian Sugiarti, “Literasi Keuangan Syariah Generasi Z Dan Minatnya Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Siswa SMK Di Jakarta),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2023): 766–72, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7991>.

⁸ Siti Khoiriah Hasibuan and Nurbaiti, “Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syari’Ah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa),” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 1 (2023): 275–292.

pembagian hasil usaha harus ditentukan di awal perjanjian atau akad sesuai aturan syariah. Porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dan harus diterima secara suka rela oleh kedua belah pihak tanpa ada paksaan.⁹

Sistem bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabahnya. Hal ini sesuai dengan penelitian Ahmad Dofir, dkk bahwa pemahaman bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat Kecamatan Bantaran Kabupaten Probolinggo.¹⁰ Berbeda lagi hasil penelitian yang dilakukan oleh Gicella Fanny, dkk menyatakan bahwa bagi hasil tidak memiliki pengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Padang.¹¹ Dari hasil penelitian terdahulu perlu adanya penelitian kembali terkait pengaruh bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah dengan studi kasus masyarakat Grobogan.

Selanjutnya, aspek religiusitas merupakan faktor terpenting dalam minat konsumen dalam menabung di perbankan syariah. Menurut Hasanah religiusitas menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh individu dalam hati. Konteks teori keislaman juga menjelaskan perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT, yaitu dengan mematuhi perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Memahami dan menerapkan ajaran agama dengan baik akan menghasilkan minat menabung yang tinggi pula.¹²

⁹ Wirdayani Wahab, “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2016): 1–18.

¹⁰ Junaidi Ahmad Dofir, Moh. Amin, “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bantaran Kabupaten Probolinggo),” *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal* 3, no. 2 (2022): 590–601.

¹¹ Gicella Fanny Andriani and Halmawati Halmawati, “Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah,” *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 1, no. 3 (2019): 1322–36, <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.145>.

¹² Fadhilatul Hasanah, “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah,”

Mengenai aspek religiusitas pasti berkaitan langsung dengan agama yang di anut oleh perseorangan. Pada daerah Grobogan hampir semua masyarakatnya menganut Agama Islam, sebagaimana data dari BPS Grobogan tahun 2021 bahwa persentase penduduk menurut Agama Islam menduduki posisi paling atas dengan angka 98.98%, kemudian disusul dengan agama-agama lain dengan persentase dibawah 1%. Disisi lain, luas wilayah Kabupaten Grobogan menduduki peringkat kedua di Jawa Tengah setelah Kabupaten Cilacap dengan total luas 2.013,90 kilometer persegi. Luas wilayah Grobogan meliputi 19 kecamatan, 7 kecamatan dan 273 desa.¹³

Bonus dari jumlah penganut agama Islam yang banyak di daerah Grobogan dan luas wilayah yang besar seharusnya inklusi keuangan syariahnya juga banyak. Akan tetapi pada kenyataannya jumlah layanan bank syariah di daerah Grobogan masih tergolong sedikit. Peneliti telah melakukan survey tentang banyaknya layanan bank syariah yang ada di Grobogan, setidaknya ada 4 bank syariah yang sudah dikenal masyarakat, diantaranya BSI, BTPN Syariah, BPRS Gala Mitra Abadi, BPRS Sukowati Sragen. Bank-bank tersebut berdiri dan berkantor pusat di daerah ibu kota Grobogan yaitu Kota Purwodadi. Sedangkan untuk kantor cabangnya didirikan di kecamatan yang memiliki lokasi yang strategis dan dapat dijangkau oleh masyarakatnya sudah mengenal bank syariah.

Penelitian Ahmad Fauzi, dkk menyebutkan bahwa Terdapat pengaruh positif antara variabel religiusitas terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang secara parsial sebesar 4.494%.¹⁴ dikuatkan lagi penelitian oleh Siti

BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis 4, no. 1 (2019): 485, <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>.

¹³ Badan Pusat Statistik Grobogan, "Persentase Penduduk Berdasar Agama Menurut Kecamatan (Persen) Tahun 2021," BPS Grobogan, 2021, <https://grobogankab.bps.go.id/indicator/12/222/1/persentase-penduduk-berdasar-agama-menurut-kecamatan.html>.

¹⁴ Ahmad Fauzi and Indri Murniawaty, "Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah," *EEAJ Economic Education Analysis Journal* 9, no. 2 (2020): 473–86, <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>.

Khoiriyah, dkk bahwa Religiusitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat tingkat kepercayaan dan lokasi dalam memberikan pengaruhnya terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas.¹⁵ Berbeda lagi dengan hasil penelitiannya Sodik, dkk menyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah pada mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga non-prodi perbankan syariah.¹⁶ Serta hasil penelitian Suprihati dkk bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah.¹⁷

Faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah adalah lokasi. Dimana jika suatu bank terletak di tempat yang strategis dan terjangkau, maka akan dapat menarik minat masyarakat untuk bertransaksi di bank tersebut. Hal ini juga sesuai dengan penelitian oleh Afrian Rachmawati, dkk bahwa lokasi dengan indikator keterjangkauan lokasi, kelancaran lokasi, dan kedekatan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.¹⁸ Berbeda lagi dengan hasil penelitiannya Arfiani, dkk bahwa variabel lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat sekitar kantor pusat BPRS Bangun Drajat Warga menjadi nasabah.¹⁹ Dari hasil penelitian

¹⁵ Hasibuan and Nurbaiti, "Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syari'Ah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa)." 276

¹⁶ Raida Nadia Syahita Fajar Sodik, Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (2022): 123–43.

¹⁷ Suprihati Suprihati, Sumadi Sumadi, and Muhammad Tho'in, "Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Koperasi Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 443, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>.

¹⁸ afrian Rachmawati, "Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2020): 1–20, <https://doi.org/10.37058/jes.v5i1.1502>.

¹⁹ Arfiani and Akhmad Yusuf Khoiruddin, "Pengaruh Lokasi, Personal Selling, Dan Sales Promotion Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di

sebelumnya perlu adanya penelitian kembali lagi mengenai pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Selain itu, kepercayaan (*trust*) merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Kepercayaan merupakan konsep yang sangat dijunjung tinggi dalam industri perbankan. Pada hakikatnya, bank berperan sebagai lembaga intermediasi antara nasabah penyimpan dana dengan nasabah yang membutuhkan dana. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan pada situasi dan konteks sosial seseorang. Ketika mengambil keputusan, individu cenderung lebih memilih pilihan yang lebih mereka percayai daripada yang kurang mereka percayai. Lebih jauh lagi, pembentukan kepercayaan merupakan keunggulan atau atribut yang dapat menjadi daya tarik bagi nasabah terhadap suatu bank. Reputasi perbankan syariah sangat penting dalam konteks kepercayaan, karena label syariah menimbulkan sikap percaya terhadap profesi perbankan sehubungan dengan kegiatan operasional yang dijalankannya.

Hal ini sesuai hasil penelitiannya Mega Usvita bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat. Yang artinya tingkat kepercayaan nasabah untuk memilih menabung di Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat adalah karena bank tersebut sudah lama berdiri dan memiliki profesional tinggi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.²⁰ Sedangkan hasil penelitian Listra Nataly menunjukkan secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.²¹ Serta

BPRS Bangun Drajat Warga,” *Journal of Business Management and Islamic Banking* 1, no. 1 (2022): 1–16, <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-01>.

²⁰ Mega Usvita, “Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat,” *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 9, no. 1 (2021): 47–53, <https://doi.org/10.31846/jae.v9i1.339>.

²¹ Listra Nataly and Allan Yuda Patria Lai Wie, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Pt Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter,” *Jurnal Bina Manajemen* 11, no. 1 (2022): 313–327, <https://doi.org/10.52859/jbm.v11i1.346>.

diperkuat lagi dengan hasil penelitian Rizal Ula dkk bahwa Religiusitas, persepsi bagi hasil, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan dengan kepercayaan sebagai mediasi.²²

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah termasuk literasi keuangan syariah, religiusitas, bagi hasil, dan lokasi. Penelitian-penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi adanya *research gap* pada hasil penelitian tersebut. Peneliti mengindikasikan bahwa faktor kepercayaan (*trust*) dapat memediasi pengaruh faktor literasi keuangan syariah, religiusitas, bagi hasil, dan lokasi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Peran kepercayaan terbentuk dari sikap masyarakat terhadap suatu produk, yang berasal dari kepercayaan masyarakat terhadap produk tersebut. Jika daya beli seseorang terbatas, maka kepercayaan mereka terhadap suatu produk juga terbatas. Oleh karena itu, bank syariah di Grobogan harus mempertimbangkan tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat setempat.

Penelitian ini mengembangkan model *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat seseorang. *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah model kesatuan yang terdiri dari empat prediktor perilaku, yaitu sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan niat untuk bertindak. Prediktor dapat secara langsung mempengaruhi perilaku, namun, dalam situasi tertentu, atau lingkungan tertentu, atau dengan adanya hambatan pribadi, faktor niat saja mungkin tidak cukup untuk memprediksi perilaku. Dengan demikian, TPB bukanlah model yang paten, melainkan model perilaku yang fleksibel yang dapat dikembangkan atau diperluas dengan menambahkan lebih banyak prediktor yang dapat menjelaskan varians yang signifikan dari niat (*intention*).²³

²² Rizal Ula Ananta Fauzi, Afriansyah Saputra, and Isabelaindah Puspita Ningrum, "The Effect of Religiosity, Profit and Loss Sharing, and Promotion on Consumer Intention to Financing in Islamic Bank toward *Trust* as an Intervening Variable," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 274, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4136>.

²³ Achmad Nur Alfianto and Anton Nugroho, "The Impact of Islamic Finance Knowledge and Religiosity on Gold Investment Behavior: An Extended of

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan dan dengan adanya hasil penelitian terdahulu yang memiliki *research gap* sehingga peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Bagi Hasil, Religiusitas, Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening”. Sebagai pembeda dari penelitian terdahulu dan masih sedikit yang membahasnya, maka dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel *trust* sebagai variabel intervening. *Trust* diduga dapat mempengaruhi hubungan tidak langsung antara literasi keuangan syariah, bagi hasil, religiusitas, lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ?
2. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ?
5. Apakah *trust* berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ?
6. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening ?
7. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening ?
8. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening ?

The Theory of Planned Behavior,” *Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economics, ICBAE, 2020*, <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301010>.

9. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening ?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
2. Untuk menguji pengaruh bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
4. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
5. Untuk menguji pengaruh *trust* terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
6. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening.
7. Untuk menguji pengaruh bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening.
8. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening.
9. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai kajian ilmu ekonomi syariah pada bidang perbankan syariah.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

- a. Dengan adanya penelitian ini, dapat membantu pemerintah daerah untuk menentukan kebijakan

- terkait penggunaan jasa perbankan syariah oleh masyarakat.
- b. Bagi pimpinan bank dan pemangku kepentingan syariah bisa menjadi informasi terkait dengan tingkat tinggi rendahnya masyarakat memilih perbankan syariah untuk aktivitas keuangannya. Serta dapat ikut andil dalam mengembangkan literasi dan inklusi keuangan syariah setempat.
 - c. Bagi masyarakat, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan untuk menggunakan jasa perbankan syariah yang sesuai dengan tuntunan syariat Islam.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis secara umum didefinisikan sebagai jawaban sementara (dugaan) terhadap masalah yang diangkat oleh suatu penelitian. Hipotesis hanya dirumuskan dalam penelitian inferensial, yaitu jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji. Pengujian hipotesis selalu dilakukan melalui teknik analisis statistik inferensial, sedangkan penelitian deskriptif tidak secara eksplisit memerlukan perumusan hipotesis. Adapun hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

Literasi keuangan syariah adalah wawasan, informasi dan pengetahuan yang dimiliki seseorang mengenai ekonomi, keuangan dan perbankan syariah serta dapat membedakan antara sistem keuangan syariah dengan sistem keuangan konvensional dan mampu mengambil keputusan terbaik untuk mengelola keuangan berdasarkan literasi yang dimilikinya.²⁴ Masyarakat yang mempunyai literasi keuangan syariah yang baik akan lebih memilih bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional, hal ini sesuai dengan hasil penelitian Resti dan Radia bahwa tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap

²⁴ Sugiarti, "Literasi Keuangan Syariah Generasi Z Dan Minatnya Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Siswa SMK Di Jakarta)."

minat menabung di bank syariah.²⁵ Serta diperkuat lagi hasil dari penelitiannya Khoirun dkk bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.²⁶ Berbeda lagi dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Albaity dan Rahman bahwa literasi keuangan syariah berkorelasi negatif dengan niat untuk menggunakan perbankan syariah.²⁷ Maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti sebagai berikut:

- H0 : Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah
 H1 : Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

2. Bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

Dalam menerapkan sistem bagi hasil di bank syariah ini digunakan nisbah bagi hasil. Nisbah bagi hasil adalah aspek yang tidak kalah penting dalam penentuan bagi hasil di bank syariah. Hal ini dikarenakan aspek nisbah bagi hasil menjadi bagian yang disetujui bersama antara dua pihak yang bertransaksi. Dalam menetapkan nisbah bagi hasil, perlu mempertimbangkan aspek-aspek seperti: data usaha, kemampuan mengangsur, hasil usaha, nisbah pembiayaan dan distribusi bagi hasil. Setiap pihak yang bekerja sama dalam sistem bagi hasil akan berbagi dalam kerugian dan keuntungan. Hal ini menunjukkan

²⁵ Resti Fadhilah Nurrohmah and Radia Purbayati, “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)* 3, no. 2 (2020): 140–153, <https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>.

²⁶ Khoirun Nisa Az-Zahra, Isni Andriana, and Kemas M. Husni Thamrin, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Fe Universitas Sriwijaya),” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 4 (2022): 1801–9, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1995>.

²⁷ Mohamed Albaity and Mahfuzur Rahman, “The Intention to Use Islamic Banking: An Exploratory Study to Measure Islamic Financial Literacy,” *International Journal of Emerging Markets* 14, no. 5 (2019): 988–1012, <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>.

adanya keseimbangan dalam pembagian pendapatan.²⁸ Bagi hasil juga dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung di bank syariah, hal ini sesuai dengan hasil penelitian Isnaeni dan Ratieh bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.²⁹ Berbeda dengan hasil penelitian Sulistywoti dkk bahwa variabel sistem bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank syariah di Bekasi.³⁰ Maka dari itu, hipotesis yang di ajukan peneliti sebagai berikut:

H0 : Bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

H2 : Bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

3. Religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

Religiusitas berperan dalam pola pikir dan tindakan seseorang dalam memilih suatu produk. Kajian literatur ekonomi Islam menyatakan bahwa konsumen dengan pengaruh religiusitas lebih memilih berbelanja produk halal dan hemat. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berperan dalam pengendalian perilaku manusia dan menjadi salah satu faktor sosial dalam pola konsumsi. Dalam hal ini, religiusitas yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah. Selaras dengan hasil penelitian Nasution bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap

²⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002).

²⁹ Pamilih Isnaeni and Widhiastuti Ratieh, "Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi," *Economic Education Analysis Journal* 2, no. 1 (2020): 18–23, <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.39452>.

³⁰ Ari Sulistyowati, Choirel Woestho, and Adi Wibowo Noor Fikri, "The Effect of Profit Sharing System, Religiosity and Ease of Using Digital Banking on Interest in Using Islamic Banks in Bekasi," *East Asian Journal of Multidisciplinary Research* 1, no. 11 (2022): 2481–90, <https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i11.2175>.

minat menabung.³¹ Berbeda lagi dengan hasil penelitian Musyafa dan Iqbal bahwa religiusitas tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.³² Jadi hipotesisnya adalah:

H0 : Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

H3 : Religiusitas berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

4. Lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

Lokasi adalah tempat di mana perusahaan perlu mempunyai kantor pusat guna melakukan kegiatannya. Pemilihan lokasi memiliki manfaat strategis karena memudahkan pencapaian target perusahaan. Pemilihan lokasi penting untuk diperhatikan karena dapat mempengaruhi kelancaran bisnis. Penentuan lokasi juga dapat menjadi faktor para calon nasabah dalam memilih bank syariah, hal ini sesuai dengan penelitiannya Hasibuan dan Nurbaiti bahwa variabel lokasi dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah secara signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.³³ Sedangkan hasil penelitian Febriandika bahwa tingkat bagi hasil, media promosi, lokasi, fasilitas pelayanan tidak mempengaruhi keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan bank syariah.³⁴ Maka hipotesis dari peneliti ini yaitu:

H0 : Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

³¹ Muhammad Azhar Nasution, "The Effect of Religiosity on Interest in Saving in Islamic," *JOURNAL OF PROCEEDINGS* 3, no. April (2023): 212–20.

³² Muhammad Iqbal Hilmi Musyaffa, "Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Perbanas Journal Of Islamic Economics & Business* 2, no. 2 (2022): 167–77.

³³ Hasibuan and Nurbaiti, "Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syari'Ah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa)."

³⁴ Nur Rizqi Febriandika, "Do Profit-Sharing Rate, Promotion Media, Location, And Service Facilities Affect Muslim Decisions To Use Islamic Banks?," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 10, no. 2 (2021): 185–99, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i2.414>.

H4 : Lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

5. *Trust* terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

Premis dasar dari operasi perbankan adalah pembentukan kepercayaan, baik dalam mobilisasi modal maupun alokasi modal selanjutnya. Individu akan terus mempertahankan aset keuangan mereka pada institusi tertentu jika mereka merasakan tingkat kepercayaan yang tinggi pada institusi tersebut. Dalam konteks ini, pembentukan kepercayaan merupakan proses dua arah, yang melibatkan deposan dan bank. Kepercayaan ini, pada gilirannya, meluas ke debitur. Pentingnya kepercayaan ini ada dua: pertama, kepercayaan ini bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penyimpanan, pengalokasian dan penyaluran dana. Kedua, kepercayaan ini berfungsi untuk memperkuat stabilitas sistem perbankan secara keseluruhan.³⁵ Kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah akan mempengaruhi minat menjadi nasabah dari bank tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian Nurrohmah dan Purbayati bahwa variabel kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Serta diperkuat lagi dengan hasil penelitian Rizal Ula dkk bahwa Religiusitas, persepsi bagi hasil, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan dengan kepercayaan sebagai mediasi.³⁶ Maka hipotesis yang diajukan peneliti adalah:

H0 : *Trust* tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

H5 : *Trust* berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

³⁵ Dianing Ratna Wijayani, "Kepercayaan Masyarakat Menabung Pada Bank Umum Syariah," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 1 (2017): 1, <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v8i1.1-17>.

³⁶ Fauzi, Saputra, and Ningrum, "The Effect of Religiosity, Profit and Loss Sharing, and Promotion on Consumer Intention to Financing in Islamic Bank toward *Trust* as an Intervening Variable."

6. Literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening

Menurut hasil penelitian Ahmad Munajin bahwa kemampuan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan pada produk bank syariah.³⁷ Sedangkan hasil penelitian Rozi dan Bambang bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap *trust* (kepercayaan). Sehingga literasi keuangan perlu dimediasi oleh *trust* dalam pemilihan perbankan syariah.³⁸ Sehingga hipotesis yang diajukan peneliti adalah:

H0 : Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening

H6 : Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening

7. Bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening

Menurut hasil penelitian Rizal Ula dkk bahwa bagi hasil (*profit and loss sharing*) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.³⁹ Serta pada penelitiannya yang lain bahwa persepsi bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan dengan kepercayaan sebagai mediasi.⁴⁰ Sehingga hipotesis dari peneliti sebagai berikut:

³⁷ Ahman Munajin, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan Pada Produk Perbankan Syariah," *Syntax Idea* 2, no. 1 (2020): 1–10.

³⁸ R F Setyaningsih and B A Pramuka, "Faktor Penentu Pemilihan Bank Syariah Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi," *Students Conference On Accounting & Business* 1, no. 1 (2022): 193–203, <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/scoab/article/view/3131%0Ahttp://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/scoab/article/download/3131/2106>.

³⁹ Rizal Ula Ananta Fauzi et al., "The Effect of Religiosity, Profit Los And Sharing on Consumer *Trust* and Intention to Financing in Islamic Bank," *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2022): 21, <https://doi.org/10.31332/lifalah.v6i2.3211>.

⁴⁰ Fauzi, Saputra, and Ningrum, "The Effect of Religiosity, Profit and Loss Sharing, and Promotion on Consumer Intention to Financing in Islamic Bank toward *Trust* as an Intervening Variable."

- H0 : Bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan trust sebagai variabel intervening
- H7 : Bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening

8. Religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening

Menurut hasil penelitian Wijaya dkk bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, sehingga semakin tinggi nilai religiusitas suatu bank syariah, maka akan semakin menumbuhkan kepercayaan nasabah.⁴¹ Serta di perkuat lagi dengan penelitian Jasin dkk bahwa kepercayaan dapat memediasi secara positif pengaruh religiusitas terhadap *purchase intention*.⁴² Sehingga hipotesis yang diajukan peneliti sebagai berikut:

- H0 : Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan trust sebagai variabel intervening
- H8 : Religiusitas berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening

9. Lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening

Dalam penelitian Novi Oktaviani bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.⁴³ Diperkuat lagi dengan hasil penelitian Fauziah dkk bahwa pengaruh promosi, kualitas

⁴¹ Wijayani, "Kepercayaan Masyarakat Menabung Pada Bank Umum Syariah."

⁴² Hanifah Jasin et al., "Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank Dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention?," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 22, no. 1 (2021): 86–102, <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5630>.

⁴³ Novi Otaviani, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Blotongan Kota Salatiga)" (IAIN Salatiga, 2018).

pelayanan, lokasi dan citra merek signifikan terhadap keputusan nasabah menabung melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada bank tabungan negara di kota padang.⁴⁴ Maka dari itu, peneliti mengajukan hipotesis dibawah ini:

H0 : Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan trust sebagai variabel intervening

H9 : Lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan berfokus pada individu yang beragama Islam dan telah menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Grobogan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi alasan di balik minat mereka dalam menggunakan perbankan syariah. Selanjutnya, penelitian ini membatasi variabel independen hanya pada variabel yang berkaitan dengan literasi keuangan syariah, bagi hasil, religiusitas, dan lokasi. Selanjutnya, variabel intervening berupa variabel kepercayaan (*trust*) akan ditambahkan. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat bantu SmartPLS 3 untuk pengolahan data penelitian.

G. Penelitian Terdahulu dan Originalitas Penelitian

Penelitian terdahulu merupakan sumber-sumber terdahulu atau referensi dasar dari sebuah penelitian yang di lakukan oleh peneliti sebelumnya dan bermanfaat untuk peneliti selanjutnya dalam memperluas dan memperdalam teori yang akan dipakai dalam kajian penelitian berikutnya. Penelitian terdahulu ini juga berfungsi sebagai pembeda dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti berikutnya. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi pijakan dibuat nya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

⁴⁴ Savira Fauziah, Dina Amaluis, and Jimi Ronald, "The Effect of Promotion, Quality of Service, Location and Brand Image on Customers' Decision to Save in The State Savings Bank in The City of Padang," *Journal of Entrepreneurship and Business* 1, no. 1 (2023): 25–34.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Annisa Namira, dkk The Influence Of Sharia Financial Literacy And Trust In Customer Decisions With Religiosity As A Moderating Variable In Online Loan Applications In South Jakarta. ⁴⁵	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari masing-masing variabel (literasi keuangan syariah dan kepercayaan)	Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini. Analisis data menggunakan metode regresi berganda dan data diolah menggunakan Smart PLS 3.0	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan, variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan, dan variabel Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap variabel Religiusitas sebagai variabel pemoderasi keputusan.
2	Achmad Zainul Rozikin, dkk Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank. ⁴⁶	Tulisan ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara literasi keuangan syariah, dan promosi, dan	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan analisis data menggunakan model regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, promosi, dan citra merek berpengaruh terhadap niat menabung di bank

⁴⁵ Fauzi Arif Lubis Annisa Namira, Nurlaila, “The Influence Of Sharia Financial Literacy And *Trust* In Customer Decisions With Religiosity As A Moderating Variable In Online Loan Applications In South Jakarta,” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)* 6, no. 2 (2023): 822–47.

⁴⁶ Achmad Zainul Rozikin and Irmadatus Sholekhah, “Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank,” *Iqtishadia* 13, no. 1 (2020): 95–104, <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i1.6489>.

No	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		citra merek dengan niat menabung di bank syariah.	dengan aplikasi SPSS 21.	syariah.
3.	Dhepril Puradi Rachmatulloh, dkk Antecedents of Saving Decision at Sharia Banks: Islamic Financial Literacy, Religiosity and Service Quality (Studies on Millennial Generation). ⁴⁷	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku generasi milenial Indonesia dengan variabel literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung di bank syariah.	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner online kepada responden yang memenuhi syarat sebagai generasi milenial atau tahun kelahirannya dari tahun 1980 hingga 1999. Sampel yang digunakan adalah 170 responden dari generasi milenial Indonesia. Analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Sedangkan variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan generasi milenial untuk menabung di bank syariah telah menunjukkan sikap rasional mereka dalam meningkatkan literasi keuangan dan memilih kualitas layanan yang baik. Sementara itu, tingkat religiusitas

⁴⁷ Dhepril Puradi Rachmatulloh and Nihayatu Aslamatis Solekah, "Antecedents of Saving Decision at Sharia Banks: Islamic Financial Literacy, Religiosity and Service Quality (Studies on Millennial Generation)," *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2021): 97–111, <https://doi.org/10.21093/at.v6i2.2669>.

No	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				mereka yang tinggi tidak serta merta mempengaruhi keputusan mereka untuk menabung di Bank Syariah.
4	Siti Khoiriah Hasibuan & Nurbaiti , Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syari'ah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa). ⁴⁸	Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh tingkat kepercayaan, literasi keuangan syariah dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah yang dimoderasi dengan religiusitas.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan uji MRA yang digunakan untuk menginteraksi variabel independen dengan variabel moderasi yang digunakan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas, untuk variabel literasi keuangan syariah tidak dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah, variabel lokasi dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah secara signifikan. Religiusitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat tingkat kepercayaan dan lokasi dalam memberikan pengaruhnya terhadap minat menjadi nasabah

⁴⁸ Hasibuan and Nurbaiti, "Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syari'Ah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa)."

No	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas.
5	Ahmad Dofir, Moh. Amin, Junaidi, Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bantaran Kabupaten Probolinggo). ⁴⁹	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemahaman bagi hasil dan kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data menggunakan SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Bantaran Kabupaten Probolinggo dengan sampel 100 responden yang diambil dari masyarakat yang mengetahui tentang bagi hasil. Teknis analisis data menggunakan regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman bagi hasil dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Temuan dari penelitian ini memberikan referensi bagi bank syariah, bahwa pemahaman bagi hasil dan kepercayaan masyarakat mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah, oleh karena itu bank syariah harus terus melakukan sosialisasi dan menjaga kepercayaan masyarakat.
6	Gicella Fanny Andriani, Halmawati, Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan,	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah bagi hasil, kelompok	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah bagi hasil, kelompok	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil dan kelompok referensi tidak berpengaruh

⁴⁹ ahmad Dofir, Moh. Amin, “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bantaran Kabupaten Probolinggo).”

No	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. ⁵⁰	referensi, kepercayaan dan budaya berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah baik secara parsial maupun simultan	referensi, kepercayaan dan budaya berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah baik secara parsial maupun simultan	terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap bank, maka semakin tinggi pula nasabah akan menginvestasikan dananya di bank tersebut. Selain itu budaya berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, semakin kuat budaya seseorang maka minat menjadi nasabah bank syariah akan meningkat.
7	Arfiani, Akhmad Yusuf Khoiruddin. Pengaruh Lokasi, Personal Selling, dan Sales Promotion Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, personal selling, dan promosi penjualan terhadap minat masyarakat menjadi	Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan 110 sampel masyarakat di sekitar kantor pusat BPRS	Berdasarkan hasil penelitian bahwa uji t lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan karena t hitung < t tabel yaitu -0,532 < 1,982. Pada personal selling berdasarkan uji t bahwa personal

⁵⁰ Andriani and Halmawati, “Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah.”

No	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	BPRS Bangun Drajat Warga. ⁵¹	nasabah pada BPRS Bangun Drajat Warga	Bangun Drajat Warga yang berdomisili dalam radius 2 km dari kantor pusat BPRS Bangun Drajat Warga, dengan menggunakan teknik purposive sampling.	selling berpengaruh positif dan signifikan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,000 > 1,982$ dan promosi penjualan berdasarkan uji t berpengaruh positif dan signifikan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3.361 > 1.982$
8	Rizal Ula Ananta Fauzi, Arman Hj. Ahmad, Zaki Bahrun Ni'am, Izian Idris, Isabela Indah Puspita Ningrum. The Effect of Religiosity, Profit Los And Sharing on Consumer <i>Trust</i> and Intention to Financing in Islamic Bank. ⁵²	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh religiusitas dan bagi hasil pada mediasi kepercayaan terhadap niat konsumen.	Penelitian ini menggunakan analisis SPSS dan uji Sobel untuk melihat peran mediasi. Sampel diambil sebanyak 384 responden dari komunitas muslim.	Hasil analisis diperoleh bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan niat konsumen. Bagi hasil dan kerugian secara signifikan berdampak pada kepercayaan dan tidak mempengaruhi niat konsumen. Kepercayaan dapat memberikan peran mediasi yang signifikan.
9	Mohamed Albaity and Mahfuzur Rahman. The intention to use Islamic banking: an exploratory	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung	Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan	Temuan menunjukkan bahwa IFL, kesadaran, reputasi dan sikap terhadap perbankan syariah

⁵¹ Arfiani and Khoiruddin, “Pengaruh Lokasi, Personal Selling, Dan Sales Promotion Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di BPRS Bangun Drajat Warga.”

⁵² Fauzi et al., “The Effect of Religiosity, Profit Los And Sharing on Consumer *Trust* and Intention to Financing in Islamic Bank.”

No	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	study to measure Islamic financial literacy. ⁵³	dari literasi keuangan syariah (IFL), kesadaran, biaya dan manfaat, reputasi, dan sikap terhadap bank syariah terhadap niat nasabah potensial untuk menggunakan bank syariah	<i>(judgemental sampling)</i> , kuesioner didistribusikan kepada individu-individu yang bekerja dan tidak memiliki rekening di bank-bank syariah. Sebanyak 350 kuesioner yang lengkap dan dapat digunakan diterima dan digunakan untuk analisis lebih lanjut. Perangkat lunak SmartPLS 3.0 digunakan untuk menganalisis data.	secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan perbankan syariah, sementara biaya dan manfaat tampaknya tidak. Menariknya, IFL berkorelasi negatif dengan niat untuk menggunakan perbankan syariah, tetapi ketika sikap terhadap perbankan syariah memediasi hubungan antara IFL dan niat untuk menggunakan perbankan syariah, hubungan tersebut menjadi positif.
10	Juma Bananuka, Twaha Kigongo Kaawaase Makerere, Musa Kasera and Irene Nalukenge. Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing	Makalah ini bertujuan untuk menyelidiki kontribusi sikap, norma subyektif, dan religiusitas terhadap niat untuk mengadopsi perbankan syariah di negara berkembang	Penelitian ini menggunakan desain penelitian cross-sectional dan korelasional. Kuesioner yang digunakan diterima dari 258 manajer usaha mikro mereka sendiri.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan religiusitas merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap niat untuk mengadopsi perbankan syariah, tidak seperti norma subyektif yang kekuatan prediktifnya

⁵³ Albaity and Rahman, “The Intention to Use Islamic Banking: An Exploratory Study to Measure Islamic Financial Literacy.”

No	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	country The case of Uganda. ⁵⁴	seperti Uganda, yang merupakan negara sekuler yang sedang berada pada tahap awal mengadopsi perbankan syariah.	Analisis regresi hirarkis digunakan untuk menguji hipotesis.	disatukan dalam sikap. Dengan tidak adanya sikap, norma subyektif merupakan faktor penentu yang signifikan dari niat untuk mengadopsi perbankan syariah. Secara keseluruhan, sikap, norma subyektif dan religiusitas menjelaskan 44 persen dari varians dalam niat untuk mengadopsi perbankan syariah di Uganda.
11	Peni Nugraheni and Faizah Novi Widyani. A study of intention to save in Islamic banks: the perspective of Muslim students. ⁵⁵	Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa muslim untuk menabung di bank syariah. Variabel independen dalam penelitian ini adalah rekomendasi orang tua,	Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Muslim di Indonesia dan dibagi menjadi dua kelompok sebagai berikut: kelompok pertama memiliki latar belakang pendidikan ekonomi Islam yang diperoleh	Untuk kelompok pertama, penelitian ini menemukan bahwa bagi hasil, religiusitas, pengetahuan dan pengungkapan informasi keuangan mempengaruhi niat mahasiswa muslim untuk menabung di bank syariah. Hasil untuk kelompok

⁵⁴ Juma Bananuka et al., “Determinants of the Intention to Adopt Islamic Banking in a Non-Islamic Developing Country: The Case of Uganda,” *ISRA International Journal of Islamic Finance* 11, no. 2 (2019): 166–86, <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>.

⁵⁵ Peni Nugraheni and Faizah Novi Widyani, “A Study of Intention to Save in Islamic Banks: The Perspective of Muslim Students,” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 8 (2021): 1446–60, <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0233>.

No	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		lokasi, bagi hasil, religiusitas, pengetahuan dan pengungkapan informasi keuangan.	di universitas Islam, sedangkan kelompok kedua adalah mahasiswa yang belajar di universitas umum sehingga tidak memiliki latar belakang tersebut. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dan menganalisis data ini dengan menggunakan model regresi linier berganda.	kedua menunjukkan bahwa rekomendasi orang tua, bagi hasil dan religiusitas mempengaruhi niat mahasiswa muslim tanpa latar belakang ekonomi Islam untuk menabung di bank syariah.

Penelitian ini terinspirasi oleh penelitiannya Rizal Ula dkk, kemudian peneliti menambahkan variabel bebas berupa variabel literasi keuangan syariah dari penelitiannya Achmad Zainul Rozikin dkk dan variabel lokasi dari Hasibuan & Nurbaiti. Kedua penelitian sebelumnya uji datanya menggunakan alat bantu SPSS dan studi kasusnya pada lingkup kecamatan. Sebagaimana hasil penelitian terdahulu bahwa religiusitas dan bagi hasil dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah syariah yang dimediasi dengan variabel *trust*. Kemudian variabel literasi keuangan syariah yang di mediasi dengan variabel *trust* belum tentu berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah. Begitupun variabel lokasi belum tentu berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah yang dimediasi dengan variabel *trust*.

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh literasi keuangan syariah, bagi hasil, religiusitas dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan *trust* sebagai variabel intervening. Peneliti memilih variabel independen

tersebut, karena masih ada *gap research* dengan hasil penelitian sebelumnya. Kebaharuan penelitian ini adalah menggunakan variabel *trust* sebagai variabel intervening antara variabel independen dan dependen. Alasan peneliti menggunakan variabel *trust* (kepercayaan) sebagai intervening, sebab masih jarang diteliti dalam lingkup minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Utamanya pada variabel literasi keuangan syariah dan lokasi yang dimediasi dengan *trust* terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

H. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah pengertian atau batasan atau konstruk yang diberikan oleh peneliti terhadap variabel yang diteliti agar variabel yang semula hanya berupa konsep yang abstrak dan luas menjadi konsep yang operasional dan spesifik sehingga tidak multi tafsir dan pada gilirannya variabel tersebut bisa di ukur.⁵⁶ Pengertian atau batasan yang diberikan oleh peneliti terhadap variabel penelitian hendaknya tidak bertentangan dengan konsep dasar atau konsep umum dari variabel yang bersangkutan. Untuk definisi operasional variabel akan dijabarkan peneliti pada tabel dibawah.

Pengukuran variabel adalah penetapan atau pemberian angka terhadap objek atau fenomena menurut aturan tertentu. Suatu objek mempunyai sifat atau karakteristik tertentu. Alat atau mekanisme yang digunakan untuk pengukuran disebut ukuran atau skala, dalam hal ini adalah untuk memberikan tanda atau ukuran dari variabel yang diteliti, dan dapat membedakan antara variabel-variabel yang sedang di teliti.⁵⁷ Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitin ini adalah skala likert. Skala likert sering kali digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert memungkinkan penjabaran variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Indikator-indikator ini kemudian menjadi dasar untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa

⁵⁶ Bambang Sugeng, *Fundamental Metodologi Peneletian Kuantitatif (Eksplanatif)* (Yogyakarta: Deepublish, 2020). 194

⁵⁷ Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2019). 72-77

pernyataan atau pertanyaan. Tanggapan terhadap setiap item instrumen dinilai pada skala dari sangat positif hingga sangat negatif, dengan skor yang diberikan untuk setiap tingkat, seperti yang diilustrasikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. 2 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sedangkan untuk pedoman kategorisasi rata-rata skor penilaian responden menurut Ferdinand sebagai berikut.⁵⁸

Tabel 1. 3 Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden

Jawaban	Skor
4,21 – 5,00	Sangat tinggi
3,41 – 4,20	Tinggi
2,61 – 3,40	Cukup
1,81 – 2,60	Rendah
1,00 – 1,80	Sangat rendah

Untuk mempermudah dalam memahami definisi operasional dan pengukuran variabel, maka penulis menjabarkannya dalam bentuk tabel sebagaimana dibawah ini

Tabel 1. 4 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Literasi Keuangan Syariah	Literasi keuangan syariah adalah sejauh mana	Indikator literasi keuangan syariah sebagai berikut: ⁵⁹	Likert

⁵⁸ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*, 5th ed. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014). 35

⁵⁹ Fajriah Salim, Suyud Arif, and Abrista Devi, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Islamic Branding , Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah : Studi Pada Mahasiswa

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	seseorang memiliki sebuah seperangkat pengetahuan dan keterampilan untuk memahami pentingnya layanan keuangan Islam itu mempengaruhi sikap mereka tentang niat untuk menggunakan pembiayaan Islam.	a) Pengetahuan b) Kemampuan c) Sikap	
Bagi Hasil	Bagi hasil adalah sistem pengelolaan dana Islam antara pemilik modal (<i>shahibul maal</i>) dengan pengelola/pelaku usaha yang sesuai dengan tuntunan syariah.	Bagi hasil atau nisbah keuntungan dalam akad <i>mudharabah</i> dapat diukur sebagai berikut: ⁶⁰ a) Prosentase b) Bagi untung dan bagi rugi c) Jaminan d) Menentukan besarnya nisbah	Likert
Religiusitas	Religiusitas pada umumnya menjelaskan tentang kognisi (keyakinan dan pengetahuan beragama) yang berpengaruh pada apa yang dilakukan dengan perasaan emosional mengenai agama	Menurut El-Menouar and Stiftung, Religiusitas dapat diukur dengan: ⁶¹ a) <i>Belief</i> (keyakinan) b) <i>Experience</i> (pengalaman) c) <i>Consequences</i> (konsekuensi) d) <i>Knowledge</i> (pengetahuan) e) <i>Ritual</i> (ritual)	Likert

FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018,” *Jurnal Kajian EKonomi Dan Islam* 5, no. 2 (2022): 226–44.

⁶⁰ Fauzi, Saputra, and Ningrum, “The Effect of Religiosity, Profit and Loss Sharing, and Promotion on Consumer Intention to Financing in Islamic Bank toward *Trust* as an Intervening Variable.”

⁶¹ Yasemin El-Menouar, “The Five Dimensions of Muslim Religiosity . Results of an Empirical Study,” *Method, Data, Analyses* 8, no. 1 (2014): 53–78, <https://doi.org/10.12758/mda.2014.003>.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	atau perilaku.	f) <i>Devotion</i> (ketaatan)	
Lokasi	Lokasi merupakan sebuah tempat dimana perusahaan melakukan aktifitasnya dan konsumennya dapat memanfaatkan produk dan jasa dengan mudah	Adapun indikator lokasi sebagai berikut: ⁶² a) Akses b) Visibilitas c) Lalu lintas (<i>traffic</i>) d) Tempat parkir e) Lingkungan	Likert
<i>Trust</i>	<i>Trust</i> merupakan kesediaan konsumen untuk mempercayakan resiko atas suatu tindakan pihak lain yang diyakini dapat menjalankan tindakan yang penting untuk pihak yang mempercayainya	Menurut Wiedenfels dan Zaheer dalam Rizal Ula dkk bahwa indikator <i>trust</i> sebagai berikut: ⁶³ a) <i>Integrity</i> (Integritas) b) <i>Benevolence</i> (Kebaikan) c) <i>Competence</i> (Kompetensi)	Likert
Minat Menjadi Nasabah	Minat adalah suatu rasa keinginan atau ketertarikan yang muncul dari dalam diri seseorang untuk mendapatkan atau memiliki suatu produk tanpa adanya paksaan dari siapapun	Minat dapat diidentifikasi melalui berbagai indikator sebagai berikut: ⁶⁴ a) Minat transaksional b) Minat referensial c) Minat prefensial d) Minat eksploratif	Likert

⁶² Muhammad Fajar Fahrudin and Emma Yulianti, "Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya," *Journal of Business & Banking* 5, no. 1 (2015): 149, <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.478>.

⁶³ Fauzi et al., "The Effect of Religiosity, Profit Los And Sharing on Consumer *Trust* and Intention to Financing in Islamic Bank."

⁶⁴ Yuliana Siti Chotifah, "Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Program Office Channeling," *Journal of Finance and Islamic Banking* 1, no. 1 (2018): 65–75, <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>.

I. Sistematika Penelitian

Supaya penelitian ini bisa di pahami dengan jelas dan rapi maka perlu adanya sistematika penulisan yang bertujuan untuk menata penulisan penelitian ini agar lebih sistematis dan mempermudah pembaca dalam membaca penelitian ini. Untuk sistematika penulisan penelitian tesis ini yakni:

1. Bagian Awal

Bagian awal tesis terdiri dari halaman sampul luar dan dalam, lembar persetujuan pembimbing, lembar pengesahan majelis penguji munaqosah, surat pernyataan keaslian skripsi, abstrak dalam bahasa Indonesia, abstrak dalam bahasa Inggris, abstrak dalam bahasa Arab, motto, persembahan, pedoman transliterasi Arab-Latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Inti

BAB I: Pendahuluan

Pada bab I terdiri dari beberapa sub bab yaitu: *Pertama*, latar belakang penelitian yang berisikan *gap* (celah atau perbedaan) antara teori yang ada dengan fenomena yang ada di lapangan dan mengapa topik penelitian layak untuk diteliti serta disebutkan beberapa literatur review terdahulu sebagai bahan atau pijakan dalam melaksanakan penelitian ini. *Kedua*, rumusan masalah berisikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan topik ini. *Ketiga*, tujuan penelitian berisikan dengan maksud dari adanya penelitian ini dan jumlah tujuan penelitian harus sama dengan jumlah rumusan masalahnya. *Keempat*, manfaat penelitian berisikan kegunaan dari selesainya pelaksanaan penelitian ini, manfaat penelitian ada dua macam yaitu manfaat teoritis maupun manfaat praktis. *Kelima*, hipotesis penelitian yang bisa diartikan dugaan sementara dari masalah suatu penelitian. *Keenam*, ruang lingkup penelitian berisi batasan masalah yang digunakan dalam penelitian, *ketujuh*, penelitian terdahulu dan originalitas penelitian berisikan keaslian penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta membedakan dengan penelitian sebelumnya. *Kedelapan*, definisi operasional berisi penjelasan konsep

variabel penelitian. *Kesembilan*, sistematika atau tata cara penulisan penelitian ini.

BAB II: Landasan Teori

Dalam bab II, penulis memaparkan beberapa subbab dalam kerangka teori ini, yaitu *pertama*, kajian teori terkait judul: yang berisikan teori-teori yang ada hubungannya dengan judul penelitian ini. *Kedua*, kerangka berfikir: berisi tentang alur penulis dalam melakukan penelitian yang disajikan dalam bentuk bagan atau tabel.

BAB III: Metode Penelitian

Di dalam bab III memaparkan tentang metode yang digunakan penulis dalam melaksanakan penelitiannya. Adapun metode penelitian disajikan sebagai berikut: a.) jenis dan pendekatan yang digunakan peneliti dalam melaksanakan penelitian, b.) variabel penelitian, c.) populasi dan sampel, d.) teknik pengumpulan data pada penelitian, e.) uji instrumen penelitian, f.) teknik analisis data. Dalam bab ini juga penulis menjelaskan lebih rinci dari subbab menjadi anak subbab agar pembaca lebih bisa memahaminya dengan jelas.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab IV ini, fokus utama yang akan dibahas adalah gambaran umum objek penelitian atau tempat yang akan diteliti, deskripsi data penelitian, dan analisis data serta pembahasan penelitian. *Pertama*, Gambaran umum objek penelitian atau tempat yang akan diteliti dipaparkan pada bagian pertama bab IV. Bagian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum yang komprehensif tentang lokasi penelitian, yang penting bagi peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang jelas tentang konteks di mana data dikumpulkan. *Kedua*, Deskripsi variabel penelitian disajikan pada bagian kedua bab IV. Bagian ini mencakup distribusi frekuensi aspek demografis responden dan distribusi masing-masing variabel yang di uji. *Ketiga*, Hasil penelitian berisikan tentang pengujian hipotesis yang sebelumnya disajikan model pengukuran, model struktural dan evaluasi model. *Keempat*, Pembahasan yang berisikan jawaban dari rumusan

masalah yang diajukan peneliti dan di kaitkan dengan hasil penelitian terdahulu serta dikaitkan dengan grand teorynya.

BAB V: Penutup

Dalam BAB V ini mencakup simpulan setelah pelaksanaan penelitian selesai dan sekaligus merangkum dari hasil pembahasan dari BAB IV. Dibagian bab ini juga terdapat saran-saran bagi pembaca dan tempat dilakukan penelitian ini.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup peneliti.

