

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Kabupaten Grobogan

Berdasarkan sejarahnya, Kabupaten Grobogan sudah ada sejak zaman kerajaan Mataram Hindu, ketika ibu kotanya di Medhang Kamulan, Sumedang Purwocarito, atau Purwodadi. Setelah itu, pusat kerajaan disebut Medang i Bhumi Mataram, Medang i Watu, Medang i Poh Pitu, atau Medang ri Mamratipura, dan pindah ke sekitar kota Prambanan. Daerah Grobogan merupakan bagian penting dari kerajaan Medang dan Kahuripan. Sejak zaman Mojopahit, Demak, dan Pajang, wilayah Grobogan telah dikaitkan dengan cerita rakyat seperti Ki Ageng Sela, Ki Ageng Tarub, Bondan Kejawan, dan Aji Saka. Daerah Grobogan termasuk Daerah Monconegoro selama kerajaan Mataram Islam, dan itu adalah wilayah koordinatif Adipati Surodiningrat, bupati Nayoko Ponorogo. Daerah Grobogan adalah pusat kekuatan Pangeran Prangwadana (RM Said) dan Pangeran Mangkubumi selama Perang Prangwadanan dan Perang Mangkubumen.¹

Sebuah legenda yang tersebar di daerah Grobogan mengatakan bahwa pasukan Demak yang dipimpin oleh Sunan Ngudung dan Sunan Kudus menyerbu pusat kerajaan Mojopahit dan menang dengan mudah. Kerajaan Mojopahit harus runtuh. Sunan Ngudung menemukan banyak pusaka Mojopahit yang tidak digunakan saat memasuki Istana. Dikumpulkan dan dimasukkan ke dalam sebuah grobog, barang-barang itu dibawa ke Demak sebagai barang boyongan. Di atas dijelaskan bahwa grobog adalah sebuah kotak persegi panjang yang digunakan untuk menyimpan uang atau barang yang dibuat dari kayu. Terkadang berbentuk bulat, sehingga mudah dibawa dan dapat diselamatkan dengan cepat ketika ada ancaman, seperti kebakaran. Namun, "grobog"

¹ AdminGro1, "Sejarah Kabupaten Grobogan," Pemerintah Kabupaten Grobogan, 2011, <https://grobogan.go.id/profil/sejarah/grobogan-di-awal-sejarah>.

juga dapat berarti kandang berbentuk kotak yang digunakan untuk mengangkut hewan buas, seperti harimau, yang telah ditangkap dari perburuan. Anda juga dapat menggunakan grobog sebagai alat untuk menangkap harimau. Banyak orang menyebut grobog ini "bekungkung" atau "grobog" (bila kecil: jekrekan untuk menangkap tikus). Kemudian, ketika mereka kembali ke Demak, benda-benda pusaka yang disimpan dalam grobog dibawa sebagai barang boyongan. Grobog tersebut harus ditinggal saat pulang ke Demak. Sepertinya Sunan Ngudung dan Sunan Kudus sangat terkejut dengan kejadian itu, sehingga tempat di mana grobog itu tertinggal diberi nama Grobogan untuk mengingat tempat itu.

2. Kondisi Geografis Kabupaten Grobogan

Salah satu kabupaten di Jawa Tengah adalah Grobogan. Kabupaten ini berlokasi di Purwodadi, tepatnya di Kelurahan Purwodadi Kecamatan Purwodadi. Geografis, Kabupaten Grobogan terletak di antara 110o15' BT hingga 111o25' BT dan 7o LS hingga 7o30' LS. Daerah tengahnya terdiri dari pegunungan kapur, perbukitan, dan dataran. Area Kabupaten Grobogan dikelilingi oleh dua pegunungan Kendeng yang membujur dari barat ke timur. Batas-batasnya: di sebelah barat terdapat Kabupaten Semarang dan Demak, di sebelah utara terdapat Kabupaten Kudus, Pati, dan Blora, di sebelah timur terdapat Kabupaten Blora. Di sebelah selatan terdapat Kabupaten Ngawi, Sragen, Boyolali, dan Semarang.

Sebagai hasil dari Evaluasi Penggunaan Tanah (EPT) yang dilakukan pada tahun 1983, Kabupaten Grobogan memiliki luas 1.975,86 kilometer, menjadikannya kabupaten terluas kedua di Jawa Tengah setelah Kabupaten Cilacap. Kabupaten Grobogan terdiri dari 273 desa dan 7 kelurahan di 19 kecamatan, dengan ibu kota di Purwodadi. Jarak dari utara ke selatan adalah \pm 37 km dan jarak dari barat ke timur adalah \pm 83 km.

Kecamatan Geyer memiliki luas 196,19 km² (9,9%), dan Kecamatan Klambu memiliki luas 46,56 km² (2,2%).²

3. Bank Syariah di Grobogan

Perbankan sangat penting untuk memberikan akses kepada masyarakat terhadap uang dan mendukung ekonomi lokal. Bersama dengan sejumlah bank nasional, saat ini terdapat tiga bank daerah yang mengoperasikan beberapa kantor cabang pembantu dan mendukung kegiatan ekonomi daerah. Diantara tiga bank daerah tersebut adalah Bank Jateng, BPR BKK Purwodadi, dan BPR Purwa Artha. Sedangkan untuk bank syariah yang sudah berdiri di Kabupaten Grobogan berdasarkan pengamatan penulis diantaranya: Bank Syariah Indonesia (BSI), BPRS Gala Mitra Abadi, BPRS Sukowati Sragen, dan BTPN Syariah.³

Selain bank daerah, lembaga keuangan non-bank juga telah dibentuk di Kabupaten Grobogan. Lembaga keuangan non-bank tersebut antara lain Koperasi Simpan Pinjam (KSP), Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan), Badan Kredit Desa (BKD), dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM). Saat ini, Kabupaten Grobogan memiliki 98 LKM: 7 LKM berizin, 14 LKM yang sedang mengajukan izin, dan 77 LKM yang belum berizin. Kementerian Pertanian telah memberikan bantuan modal sebesar Rp. 100.000.000 kepada masing-masing lembaga ini, yang berada di bawah yurisdiksi Dinas Pertanian Kabupaten Grobogan, untuk membantu petani dalam usaha pertanian mereka.

Di tingkat desa, lembaga keuangan non-bank diberikan oleh pemerintah untuk menyediakan akses pembiayaan bagi penduduk desa melalui Badan Kredit Desa (BKD). Seluruh kecamatan di Kabupaten Grobogan memiliki sekitar 116 BKD, dan masing-masing kecamatan memiliki Badan Kredit Desa yang sesuai.

² AdminGro1, "Kondisi Geografi," Pemerintah Kabupaten Grobogan, 2011, <https://grobogan.go.id/profil/kondisi-geografi/letak-dan-luas-wilayah>.

³ M. Ghozinul Asror, "Obervasi Bank Di Grobogan" (Grobogan, 2023).

Lembaga-lembaga ini awalnya dibantu oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI).⁴

B. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Deskripsi Demografis Responden

Deskripsi penelitian adalah menggambarkan atau memaparkan subjek penelitian dengan jelas dan terperinci. Sebelum memaparkan deskripsi responden, perlu diketahui bahwa peneliti melakukan penyebaran kuisisioner mulai bulan Desember 2023 sampai Januari 2024. Peneliti menggunakan dua cara dalam penyebaran kuisisionernya yaitu *Pertama*, dalam bentuk google form yang dibagikan kepada orang-orang yang sekiranya berpotensi atau termasuk dalam kategori responden yang dibutuhkan peneliti melalui aplikasi whatsapp. *Kedua*, dalam bentuk *hardfile* yang dititipkan kepada lembaga bank syariah Grobogan agar kuisisionernya bisa di isi oleh nasabahnya. Pada bagian depan kuisisioner penelitian dicantumkan juga surat pengantar yang berisi tujuan dilakukan penelitian ini. Hal ini dilakukan oleh peneliti agar bisa membangun relasi dan memotivasi responden untuk mengisi kuisisioner dengan antusias dan sepenuh hati.

Data kuisisioner responden yang telah terkumpul berjumlah 153 responden, dimana jumlah tersebut melebihi sampel yang dibutuhkan peneliti. Jumlah data responden tersebut diperoleh dari google form sebanyak 53 responden dan dari kuisisioner yang dicetak sebanyak 100 responden. Kemudian data penelitian yang sudah terkumpul diperiksa dan dikoreksi kembali melalui microsoft excel. Setelah dikoreksi terdapat 25 responden yang tidak termasuk dalam kategori sampel penelitian, sebab 25 responden ini menggunakan layanan bank konvensional saja, sedangkan yang dibutuhkan peneliti adalah responden yang telah menggunakan layanan bank syariah saja. Serta terdapat juga responden yang mengisi

⁴ Admin1, "Sarana & Prasarana Ekonomi Grobogan," Pojok Ekonomi Grobogan, 2019, <https://www.pojokperekonomian.grobogan.go.id/info-ekonomi/sarana-dan-prasarana>.

kuisisioner dua kali sebanyak 3 responden. Maka 28 responden tersebut di eliminasi dari data penelitian sehingga data penelitian yang bisa di olah hanya 125 responden dan jumlah ini sesuai dengan sampel yang dibutuhkan oleh peneliti. Gambaran data sampel yang sudah peneliti koreksi disajikan dibawah ini.

Tabel 4. 1 Data Sampel

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Data kuisisioner yang tidak bisa di olah	25	16%
2	Data kuisisioner yang double	3	2%
3	Data kuisisioner yang dapat di olah	125	82%
4	Jumlah keseluruhan kuisisioner	153	100%

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Adapun selanjutnya yang akan dijabarkan peneliti mengenai deskripsi responden adalah alamat, usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan jenis bank yang digunakan responden. Penjabaran deskripsi responden pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Karakteristik Responden Menurut Alamat atau Tempat Tinggal

Tabel 4. 2 Tempat Tinggal Responden

Alamat Responden			
No	Alamat	Frekuensi	Presentase
1	Brati	6	5%
2	Godong	22	18%
3	Grobogan	8	6%
4	Klambu	6	5%
5	Pulokulon	3	2%
6	Purwodadi	44	35%
7	Tawangharjo	5	4%
8	Toroh	19	15%
9	Wirosari	12	10%
Total		125	100%

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Dalam karakteristik responden menurut alamat atau tempat tinggal, penulis memfokuskan penelitiannya ke Kabupaten Grobogan. Kemudian untuk memudahkan pengisian kuisioner peneliti mencantumkan keterangan di pernyataan kuisioner untuk mengisi alamat kecamatannya saja. Maka dari tabel diatas terlihat jelas bahwa yang paling banyak mengisi kuisioner dalam penelitian ini adalah responden yang bertempat tinggal di Kecamatan Purwodadi sebesar 44 responden dengan persentase (35%), kemudian di susul dibawahnya sebanyak 22 responden (18%) bertempat tinggal di Kecamatan Godong, setelah itu dibawahnya lagi sebanyak 19 responden (15%) bertempat tinggal di Kecamatan Toroh dan 12 responden (10%) di Kecamatan Wirosari. Sedangkan yang paling sedikit mengisi kuisioner penelitian ini bertempat tinggal di Kecamatan Brati dan Klambu berjumlah 6 responden dengan persentase 5%. Kemudian Kecamatan Tawangharjo berjumlah 5 responden dengan persentasi 4% dan Kecamatan Pulokulon berjumlah 3 responden dengan persentasi 2%.

Berdasarkan data diatas, responden yang paling banyak mengisi kuisioner bertempat tinggal di Kecamatan Purwodadi, sebab lokasi kantor bank syariah (BSI, BPRS GMA, dan BPRS Sukowati) berdiri di kotanya Kabupaten Grobogan yaitu Kecamatan Purwodadi. Sudah tentu yang namanya perkotaan sebagai tempat permukiman perkotaan, pemusatan dan distribusi pelayanan jasa pemerintahan, pelayanan sosial, dan kegiatan ekonomi.

b. Karakteristik Responden Menurut Usia

Tabel 4. 3 Usia Responden

Umur Responden			
No	Umur	Frekuensi	Presentase
1	< 25 Tahun	32	26%

Umur Responden			
No	Umur	Frekuensi	Presentase
2	26 - 50 Tahun	92	74%
3	> 51 Tahun	1	1%
Total		125	100%

Sumber: Data Kuisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Mengacu pada data penelitian di atas, dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan umur yang paling banyak mengisi kuisioner yaitu umur 26-50 tahun sebanyak 92 responden atau 74% persentasenya. Kemudian dibawahnya sebanyak 32 responden yang ikut mengisi kuisioner berumur dibawah 25 tahun dengan persentasi 26%. Serta yang paling sedikit dalam mengisi kuisioner penelitian ini berumur lebih dari 50 tahun yang berjumlah 1 responden dengan persentase 1 %. Berdasarkan data diatas bisa dilihat bahwa yang paling banyak ikut mengisi kuisioner penelitian ini berumur 26-50 tahun, sebab di umuran tersebut pada umumnya orang-orang dikatakan dewasa dan sudah mempunyai pekerjaan serta kebutuhan hidup yang beragam.

c. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 4. 4 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin Responden			
No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	65	52%
2	Perempuan	60	48%
Total		125	100%

Sumber: Data Kuisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Berlandaskan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang mendominasi dalam pengisian kuisioner penelitian ini yaitu laki-laki dengan jumlah 65 responden (52%) dari total 125 responden, kemudian sisanya 60 responden (48%) adalah perempuan.

d. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 5 Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	SD/MI	12	10%
2	SMP/MTS	13	10%
3	SMA/MA	50	40%
4	Strata Satu (S1)	47	38%
5	Magister (S2)	3	2%
Total		125	100%

Sumber: Data Kuisiner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Sesuai dengan data tabel diatas, bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA/MA paling mendominasi diantara pendidikan terakhir responden lain dengan jumlah 50 responden atau 40%. Kemudian dibawahnya lulusan Strata Satu (S1) sebanyak 47 responden atau 38%. Ditengahnya ada lulusan SD/MI dan SMP/MTS, dimana jumlah respondennya sebanyak 12 dan 13 orang dengan persentase 10%. Serta sisanya 3 responden atau 2% adalah lulusan Magister (S2). Dari jumlah responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMA/MA dan S1 adalah yang paling banyak mengisi kuisiner sehingga pernyataan yang disajikan peneliti dapat dipahami dengan jelas dan jawaban dari responden tentunya diisi dengan sepuh hati.

e. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Tabel 4. 6 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Pelajar	3	2%
2	Mahasiswa	10	8%
3	Wiraswasta	29	23%
4	Karyawan Swasta	28	22%
5	Pedagang	14	11%

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
6	Petani	10	8%
7	Ibu Rumah Tangga	16	13%
8	Guru	10	8%
9	PNS	5	4%
Total		125	100%

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat dipahami bahwa responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta yang mendominasi dengan yang lainnya yaitu sebanyak 29 responden atau 23%. Kemudian dibawahnya responden yang mempunyai kerjaan sebagai karyawan swasta berjumlah 28 responden atau 22%. Setelah itu, responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebesar 16 responden atau 13% dan Pedagang sebanyak 14 responden atau 11%. Sedangkan lainnya yaitu pekerjaan sebagai guru dan mahasiswa serta petani sebanyak 10 responden atau 8 %. PNS sebanyak 5 responden atau 4%, siswa sebanyak 3 responden atau 2%.

f. Karakteristik Responden Menurut Jenis Bank Syariah

Tabel 4. 7 Jenis Bank Syariah

No	Bank	Frekuensi	Presentase
1	BSI	26	21%
2	BPRS GMA	75	60%
3	BPRS SUKOWATI SRAGEN	24	19%
Total		125	100%

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Berlandaskan tabel data diatas, bahwa responden banyak yang memilih layanan BPRS Gala Mitra Abadi dengan jumlah 75 responden atau 60%, kemudian ada juga responden yang memilih layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) sebanyak 26 responden atau 21%. Terakhir sisanya responden

memilih layanan BPRS Sukowati Sragen sebanyak 24 responden atau 19%.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada deskripsi variabel penelitian ini, peneliti akan menyajikan hasil pengelolaan statistik deskriptif yang mencakup distribusi masing-masing variabel penelitian yang di uji. Diantara variabel-variabel yang di uji adalah variabel literasi keuangan syariah, bagi hasil, religiusitas, lokasi, *trust*, minat. Adapun distribusi masing-masing variabel akan dipaparkan sebagai berikut:

a. Variabel Literasi Keuangan Syariah

Variabel literasi keuangan syariah pada penelitian ini menggunakan 3 indikator yaitu pengetahuan, kemampuan, dan sikap. Untuk statistik deskripsinya disajikan pada bawah ini

Tabel 4. 8 Variabel Literasi Keuangan Syariah

Indikator		STS	TS	RR	S	SS	Total	Skor	Mean	Kategori
Item	Pernyataan	1	2	3	4	5				
LKS1	Saya mengetahui salah satu lembaga keuangan syariah adalah bank syariah dan Saya memahami produk-produk pada bank syariah	0	0	0	79	46	125	546	4,368	Sangat Tinggi
LKS2	Saya memiliki kemampuan untuk mengeluarkan uang sesuai kebutuhan hidup	0	0	0	83	42	125	542	4,336	Sangat Tinggi

Indikator		STS	TS	RR	S	SS	Total	Skor	Mean	Ketegori
Item	Pernyataan	1	2	3	4	5				
LKS3	Saya selalu menyisihkan uang untuk ditabung atau investasi yang bertujuan untuk kehidupan masa depan	0	0	0	77	48	125	548	4,384	Sangat Tinggi

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Pada tabel 4.8 diatas, dapat dipahami bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki 3 indikator. Pada indikator LKS1, kebanyakan responden menjawab setuju sebesar 79, sedangkan responden lainnya menjawab sangat setuju sebesar 46. Indikator LKS1 juga memiliki skor 546 dengan rata-rata 4,368 dimana dari hasil tersebut LKS1 dikategorikan sangat tinggi. Kemudian pada indikator LKS2, responden yang menjawab setuju sebanyak 83 dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 42 responden. Skor yang dihasilkan indaktor LKS2 adalah 542, dengan rata-rata 4,336, yang semuanya ini dikategorikan sangat tinggi. Selanjutnya pada indikator LKS3, responden yang menjawab setuju sebesar 77 dan yang menjawab sangat setuju sebesar 48. Adapun skor dari indikator LKS3 sebesar 548, dengan rata-rata 4,384 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Diantara indikator yang paling memiliki nilai yang paling tinggi yaitu indikator sikap (LKS3) dengan pernyataan “Saya selalu menyisihkan uang untuk ditabung atau investasi yang bertujuan untuk kehidupan masa depan”. Serta yang paling rendah yaitu indikator kemampuan (LKS2) dengan pernyataan “Saya memiliki kemampuan untuk mengeluarkan uang sesuai kebutuhan hidup”.

b. Variabel Bagi Hasil

Variabel bagi hasil memiliki 4 indikator, diantaranya: Prosentase, Bagi untung dan bagi rugi,

Jaminan, Menentukan besarnya nisbah. Kemudian statistik deskripsi bisa dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Variabel Bagi Hasil

Indikator		STS	TS	RR	S	SS	Total	Skor	Mean	Ketegori
Item	Pernyataan	1	2	3	4	5				
BH1	Bagi hasil di bank syariah di nyatakan dengan prosentase dan tidak mengandung riba	0	0	0	90	35	125	535	4,28	Sangat Tinggi
BH2	Dalam kerjasama usaha antara pemilik modal dan pelaku usaha, keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan bersama	0	0	1	92	32	125	531	4,248	Sangat Tinggi
BH3	Dalam pembiayaan bank syariah, agunan/jaminan merupakan faktor yang penting dan harus ada	0	0	1	85	39	125	538	4,304	Sangat Tinggi
BH4	Bank syariah menentukan perjanjian pembagian nisbah bagi hasil sesuai hasil tawar-menawar dengan nasabah yang telah disepakati bersama	0	0	0	93	32	125	532	4,256	Sangat Tinggi

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti
 Pada tabel 4.9 diatas, bisa di lihat bahwa variabel bagi hasil memiliki 4 indikator. Pada indikator BH1, kebanyakan responden menjawab setuju sebesar 90, sedangkan responden lainnya

menjawab sangat setuju sebesar 35. Indikator BH1 juga memiliki skor 535 dengan rata-rata 4,28 dimana dari hasil tersebut BH1 dikategorikan sangat tinggi. Kemudian pada indikator BH2, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 1 responden, yang menjawab setuju sebanyak 92 dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 responden. Skor yang dihasilkan indikator BH2 adalah 531, dengan rata-rata 4,248, semuanya ini dikategorikan sangat tinggi. Selanjutnya pada indikator BH3, responden yang menjawab ragu-ragu sejumlah 1 responden, setuju sejumlah 85 dan yang menjawab sangat setuju sejumlah 39. Adapun skor dari indikator BH3 sebesar 532, dengan rata-rata 4,256 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Pada indikator BH4 diketahui juga bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 93 dan sangat setuju 32 responden dengan skor 532, rata-rata 4,256 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Indikator variabel bagi hasil yang memiliki nilai tinggi adalah indikator jaminan (BH3) dengan pernyataan “Dalam pembiayaan bank syariah, agunan/jaminan merupakan faktor yang penting dan harus ada”. Sedangkan yang paling rendah yaitu indikator bagi untung dan bagi rugi (BH2) dengan pernyataan “Dalam kerjasama usaha antara pemilik modal dan pelaku usaha, keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan bersama”.

c. Variabel Religiusitas

Dalam variabel religiusitas ada 6 indikator yaitu *Belief* (keyakinan), *Experience* (pengalaman), *Consequences* (konsekuensi), *Knowledge* (pengetahuan), *Ritual* (ritual), *Devotion* (ketaatan). Untuk statistik deskriptifnya disajikan dibawah ini

Tabel 4. 10 Variabel Religiusitas

Indikator		STS	TS	RR	S	SS	Total	Skor	Mean	Ketegori
Item	Pernyataan	1	2	3	4	5				
R1	Saya yakin Agama Islam adalah sumber dari segala hukum yang ada	0	0	0	75	50	125	550	4,4	Sangat Tinggi
R2	Allah akan mengabulkan doaku jika aku bersungguh-sungguh dalam berusaha	0	0	0	69	56	125	556	4,448	Sangat Tinggi
R3	Saya selalu berusaha jujur dalam kehidupan sehari-hari	0	0	1	74	50	125	549	4,392	Sangat Tinggi
R4	Saya senang mempelajari ilmu tentang Agama Islam	0	0	0	80	45	125	545	4,36	Sangat Tinggi
R5	Saya menjalankan kewajiban agama Islam setiap hari, jika saya tidak ada udzur (halangan) syar'i	0	0	0	80	45	125	545	4,36	Sangat Tinggi
R6	Saya mencoba untuk selalu mematuhi aturan ajaran Agama Islam	0	0	0	83	42	125	542	4,336	Sangat Tinggi

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Tabel diatas dapat dipahami bahwa variabel religiusitas mempunyai 6 indikator. *Pertama*, pada indikator R1 responden yang menjawab setuju sebanyak 75 dan sangat setuju 50 responden. Indikator R1 memiliki skor 550, rata-rata 4,4, serta dikategorikan memiliki penilaian yang sangat tinggi.

Kedua, pada indikator R2 responden yang menjawab setuju sebanyak 69 dan sangat setuju 56 responden. Indikator R2 memiliki skor 556, rata-rata 4,448 dan dikategorikan memiliki penilaian yang sangat tinggi. *Ketiga*, pada indikator R3 responden yang menjawab ragu-ragu ada 1, setuju ada 74 dan sangat setuju 50 responden. Skor yang didapatkan indikator R3 yaitu 549, dengan rata-rata 4,392, dan dikategorikan penilaian yang sangat tinggi. *Keempat dan Kelima*, indikator R4 dan R5 memiliki nilai yang sama yaitu responden yang menjawab setuju sebanyak 80 dan sangat setuju sebanyak 45 responden, skor yang didapatkan 545, rata-rata 4,36, serta dikategorikan penilaian yang sangat tinggi. *Keenam*, di indikator R6 responden yang menjawab setuju sebanyak 83 dan sangat setuju 42 responden, skornya yang didapatkan 542, rata-ratanya 4,336, serta dikategorikan penilaian yang sangat tinggi. Selain itu juga, diketahui bahwa indikator yang paling tinggi terdapat pada indikator *Experience* (R2) dengan pernyataan “Allah akan mengabulkan doaku jika aku bersungguh-sungguh dalam berusaha” dan yang paling rendah yaitu indikator *Devotion* (R6) dengan pernyataan “Saya mencoba untuk selalu mematuhi aturan ajaran Agama Islam”.

d. Variabel Lokasi

Variabel lokasi disini memiliki 5 indikator yaitu Akses, Visibilitas, Lalu lintas (*traffic*), Tempat parkir, Lingkungan. Dibawah ini peneliti sajikan statistik deskriptinya:

Tabel 4. 11 Variabel Lokasi

Indikator		STS	TS	RR	S	SS	Total	Skor	Mean	Ketegori
Item	Pernyataan	1	2	3	4	5				
L1	Bank syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi	0	0	3	98	24	125	521	4,168	Tinggi

Indikator		STS	TS	RR	S	SS	Total	Skor	Mean	Ketegori
Item	Pernyataan	1	2	3	4	5				
L2	Bank syariah berada di lokasi yang dapat dilihat jelas dari tepi jalan	0	0	1	90	34	125	533	4,264	Sangat Tinggi
L3	Bank syariah berada di lokasi yang lalu lintasnya ramai dan lancar	0	0	0	90	35	125	535	4,28	Sangat Tinggi
L4	Bank syariah memiliki tempat parkir yang luas dan aman	0	0	2	94	29	125	527	4,216	Sangat Tinggi
L5	Bank syariah berada ditempat yang lingkungannya aman	0	0	0	90	35	125	535	4,28	Sangat Tinggi

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa variabel lokasi mempunyai 5 indikator. Indikator yang pertama yaitu akses (L1), dimana responden yang menjawab ragu-ragu ada 3, setuju ada 98 dan sangat setuju ada 24 responden. Nilai skor nya 521, dengan rata-rata 4,168 dan dikategorikan tinggi. Indikator yang kedua yaitu vasibilitas (L2), dimana responden yang menjawab ragu-ragu ada 1, setuju ada 90 dan sangat setuju ada 34 responden. Nilai skor nya 533, dengan rata-rata 4,264 yang semuanya dikategorikan sangat tinggi. Kemudian indikator yang ketiga yaitu lalu lintas (L3), dimana responden yang menjawab setuju berjumlah 90 dan sangat setuju 35 responden. Nilai skor yang dihasilkan 535, dan rata-rata 4,28 serta dikategorikan sangat tinggi. Indikator yang keempat yaitu tempat parkir (L4), dimana responden yang menjawab ragu-ragu ada 2, setuju ada 94 dan sangat setuju ada 29

responden. Nilai skor nya 527, dengan rata-rata 4,216 dan dikategorikan sangat tinggi. Berikutnya indikator yang kelima yaitu lingkungan (L5), dimana responden yang menjawab setuju berjumlah 90 dan sangat setuju 35 responden. Nilai skor yang dihasilkan 535, dan rata-rata 4,28 serta dikategorikan sangat tinggi. Selain itu juga, diketahui bahwa indikator yang paling tinggi terdapat pada indikator L3 dengan pernyataan “Bank syariah berada di lokasi yang lalu lintasnya ramai dan lancar” dan L4 dengan pernyataan “Bank syariah berada ditempat yang lingkungannya aman” serta indikator yang paling rendah adalah indikator L1 dengan pernyataan “Bank syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi”.

e. Variabel *Trust*

Variabel *trust* memiliki indikator 3 yaitu *Integrity* (Integritas), *Benevolence* (Kebaikan), *Competence* (Kompetensi). Untuk statistik deskripsinya disajikan peneliti dibawah ini

Tabel 4. 12 Variabel *Trust*

Indikator		STS	TS	RR	S	SS	Total	Skor	Mean	Ketegori
Item	Pernyataan	1	2	3	4	5				
T1	Saya yakin bank syariah menjaga data dan informasi rekening nasabah	0	0	1	87	37	125	536	4,288	Sangat Tinggi
T2	Bank syariah memberikan kemudahan dalam proses transaksi	0	0	1	82	42	125	541	4,328	Sangat Tinggi
T3	Saya yakin bank syariah bisa memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah	0	0	1	85	39	125	538	4,304	Sangat Tinggi

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Bersandarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel *trust* mempunyai 3 indikator. Pada indikator T1 responden yang menjawab ragu-ragu berjumlah 1, yang menjawab setuju berjumlah 87 dan sangat setuju berjumlah 37. Hasil skornya 536 dengan rata-rata 4,288 dan dikategorikan sangat tinggi. Pada indikator T2 responden yang menjawab ragu-ragu berjumlah 1, yang menjawab setuju berjumlah 82 dan sangat setuju berjumlah 42. Hasil skornya 541 dengan rata-rata 4,328 dan dikategorikan sangat tinggi. Selanjutnya indikator T3 responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 1, yang menjawab setuju sebanyak 85 dan sangat setuju sebanyak 39 dengan skor 538, rata-rata 4,304, yang dikategorikan sangat tinggi. Selain itu juga indikator yang tertinggi yaitu pada indikator kompetensi (T3) dengan pernyataan “Bank syariah memberikan kemudahan dalam proses transaksi” dan indikator terendah yaitu indikator kebaikan (T1) dengan pernyataan “Saya yakin bahwa bank syariah menjaga data dan informasi rekening nasabah”.

f. Variabel Minat

Terakhir variabel minat mempunyai 4 indikator, diantaranya: Minat transaksional, Minat referensial, Minat prefensial, Minat eksploratif. Untuk lebih jelasnya peneliti sajikan statistik deskriptifnya dibawah

Tabel 4. 13 Variabel Minat

Indikator		ST	TS	R	S	SS	Tota	Skor	Mean	Kategori
Ite	Pernyataan	1	2	3	4	5	1			
m										
M1	Saya tertarik dengan produk-produk di bank syariah karena sesuai dengan ekspektasi saya	0	0	4	9	2	12	52	4,16	Tinggi
					6	5	5	1	8	

Indikator		ST	TS	R	S	SS	Total	Skor	Mean	Kategori
Item	Pernyataan	1	2	3	4	5				
M2	Saya merekomendasikan produk-produk bank syariah kepada orang-orang di sekitar saya	0	0	3	96	26	125	523	4,184	Tinggi
M3	Bagi saya, saat ini bank syariah adalah bank terbaik	0	0	4	93	28	125	524	4,192	Tinggi
M4	Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan bank syariah	0	0	3	89	33	125	530	4,24	Sangat Tinggi

Sumber: Data Kuisisioner Penelitian Yang Di Olah Peneliti

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas, bisa di lihat bahwa variabel minat memiliki 4 indikator. Pada indikator M1, responden yang menjawab ragu-ragu sebesar 4 dan kebanyakan responden menjawab setuju sebesar 96, sedangkan responden lainnya menjawab sangat setuju sebesar 55. Indikator M1 juga memiliki skor 521 dengan rata-rata 4,168, dimana dari hasil tersebut BH1 dikategorikan tinggi. Kemudian pada indikator M2, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3 responden, yang menjawab setuju sebanyak 96 dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 responden. Skor yang dihasilkan indaktor M2 adalah 523, dengan rata-rata 4,184, dan dikategorikan tinggi. Selanjutnya pada indikator M3, responden yang menjawab ragu-ragu sejumlah 4 responden, setuju sejumlah 93 dan yang menjawab sangat setuju sejumlah 28. Adapun skor dari indikator M3 sebesar 524, dengan rata-rata 4,192 dan masuk dalam kategori tinggi. Pada indikator M4 diketahui juga bahwa responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3, setuju sebanyak 89 dan sangat

setuju 33 responden dengan skor 530, rata-rata 4,24, dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Indikator variabel minat yang memiliki nilai tinggi adalah indikator minat eksploratif (M4) dengan pernyataan “Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan bank syariah”. Sedangkan yang paling rendah yaitu indikator minat transaksional (M1) dengan pernyataan “Saya tertarik dengan produk-produk di bank syariah karena sesuai dengan ekspektasi saya”.

Pada pengelolaan data statistik di SmartPLS 3 hanya bisa ditampilkan nilai rata-rata, median, maksimal, minimal, standar deviasi, kurtosis dan skewness. Untuk tabelnya bisa dilihat dibawah ini

Tabel 4. 14 Tampilan Data Statistik di SmartPLS 3

Item	Rata-Rata	Median	Minimum	Maksimum	Standar Deviasi	Kurtosis	Skewness
LKS1	4.368	4.000	4.000	5.000	0.482	-1.721	0.554
LKS2	4.336	4.000	4.000	5.000	0.472	-1.531	0.703
LKS3	4.384	4.000	4.000	5.000	0.486	-1.796	0.483
BH1	4.280	4.000	4.000	5.000	0.449	-1.033	0.992
BH2	4.248	4.000	3.000	5.000	0.450	-0.432	0.912
BH3	4.304	4.000	3.000	5.000	0.477	-1.020	0.637
BH4	4.256	4.000	4.000	5.000	0.436	-0.731	1.132
R1	4.400	4.000	4.000	5.000	0.490	-1.859	0.413
R2	4.448	4.000	4.000	5.000	0.497	-1.987	0.212
R3	4.392	4.000	3.000	5.000	0.504	-1.486	0.258
R4	4.360	4.000	4.000	5.000	0.480	-1.678	0.590
R5	4.360	4.000	4.000	5.000	0.480	-1.678	0.590
R6	4.336	4.000	4.000	5.000	0.472	-1.531	0.703
L1	4.168	4.000	3.000	5.000	0.433	0.980	0.854
L2	4.264	4.000	3.000	5.000	0.459	-0.632	0.830
L3	4.280	4.000	4.000	5.000	0.449	-1.033	0.992
L4	4.216	4.000	3.000	5.000	0.449	0.118	0.845
L5	4.280	4.000	4.000	5.000	0.449	-1.033	0.992
T1	4.288	4.000	3.000	5.000	0.470	-0.882	0.712

Item	Rata-Rata	Median	Minimum	Maksimum	Standar Deviasi	Kurtosis	Skewness
T2	4.328	4.000	3.000	5.000	0.486	-1.193	0.529
T3	4.304	4.000	3.000	5.000	0.477	-1.020	0.637
M1	4.168	4.000	3.000	5.000	0.451	0.838	0.666
M2	4.184	4.000	3.000	5.000	0.445	0.646	0.785
M3	4.192	4.000	3.000	5.000	0.468	0.419	0.579
M4	4.240	4.000	3.000	5.000	0.480	-0.187	0.552

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Berdasarkan tabel data diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai standar deviasi, kurtosis, dan skewness digunakan untuk melihat sebaran data pada suatu sampel. Standar deviasi atau simpangan baku merupakan ukuran penyebaran yang paling baik, karena menggambarkan besarnya penyebaran tiap-tiap unit observasi.⁵ Nilai *standard deviation* merupakan suatu nilai yang digunakan dalam menentukan persebaran data pada suatu sampel dan melihat seberapa dekat data-data tersebut dengan nilai mean. Semakin besar nilai *standard deviation* maka semakin beragam nilai-nilai pada item atau semakin tidak akurat dengan mean, sebaliknya semakin kecil *standard deviation* maka semakin serupa nilai-nilai pada item atau semakin akurat dengan mean. Standar deviasi pada penelitian ini, memiliki nilai diantara 0.433 sampai 0.504 yang artinya nilai standar deviasinya kecil dan mendekati nilai rata-ratanya.

Sedangkan kurtosis adalah ukuran apakah distribusinya terlalu memuncak (distribusi yang sangat sempit dengan sebagian besar tanggapan berada di tengah). Nilai kurtosis yang positif menunjukkan distribusi yang lebih puncak dari biasanya. Sebaliknya, kurtosis negatif menunjukkan bentuk yang lebih datar dari biasanya. Analog dengan skewness, pedoman umumnya adalah jika kurtosis lebih besar dari +2 maka distribusinya terlalu memuncak. Demikian pula, kurtosis yang kurang dari -2 menunjukkan distribusi yang terlalu datar. Ketika

⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, 8th ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016). 30

skewness dan kurtosis mendekati nol, pola respons dianggap berdistribusi normal. Sedangkan skewness menilai sejauh mana distribusi suatu variabel simetris. Jika distribusi respons suatu variabel membentang ke arah kanan atau kiri distribusi, maka distribusi tersebut dikategorikan sebagai skewed. Skewness negatif menunjukkan semakin banyak nilai yang lebih besar, sedangkan skewness positif menunjukkan jumlah nilai yang lebih kecil lebih banyak. Sebagai pedoman umum, nilai skewness antara -1 dan $+1$ dianggap sangat baik, namun nilai antara -2 dan $+2$ secara umum dianggap dapat diterima. Nilai di luar -2 dan $+2$ dianggap sebagai indikasi ketidaknormalan substansial.⁶ Dari tabel dan pedoman umum diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai kurtosis dan nilai skewness pada setiap indikator variabel diantara -2 sampai $+2$ yang artinya data pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

C. Hasil Penelitian

Data yang sudah didapatkan peneliti kemudian di analisis menggunakan bantuan alat bantu SmartPLS 3. Metode analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) yang berbasis varians sehingga bisa di olah dengan PLS (*Partial Least Square*). Adapun hasil evaluasi model dalam PLS disajikan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Outer Model Atau Model Pengukuran

Model pengukuran atau outer model dalam SmartPLS 3 dimulai dari tahapan uji validitas konstruk yang terdiri dari validitas konvergen, dengan memperhatikan nilai *loading factor*, nilai AVE, dan validitas diskriminan yang ditunjukkan oleh nilai *cross loading*. Kemudian, tahap kedua, yaitu pengujian reliabilitas ditunjukkan dengan nilai *composite reliability*. Untuk lebih jelasnya peneliti sajikan dibawah ini:

⁶ Christian M. Ringle Joseph F. Hair, G. Tomas M. Hult, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. (Thousand Oaks: CA: Sage, 2022). 66

a. Uji validitas konstruk

SEM PLS terdapat dua tahapan dalam menguji validitas konstruk, diantaranya:

1) Validitas konvergen

Tahap ini memiliki dua kriteria nilai yang akan dievaluasi, yaitu nilai *loading factor* dan nilai *average variance inflation factor (AVE)*. Untuk output hasil nilai *loading factor* penelitian ini sebagai berikut

Tabel 4. 15 Nilai Loading Factor

	Bagi Hasil	Literasi Keuangan Syariah	Lokasi	Minat	Religiusitas	Trust
BH1	0,734					
BH2	0,752					
BH3	0,769					
BH4	0,815					
L1			0,720			
L2			0,773			
L3			0,749			
L4			0,726			
L5			0,782			
LKS1		0,828				
LKS2		0,899				
LKS3		0,879				
M1				0,811		
M2				0,822		
M3				0,791		
M4				0,806		
R1					0,724	
R2					0,821	
R3					0,717	
R4					0,783	
R5					0,719	
R6					0,727	

	Bagi Hasil	Literasi Keuangan Syariah	Lokasi	Minat	Religiusitas	Trust
T1						0,847
T2						0,843
T3						0,843

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Rule of Thumb nilai *loading factor* pada SmartPLS 3 yaitu diatas 0,70. Jadi nilai yang dibawah 0,70 akan berwarna merah dan yang diatas 0,70 akan berwarna hijau. Hal ini juga sama dengan referensi yang digunakan peneliti dari hair et al (2021) dalam bukunya Yasmin bahwa nilai *loading factor* minimal 0,70. Maka dari itu, berdasarkan hasil dari output *loading factor* diatas menunjukkan bahwa korelasi antara setiap indikator dengan variabel memiliki nilai diatas 0,70 yang artinya semua item indikator valid mencerminkan pengukuran variabel. Adapun nilai *loading factor* yang paling kuat diantara setiap indikator variabel adalah sebagai berikut:

- a) Variabel literasi keuangan syariah memiliki 3 indikator, dimana dari 3 indikator tersebut yang mempunyai nilai *loading factor* tinggi adalah indikator kemampuan (LKS2) sebesar 0.899. Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa ketika literasi keuangan syariah meningkat maka akan terefleksikan lebih tinggi pada indikator kemampuan (LKS2) yaitu Saya memiliki kemampuan untuk mengeluarkan uang sesuai kebutuhan hidup.
- b) Variabel bagi hasil mempunyai 4 indikator, dimana dari 4 indikator tersebut yang mempunyai nilai *loading factor* tinggi adalah indikator menentukan besarnya nisbah (BH4) sebesar 0.815. Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa ketika bagi hasil meningkat maka akan

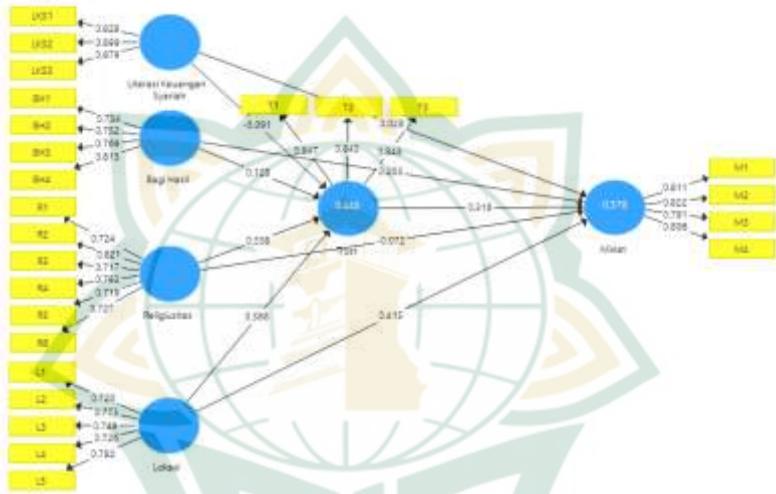
terefleksikan lebih tinggi pada indikator menentukan besarnya nisbah (BH4) yaitu Bank syariah menentukan perjanjian pembagian nisbah bagi hasil sesuai hasil tawar-menawar dengan nasabah yang telah disepakati bersama.

- c) Variabel religiusitas memiliki 6 indikator, dimana nilai *loading factor* yang paling tinggi adalah *experience*/pengalaman (R2) sebesar 0,821. Maka bisa dipahami bahwa ketika religiusitas meningkat maka akan tercermin lebih tinggi pada indikator *experience*/pengalaman (R2) yaitu Allah akan mengabulkan doaku jika aku bersungguh-sungguh dalam berusaha.
- d) Variabel lokasi memiliki 5 indikator, dimana nilai *loading factor* yang paling tinggi adalah lingkungan (L5) sebesar 0,782. Maka bisa dipahami bahwa ketika lokasi meningkat maka akan tercermin lebih tinggi pada indikator lingkungan (L5) yaitu Bank syariah berada ditempat yang lingkungannya aman.
- e) Variabel *trust* memiliki 3 indikator, dimana nilai *loading factor* yang paling tinggi adalah *intigrety*/integritas (T1) sebesar 0,847. Maka bisa dipahami bahwa ketika *trust* meningkat maka akan tercermin lebih tinggi pada indikator *intigrety*/integritas (T1) yaitu Saya yakin bahwa bank syariah menjaga data dan informasi rekening nasabah.
- f) Variabel minat mempunyai 4 indikator, dimana dari 4 indikator tersebut yang mempunyai nilai *loading factor* tinggi adalah indikator minat referensial (M2) sebesar 0.822. Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa ketika minat meningkat maka akan terefleksikan lebih tinggi pada indikator minat referensial

(M2) yaitu Saya merekomendasikan produk-produk bank syariah kepada orang-orang di sekitar saya.

Selanjutnya penulis juga menyajikan outer model dalam bentuk bagan sebagai berikut

Gambar 4. 1 Outer Model



Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Kemudian dalam menilai validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *average variance inflation factor* (AVE). Untuk output hasil nilai AVE penelitian ini sebagai berikut

Tabel 4. 16 Average Variance Inflation Factor (AVE)

	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Bagi Hasil	0,590
Literasi Keuangan Syariah	0,755
Lokasi	0,563
Minat	0,652
Religiusitas	0,562
Trust	0,713

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Rule of Thumb nilai *average variance inflation factor* (AVE) adalah $> 0,50$. Dimana nilai AVE pada setiap konstruk (literasi keuangan syariah, bagi hasil, religiusitas, lokasi, *trust*, dan minat) memiliki nilai diatas 0,50. Jadi bisa disimpulkan bahwa evaluasi model pengukuran dari aspek *convergent validity* terpenuhi.

2) Validitas Diskriminan

Dalam evaluasi validitas diskriminan dapat dilihat dari tiga kriteria yaitu: *Fornell Lacker Criterion* (membandingkan akar AVE dengan korelasi antara variabel) dan *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT) yang dilakukan pada tingkat variabel serta *Cross Loading* yang dilakukan pada tingkat indikator. Output hasil *fornell lacker criterion* penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Fornell Lacker Criterion

	Bagi Hasil	Literasi Keuangan Syariah	Lokasi	Minat	Religiusitas	Trust
Bagi Hasil	0,768					
Literasi Keuangan Syariah	0,472	0,869				
Lokasi	0,558	0,434	0,750			
Minat	0,561	0,362	0,690	0,807		
Religiusitas	0,515	0,417	0,477	0,417	0,750	
Trust	0,476	0,279	0,582	0,623	0,551	0,844

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Berdasarkan tabel *fornell lacker criterion* diatas, dapat dipahami bahwa akar AVE bagi hasil yaitu (0,768) lebih tinggi dari korelasinya dengan literasi keuangan syariah (0,472), korelasinya dengan lokasi (0,558), korelasinya dengan minat (0,561), korelasinya dengan religiusitas (0,515) dan koelasinya dengan *trust* (0,476). Demikian juga dengan masing-

masing akar AVE literasi keuangan syariah, lokasi, minat, relegiusitas, dan *trust* lebih dibandingkan dengan korelasi variabel lainnya. Maka validitas diskriminan berdasarkan kriteria *fornell lacker criterion* dapat diterima. Selain itu juga, peneliti menyajikan output dari *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT) sebagai berikut:

Tabel 4. 18 Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)

	Bagi Hasil	Literasi Keuangan Syariah	Lokasi	Minat	Religiusitas	Trust
Bagi Hasil						
Literasi Keuangan Syariah	0,582					
Lokasi	0,705	0,522				
Minat	0,701	0,431	0,845			
Religiusitas	0,631	0,492	0,567	0,495		
Trust	0,611	0,341	0,720	0,765	0,661	

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Berlandaskan dari tabel HTMT diatas diperoleh nilai HTMT pasangan variabel kurang dari 0,90. Hal ini menunjukkan variabel mempunyai validitas diskriminan yang baik. Selanjutnya validitas deskriminan pada tingkat indikator dapat dilihat melalui *cross loadings*. Nilai *cross loadings* penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 19 Cross Loadings

	Bagi Hasil	Literasi Keuangan Syariah	Lokasi	Minat	Religiusitas	Trust
BH1	0,734	0,262	0,390	0,330	0,310	0,378
BH2	0,752	0,365	0,515	0,486	0,414	0,314
BH3	0,769	0,410	0,431	0,453	0,427	0,400
BH4	0,815	0,399	0,375	0,442	0,421	0,371
L1	0,292	0,286	0,720	0,514	0,267	0,393
L2	0,490	0,271	0,773	0,507	0,402	0,501

	Bagi Hasil	Literasi Keuangan Syariah	Lokasi	Minat	Religiusitas	Trust
L3	0,422	0,374	0,749	0,511	0,369	0,440
L4	0,433	0,353	0,726	0,572	0,318	0,375
L5	0,447	0,345	0,782	0,486	0,427	0,469
LKS1	0,380	0,828	0,281	0,266	0,304	0,227
LKS2	0,412	0,899	0,426	0,376	0,368	0,230
LKS3	0,438	0,879	0,411	0,292	0,410	0,271
M1	0,466	0,274	0,502	0,811	0,363	0,495
M2	0,482	0,275	0,495	0,822	0,401	0,547
M3	0,417	0,328	0,600	0,791	0,250	0,436
M4	0,449	0,290	0,623	0,806	0,334	0,530
R1	0,293	0,256	0,210	0,227	0,724	0,339
R2	0,409	0,313	0,425	0,369	0,821	0,487
R3	0,375	0,275	0,340	0,358	0,717	0,409
R4	0,468	0,373	0,334	0,267	0,783	0,435
R5	0,388	0,297	0,373	0,344	0,719	0,342
R6	0,368	0,355	0,427	0,286	0,727	0,440
T1	0,472	0,239	0,441	0,477	0,443	0,847
T2	0,373	0,215	0,485	0,564	0,407	0,843
T3	0,368	0,251	0,541	0,532	0,540	0,843

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Berlandaskan tabel diatas dapat dipahami bahwa item BH1 berkorelasi dengan variabel bagi hasil adalah (0,734) lebih tinggi dibandingkan berkorelasi dengan literasi keuangan syariah (0,262), berkorelasi dengan lokasi (0,390), berkorelasi dengan minat (0,330), berkorelasi dengan religiusitas (0,310), dan berkorelasi dengan *trust* (0,378). Semua item pengukuran BH1 sampai dengan BH4 berkorelasi lebih kuat dengan variabel bagi hasil dan berkorelasi lebih lemah dengan variabel lainnya.

Demikian juga dengan item pengukuran masing-masing variabel berkorelasi lebih kuat dengan variabel utama yang diukurnya. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing variabel membagi varians lebih kuat pada masing-masing item yang mengukurnya. Maka secara keseluruhan aspek validitas diskriminan pada tingkat indikator terpenuhi.

b. Uji reliabilitas

Dalam SEM PLS uji reliabilitas bisa dilihat dari nilai *Composite Reliability* yang lebih dari 0,70. Untuk hasil output uji reliabilitas penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 20 Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	rho_A	Reliabilitas Komposit
Bagi Hasil	0,768	0,772	0,852
Literasi Keuangan Syariah	0,838	0,850	0,902
Lokasi	0,806	0,806	0,865
Minat	0,822	0,823	0,882
Religiusitas	0,844	0,850	0,885
Trust	0,799	0,801	0,882

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Composite Reliability* semua variabel diatas 0,70 yang berarti bahwa secara keseluruhan item pengukuran yang mengukur semua variabel mempunyai tingkat reliabilitas yang dapat diterima. Semua item pengukuran tersebut konsisten atau dapat diandalkan dalam mengukur semua variabel yang ada.

2. Inner Model Atau Model Struktural

Setelah terpenuhi semua kriteria evaluasi model pengukuran maka selanjutnya adalah evaluasi model struktural. Tahap ini merupakan tahap evaluasi atas hipotesis penelitian. Sebelum itu, perlu dilakukan

pemeriksaan apakah terdapat multikolinier (inner VIF) antara variabel eksogen/endogen. Pemeriksaan multikolinier menjadi penting dalam analisis statistik termasuk analisis PLS karena multikolinier dapat menyebabkan taksiran parameter menjadi bias, nilai standard error besar dan selang kepercayaan taksiran *path coefficient* menjadi lebar, bahkan berpengaruh terhadap signifikansi/ tidaknya pengujian hipotesis. Berikut ini peneliti sajikan inner VIF dari hasil olah data di SmartPLS 3:

Tabel 4. 21 Inner VIF

	Minat	Trust
Bagi Hasil	1,774	1,744
Literasi Keuangan Syariah	1,421	1,406
Lokasi	1,891	1,617
Minat		
Religiusitas	1,721	1,514
Trust	1,811	

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Berdasarkan tabel inner VIF atau pemeriksaan multikolinier antara variabel, diketahui bahwa nilai VIF dibawah 5 yang menunjukkan gejala multikolinier rendah atau dapat juga diabaikan. Selanjutnya adalah menguji hipotesis penelitian. Dalam pengujian hipotesis ini menggunakan alpha 5% (*two side*) sehingga aturannya yaitu apabila *t statistik* lebih besar (1,96) atau *p-value* kurang dari (0,05) menunjukkan hipotesis diterima atau ada pengaruh yang signifikan. Berikut peneliti sajikan pengujian hipotesis pengaruh langsung yang bisa di lihat dari koefisien jalur/*path coefficient*:

Tabel 4. 22 Path Coefficient

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	P Values
Bagi Hasil -> Minat	0,203	0,215	0,122	1,668	0,096
Bagi Hasil -> Trust	0,128	0,130	0,121	1,059	0,290

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	P Values
Literasi Keuangan Syariah -> Minat	0,028	0,028	0,090	0,307	0,759
Literasi Keuangan Syariah -> Trust	-0,091	-0,090	0,106	0,858	0,391
Lokasi -> Minat	0,415	0,418	0,139	2,995	0,003
Lokasi -> Trust	0,388	0,386	0,106	3,678	0,000
Religiusitas -> Minat	-0,072	-0,068	0,092	0,778	0,437
Religiusitas -> Trust	0,338	0,342	0,111	3,039	0,002
Trust -> Minat	0,316	0,313	0,123	2,581	0,010

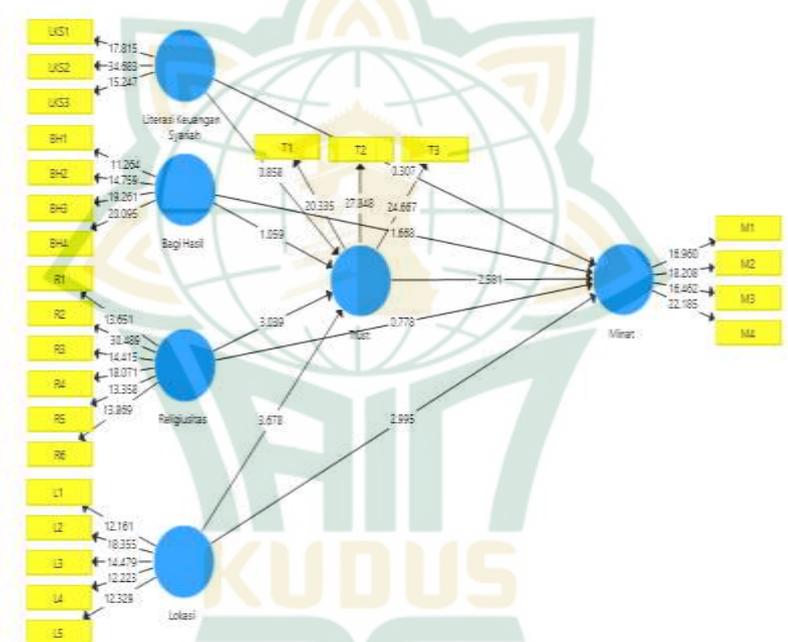
Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara langsung (*direct effect*) diatas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat sebesar 0,028 (positif) dan tidak signifikan dengan *t statistik* (0,307 < 1,96) atau *p-value* (0,759 > 0,05). Hipotesis ditolak
- b. Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap *trust* sebesar -0,091 (negatif) dan tidak signifikan dengan *t statistik* (0,858 < 1,96) atau *p-value* (0,391 > 0,05). Hipotesis ditolak
- c. Pengaruh bagi hasil terhadap minat sebesar 0,203 (positif) dan tidak signifikan dengan *t statistik* (1,668 < 1,96) atau *p-value* (0,096 > 0,05). Hipotesis ditolak
- d. Pengaruh bagi hasil terhadap *trust* sebesar 0,128 (positif) dan tidak signifikan dengan *t statistik* (1,059 < 1,96) atau *p-value* (0,290 > 0,05). Hipotesis ditolak
- e. Pengaruh Religiusitas terhadap minat sebesar -0,072 (negatif) dan tidak signifikan dengan *t statistik* (0,778 < 1,96) atau *p-value* (0,437 > 0,05). Hipotesis ditolak
- f. Pengaruh Religiusitas terhadap *trust* sebesar 0,338 (positif) dan signifikan dengan *t statistik* (3,039 > 1,96) atau *p-value* (0,002 < 0,05). Hipotesis diterima
- g. Pengaruh lokasi terhadap minat sebesar 0,415 (positif) dan signifikan dengan *t statistik* (2,995 > 1,96) atau *p-value* (0,003 < 0,05). Hipotesis diterima

- h. Pengaruh lokasi terhadap *trust* sebesar 0,388 (positif) dan signifikan dengan *t statistik* (3,678 > 1,96) atau *p-value* (0,000 < 0,05). Hipotesis diterima
 - i. Pengaruh *trust* terhadap minat sebesar 0,316 (positif) dan signifikan dengan *t statistik* (2,581 > 1,96) atau *p-value* (0,010 < 0,05). Hipotesis diterima
- Peneliti juga menyajikan hasil ouput dari koefisien jalur dan *p-value* dalam bentuk gambar sebagai berikut:

Gambar 4. 2 Jalur Koefisien Dan P-Value



Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Variable mediasi menjelaskan bahwa ada variabel yang menjadi antara/intervening pengaruh suatu variabel terhadap variable lainnya. Literasi keuangan syariah, bagi hasil, religiusitas, lokasi diduga berpengaruh langsung (*direct effect*) terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dan tidak langsung (*indirect effect*) melalui *trust* sehingga *trust* berperan sebagai variable mediasi/antara pengaruh Literasi keuangan syariah, bagi hasil,

religiusitas, lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hasil uji mediasi penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 23 Hasil Uji Mediasi

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Bagi Hasil -> Trust -> Minat	0,040	0,039	0,042	0,954	0,340
Literasi Keuangan Syariah -> Trust -> Minat	-0,029	-0,027	0,036	0,801	0,423
Lokasi -> Trust -> Minat	0,123	0,120	0,060	2,055	0,040
Religiusitas -> Trust -> Minat	0,107	0,106	0,054	1,981	0,048

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengaruh tidak langsung (*inderect effect*) sebagai berikut:

- a. *Trust* tidak signifikan memediasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat dengan koefisien jalur mediasi sebesar -0,029 (negatif) dengan *t statistik* (0,801 < 1,96) dan *p-value* (0,423 > 0,05).
- b. *Trust* tidak signifikan memediasi pengaruh bagi hasil terhadap minat dengan koefisien jalur mediasi sebesar 0,040 (positif) dengan *t statistik* (0,954 < 1,96) dan *p-value* (0,340 > 0,05).
- c. *Trust* signifikan memediasi pengaruh religiusitas terhadap minat dengan koefisien jalur mediasi sebesar 0,107 (positif) dengan *t statistik* (1,981 > 1,96) dan *p-value* (0,048 < 0,05).
- d. *Trust* signifikan memediasi pengaruh lokasi terhadap minat dengan koefisien jalur mediasi sebesar 0,123 (positif) dengan *t statistik* (2,055 > 1,96) dan *p-value* (0,040 < 0,05).

3. Evaluasi Kualitas Model

Evaluasi kualitas model dalam SmartPLS 3 termasuk bagian dari model *quality criteria*. Evaluasi kualitas model penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

- a. R Square

R square adalah seberapa besar varians variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel

eksogen. Hasil output dari R square penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 24 R square

	R Square	Adjusted R Square
Minat	0,578	0,560
Trust	0,448	0,429

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa: *Pertama*, besar varians variabel minat yang dijelaskan oleh literasi keuangan syariah, bagi hasil, religiusitas, lokasi sebesar 57,8% yang termasuk kategori pengaruh moderat atau sedang. *Kedua*, besar varians variabel *trust* yang dijelaskan oleh literasi keuangan syariah, bagi hasil, religiusitas, lokasi sebesar 42,9% yang termasuk kategori pengaruh mendekati moderat atau sedang.

b. F Square

F square adalah seberapa besar pengaruh variabel pada tingkat struktural. Hasil output F square pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 25 F Square

	Minat	Trust
Bagi Hasil	0,055	0,017
Literasi Keuangan Syariah	0,001	0,011
Lokasi	0,216	0,169
Minat		
Religiusitas	0,007	0,137
Trust	0,131	

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Dari tabel diatas dapat dipahami bahwa: *Pertama*, f square untuk bagi hasil terhadap minat adalah 0,055 yang berarti pengaruh bagi hasil terhadap minat termasuk kategori rendah. *Kedua*, f square untuk literasi keuangan syariah terhadap minat adalah 0,001 yang berarti pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat termasuk kategori

rendah. *Ketiga*, f square untuk lokasi terhadap minat adalah 0,216 yang berarti pengaruh lokasi terhadap minat termasuk kategori sedang. *Keempat*, f square untuk religiusitas terhadap minat adalah 0,007 yang berarti pengaruh religiusitas terhadap minat termasuk kategori rendah. *Kelima*, f square untuk *trust* terhadap minat adalah 0,131 yang berarti pengaruh *trust* terhadap minat termasuk kategori mendekati sedang. *Keenam*, f square untuk bagi hasil terhadap *trust* adalah 0,017 yang berarti pengaruh bagi hasil terhadap *trust* termasuk kategori rendah. *Ketujuh*, f square untuk literasi keuangan syariah terhadap *trust* adalah 0,011 yang berarti pengaruh literasi keuangan syariah terhadap *trust* termasuk kategori rendah. *Kedelapan*, f square untuk lokasi terhadap *trust* adalah 0,169 yang berarti pengaruh lokasi terhadap *trust* termasuk kategori sedang. *Kesembilan*, f square untuk religiusitas terhadap *trust* adalah 0,137 yang berarti pengaruh religiusitas terhadap *trust* termasuk kategori mendekati sedang.

c. Statistik epsilon (v)

Statistik epsilon (v) adalah efek size variabel mediasi menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel mediasi pada level struktural. Dalam SmartPLS 3 tidak mengeluarkan output efek size uji mediasi, oleh karena itu dapat dihitung secara manual. Dalam mengukur efek size uji mediasi peneliti merujuk pada Ogbeibu et al (2020) yang menggunakan rumus statistika epsilon $v = \beta_2 M X \beta_2 Y M.X$ dengan kriteria (0,175) pengaruh mediasi tinggi, (0,075) pengaruh mediasi moderat, dan (0,01) pengaruh mediasi rendah. Untuk hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. 26 Statistik Upsilon

No	Pengaruh	Statistik Upsilon (v)	Keterangan
1	Bagi Hasil -> Trust -> Minat	$(0,128)^2 \times (0,316)^2 = 0,00163604$	Pengaruh rendah
2	Literasi Keuangan Syariah -> Trust ->	$(-0,091)^2 \times (0,316)^2 = 0,00082691$	Pengaruh rendah

No	Pengaruh	Statistik Upsilon (v)	Keterangan
	Minat		
3	Lokasi -> Trust -> Minat	$(0,388)^2 \times (0,316)^2 = 0,01503272$	Pengaruh rendah
4	Religiusitas -> Trust -> Minat	$(0,338)^2 \times (0,316)^2 = 0,01140795$	Pengaruh rendah

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

d. Q Square

Q square redundancy adalah ukuran *predictive relevance* atau seberapa baik variabel eksogen mampu memprediksi variabel endogen. Nilai Q square dapat diperoleh melalui prosedur yang disebut *blindfolding procedure*. Untuk mengukur nilai Q square peneliti menggunakan referensi haie et al (2021) dalam bukunya Yamin, bahwa apabila nilai Q square lebih dari 0 (>0) maka mempunyai *predictive relevance* atau variabel eksogen mampu memprediksi variabel endogen. Masih dalam hair et al (2019) di bukunya Yamin, bahwa nilai Q square dengan nilai 0 (artinya *predictive relevance* rendah), 0,25 (artinya *predictive relevance* moderat), 0,50 (artinya *predictive relevance* tinggi). Untuk hasil output nilai Q square penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 27 Q Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Bagi Hasil	500,000	500,000	
Literasi Keuangan Syariah	375,000	375,000	
Lokasi	625,000	625,000	
Minat	500,000	325,070	0,350
Religiusitas	750,000	750,000	
Trust	375,000	262,821	0,299

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan pengelolaan hasil data diatas dapat diketahui bahwa:

- Q square redundancy untuk minat (0,350) > 0 dan diatas (0,25) menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi minat mempunyai *predictive relevance*

medium/sedang. Setiap perubahan/ varians variabel minat dapat diprediksi oleh variabel bagi hasil, literasi keuangan syariah, lokasi, religiusitas dan *trust*.

- *Q square redundancy* untuk *trust* (0,299) > 0 dan diatas (0,25) yang menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive reliance* medium/ sedang. Variabel bagi hasil, literasi keuangan syariah, lokasi dan religiusitas mampu memprediksi variabel *trust*.

e. Indeks Gof

Goodness of fit index (GoF) adalah evaluasi keseluruhan model dari evaluasi model pengukuran dan model struktural. *Role of thumb* dalam indeks GoF yaitu jika nilai GoF 0,10 (rendah), 0,25 (medium), dan 0,36 (tinggi). Adapun hasil output indeks GoF penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 28 Indeks GoF

Rerata Commuality	Rarata R Square	Indeks GoF
0,622	0,513	0,565

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai GoF adalah 0,565 yang artinya termasuk GoF yang tinggi sebab diatas 0,36. Data empiris mampu menjelaskan model pengukuran dan model struktural dengan tingkat kecocokan tinggi.

f. SRMR

SRMR adalah ukuran fit model (kecocokan model) yaitu perbedaan antara matrik korelasi data dengan matrik korelasi taksiran model. *Rule of thumb* nilai SRMR dibawah 0,08 menunjukkan model fit (cocok). Hasil output SRMR penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 29 SRMR

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0,072	0,072

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas, bahwa hasil SRMR adalah $0,072 < 0,080$ yang berarti model yang dibangun cocok dengan data empiris.

g. PLS Predict

PLS Predict berfungsi sebagai bentuk validasi kekuatan uji prediksi PLS. Untuk menunjukkan bahwa hasil PLS mempunyai ukuran kekuatan prediksi yang baik maka perlu dibandingkan dengan model dasar yaitu model regresi linier (LM). Perbandingan model (PLS versus LM) disebut lebih baik dilihat dari ukuran RMSE (*Root meansquared error*) atau MAE (*mean absolute error*) serta Q square predictive. Untuk hasil output PLS predict penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 30 PLS Predict

	Model SEM PLS			Model LM		
	RMSE	MAE	prediksi_Q ²	RMSE	MAE	prediksi_Q ²
M2	0,387	0,259	0,258	0,443	0,296	0,029
M3	0,389	0,248	0,323	0,425	0,273	0,193
M4	0,386	0,252	0,363	0,462	0,294	0,089
M1	0,392	0,264	0,256	0,438	0,290	0,073
T3	0,390	0,290	0,342	0,452	0,320	0,115
T1	0,413	0,303	0,242	0,453	0,328	0,087
T2	0,429	0,319	0,233	0,501	0,361	-0,043

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3

Berdasarkan hasil PLS predict diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai RMSE dan MAE model SEM PLS lebih rendah dari nilai RMSE dan MAE model LM (regresi linier), serta nilai prediksi Q² model SEM PLS lebih tinggi daripada nilai prediksi Q² model LM maka menunjukkan model mempunyai kekuatan prediksi tinggi.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Literasi keuangan syariah dapat dipahami sebagai sejauh mana seseorang memiliki pengetahuan, keterampilan/kemampuan, dan sikap dalam memahami dan mengelola keuangan yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Literasi keuangan syariah yang dimiliki oleh setiap individu muslim pada masyarakat Grobogan tentunya akan berbeda dalam menggunakan lembaga keuangan syariah. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah tidak signifikan dengan nilai original sampel 0,028 (positif) dan nilai *t statistik* dibawah 1,96 yaitu 0,307 serta nilai *p-value* melebihi 0,05 yaitu 0,759. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang di dimiliki individu belum tentu individu tersebut berminat untuk menjadi nasabah bank syariah di Grobogan. Maka hipotesis pertama tidak terbukti dan tidak dapat diterima.

Hasil hipotesis ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Hasibuan dan Nurbaiti yang menemukan bahwa variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t*-hitung yang lebih kecil dari nilai *t*-tabel ($0,227 < 1,985$).⁷ Serta hasil penelitiannya Albaity dan Rahman menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berkorelasi negatif dengan niat untuk menggunakan perbankan syariah.⁸ Temuan penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Nurrohmah dan Purbayati bahwa variabel independen tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung pada

⁷ 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)."

⁸ Albaity and Rahman, "The Intention to Use Islamic Banking: An Exploratory Study to Measure Islamic Financial Literacy."

Bank Umum Syariah di Kota Bandung.⁹ Serta hasil penelitiannya Zahra dkk yang menggunakan analisis linier berganda menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah (studi pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya).¹⁰

Hasil penelitian ini bertentangan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), dimana pemahaman tentang literasi keuangan syariah yang dimiliki individu termasuk kontrol perilaku dalam mengelola keuangannya yang sesuai dengan tuntunan syariah Islam. Dalam berperilaku, individu tidak dapat sepenuhnya mengendalikan perilaku mereka, karena dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Faktor-faktor tersebut dapat bersifat internal, seperti keterampilan, kemauan, informasi, dan lainnya, atau eksternal, seperti lingkungan yang mengelilingi individu tersebut. Sejauh mana seseorang dapat mengendalikan perilaku mereka tergantung pada sejumlah faktor, termasuk faktor internal dan eksternal yang disebutkan di atas. Persepsi kontrol perilaku adalah pemahaman bahwa perilaku yang ditunjukkan adalah hasil dari kontrol yang dilakukan oleh individu.¹¹

Hubungan yang tidak signifikan antara literasi keuangan syariah dengan minat menjadi nasabah menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi nasabah maka semakin rendah minat mereka untuk menjadi nasabah bank syariah di Grobogan. Maka bisa dipahami bahwa semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang keuangan syariah tidak berdampak pada penggunaan bank syariah. Mereka menganggap bank syariah berbeda dengan bank konvensional, namun hal ini

⁹ Nurrohmah and Purbayati, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah."

¹⁰ Az-Zahra, Andriana, and Thamrin, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Fe Universitas Sriwijaya)."

¹¹ Alwahidin La Pade and Jodi Wahyu Prayoga, "Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 12, no. 2 (2023): 143, [https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12\(2\).162-181](https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12(2).162-181).

tidak diiringi dengan keinginan untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Kurangnya motivasi atau keyakinan terhadap perbankan syariah menjadi bagian tersendiri dari literasi tentang perbankan syariah. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah penting untuk meningkatkan akseptabilitas layanan dan produk perbankan syariah.

2. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Bagi hasil merupakan ciri khusus dari bank syariah yang ditawarkan kepada masyarakat, besarnya keuntungan harus ditentukan bagiannya pada awal terjadinya akad, dan besarnya penentuan porsi bagi hasil harus disepakati kedua belah pihak yang berakad serta kerugiannya ditanggung kedua belah pihak. Sehingga bagi hasil yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang ditawarkan oleh bank syariah mempunyai daya tarik bagi masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah memiliki nilai original sampel 0,203 (positif) dan tidak signifikan dengan nilai *t statistik* 1,668 kurang dari 1,96 atau nilai *p-value* 0,096 melebihi 0,05. Hasil tersebut dapat dipahami bahwa bagi hasil tinggi yang ditawarkan bank syariah belum tentu masyarakat akan berminat menjadi nasabah bank syariah. Sehingga hipotesisnya tidak terbukti dan ditolak.

Pengaruh bagi hasil yang tidak signifikan dengan minat menjadi nasabah bank syariah ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Ridwan dkk bahwa variabel bagi hasil (X3) memiliki nilai *t*-hitung sebesar -0,102 dan signifikan 0,919 > 0,05. Hal ini berarti variabel bagi hasil (X3) tidak berpengaruh terhadap minat non muslim untuk menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat non muslim di Kupang Nusa Tenggara Timur.¹² Dan diperkuat

¹² Harun Al-Rasyid Siti Rahmania Ridwan, Maslichah, "Pengaruh Pelayanan, Lokasi Dan Profit Sharing/Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Empiris Pada Masyarakat Non Muslim Di Kupang Nusa Tenggara Timur)," *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal* 3, no. 2 (2022): 360–70, <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/6519>.

lagi dengan hasil penelitiannya Sulistyowati dkk bahwa variabel sistem bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank syariah di Bekasi.¹³

Pada hipotesis kedua ini, menyatakan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Grobogan karena beberapa alasan: *Pertama*, sebagian masyarakat masih beranggapan bahwa sistem bagi hasil dan bunga memiliki arti dan transaksi yang sama. Oleh karena itu, bagi hasil tidak menjadi pertimbangan bagi nasabah untuk memilih bank syariah. *Kedua*, Rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap pembagian nisbah bagi hasil yang tidak sesuai dengan keinginan masyarakat akan menurunkan minat masyarakat. *Ketiga*, Bagi hasil membuat biaya dalam transaksi di bank syariah menjadi sesuatu yang penting dalam proses transaksi dan masyarakat pada umumnya masih berpikir dua kali mengenai besar kecilnya biaya yang harus dibayarkan. Dengan demikian, meskipun konsep *Profit and loss sharing* yang ditawarkan bebas dari riba, namun jika nilai nisbah yang harus dibayarkan tinggi, maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.

Penelitian sebelumnya oleh Al Ajmi dkk telah membuktikan bahwa dampak biaya menempati peringkat teratas dalam mempengaruhi pemilihan bank.¹⁴ Oleh karena itu, bank perlu memastikan bahwa layanan mereka hemat biaya dan senantiasa mencerminkan kebutuhan nasabah. Selain itu, bank syariah perlu mempertimbangkan keuntungan nasabah sebagai insentif bagi mereka untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah. Demikian pula, untuk menjadi kompetitif, bank-bank Islam perlu memberikan persyaratan yang menguntungkan untuk

¹³ Ari Sulistyowati, Chiroel 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."

¹⁴ Jasim Al-Ajmi, Hameeda Abo Hussain, and Nadhem Al-Saleh, "Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain: How They Choose Which Bank to Patronize," *International Journal of Social Economics* 36, no. 11 (2009): 1086–1112, <https://doi.org/10.1108/03068290910992642>.

pembiayaan serta biaya layanan yang lebih rendah kepada pelanggan mereka.¹⁵

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB), dimana TPB menyatakan bahwa faktor-faktor yang melatarbelakangi, termasuk bagi hasil bank syariah, dipengaruhi oleh faktor informasi, seperti pengetahuan dan keyakinan kontrol. Pengetahuan *Theory of Planned Behaviour* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan individu. Selanjutnya, kebijakan bagi hasil bank syariah dapat dimasukkan ke dalam kategori *control beliefs*. Keyakinan kontrol berkaitan dengan keyakinan bahwa perilaku atau tugas yang diberikan dapat diselesaikan. Diharapkan dengan adanya pemahaman mengenai nisbah bagi hasil bank syariah akan mendorong minat masyarakat Kabupaten Grobogan untuk memanfaatkan produk perbankan syariah.¹⁶

3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Tinggi rendahnya religiusitas seseorang dapat memperlihatkan perbedaan orientasi dan perilaku seseorang termasuk dalam memilih bank syariah. Hal ini disebabkan oleh perbedaan mengambil keputusan menjadi nasabah bank syariah tergantung pada tingkat religiusitas yang mereka yakini. Pada hasil penelitian ini, tinggi atau rendahnya religiusitas yang dimiliki oleh individu tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Grobogan dengan hasil nilai original sampelnya sebesar -0,072 (negatif) dan nilai *t statistik* kurang dari 1,96 yaitu 0,778 atau nilai *p-value* lebih dari 0,05 yaitu 0,437. Maka hipotesis ketiga ini tidak terbukti dan ditolak.

Hasil hipotesis ketiga yang ditolak ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu oleh Musyafa dan Iqbal

¹⁵ Albaity and Rahman, "The Intention to Use Islamic Banking: An Exploratory Study to Measure Islamic Financial Literacy."

¹⁶ Isnaeni and Ratieh, "Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi."

bahwa berdasarkan hasil uji-t diketahui nilai *p-value* koefisien regresi religiusitas terhadap minat menabung adalah sebesar 0,138 (lebih besar dari 0,05) dan nilai *t*-hitung 1,498 lebih besar dari *t*-tabel 1,990. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menabung.¹⁷ Serta diperkuat lagi dengan hasil penelitiannya Sukardi bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung guru dan karyawan sekolah Muhammadiyah di bank syariah daerah Yogyakarta.¹⁸

Hasil penelitian ini juga inkosisten dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). *Theory of Planned Behaviour* (TPB) menyatakan bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor yang mendorong tumbuhnya minat individu untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah. Dalam konteks ini, agama berfungsi sebagai fondasi karakter individu yang mempengaruhi tindakan dan perilakunya. Mengingat adanya perbedaan pendapat mengenai masalah ini, sebagian berpendapat bahwa hukum bunga bank adalah halal, sementara yang lain berpendapat bahwa bunga bank adalah haram. Dari perspektif ini, dapat disimpulkan bahwa hukum bunga bank masih menjadi sumber kebingungan, menjadikan bank syariah sebagai solusi optimal untuk mengurangi ketidakpastian seputar hukum bunga bank. Dalam hal ini, kurangnya pemahaman tentang perbankan syariah secara keseluruhan dapat menghambat pengaruh religiusitas terhadap minat.¹⁹

Ini berkaitan dengan masyarakat kabupaten Grobogan yang mayoritas beragama Islam. Meskipun

¹⁷ Hilmi Musyaffa, "Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah."

¹⁸ Sukardi, "The Role of Religiosity Profit-Sharing Rate and Subjective Norm in Enhancing Saving Intention in Islamic Bank," *Journal of Islamic Economics Lariba* 8, no. 1 (2022): 1–14, <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol8.iss1.art1>.

¹⁹ Dhea Indah Puji Lestari, Susi Retna Cahyaningtyas, and Zuhrotul Isnaini, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan, Religiusitas, Dan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram)," *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* 3, no. 3 (2023): 68–82, <https://doi.org/10.29303/risma.v3i3.790>.

mayoritas penduduk beragam Islam, tetapi pemahaman masyarakat tentang keuangan Islam masih kurang. Hal ini dibuktikan oleh rendahnya pemahaman masyarakat tentang larangan riba dan perbedaan dasar bank syariah dan bank konvensional. Masyarakat masih beranggapan bahwa sistem yang ada di bank syariah sama dengan sistem yang ada bank konvensional. Hal inilah yang menjadi salah satu indikasi bahwa tinggi-rendahnya religiusitas tidak membuat seseorang menabung di bank syariah atau menabung di bank syariah tidak didasari oleh ketaatan beragama seseorang.

Disamping itu, dapat dijelaskan dengan fakta bahwa meskipun masyarakat memiliki pengetahuan tentang larangan agama secara teoritis, mereka mungkin masih ragu-ragu untuk menggunakan bank syariah. Keraguan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa perbedaan dari teori dengan praktik bank syariah, beberapa perbedaan ini diantaranya:

- a. Beberapa produk yang ditawarkan oleh bank syariah tidak berbeda dengan produk yang ditawarkan oleh bank konvensional.²⁰
- b. Masyarakat yang mayoritas muslim atau religius cenderung mempertanyakan kesesuaian bank syariah dengan prinsip-prinsip Islam. Mereka mengindikasikan bahwa keraguan terhadap layanan bank syariah disebabkan oleh kurangnya pengetahuan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank syariah.²¹

Oleh karena itu, hasil ini tampaknya mendukung gagasan bahwa ada perbedaan besar antara apa yang diketahui dan apa yang dipraktekkan dalam industri perbankan syariah berbeda.

²⁰ Thorsten Beck, Asli Demirgüç-Kunt, and Ouarda Merrouche, "Islamic vs. Conventional Banking: Business Model, Efficiency and Stability," *Journal of Banking and Finance* 37, no. 2 (2013): 433–47, <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2012.09.016>.

²¹ Nizar Rani and Marzouki Souiden, "Consumer Attitudes and Purchase Intentions toward Islamic Banks: The Influence of Religiosity," *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 2 (2015): 143–61.

4. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Istilah "lokasi" digunakan untuk menggambarkan tempat di mana perusahaan menjalankan aktivitasnya dan konsumen dapat dengan mudah memanfaatkan produk dan layanan perusahaan. Dengan kata lain, bank syariah sebisa mungkin mendirikan gedungnya yang bisa dijangkau oleh masyarakat umum. Sesuai dengan hasil penelitian ini, bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat Grobogan dengan nilai original sampel sebesar 0,415 (positif) dan nilai *t statistik* melebihi 1,96 yaitu 2,995 atau nilai *p-value* dibawah 0,05 yakni 0,003. Jadi hipotesis keempat ini terbukti dan diterima.

Hipotesis yang diterima ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Rosanti bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah pada bank syariah di Makassar.²² Serta diperkuat lagi dengan hasil penelitian Furda dan Fitria bahwa lokasi berpengaruh terhadap pemilihan bank syariah pada preferensi etnis Tionghoa di Banda Aceh.²³ Dan hasil penelitiannya Sari menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.²⁴

Temuan penelitian ini sejalan dengan kerangka teori *Theory of Planned Behaviour* (TPB). *Theory of Planned Behavior* (TPB) menyatakan bahwa niat individu dibentuk oleh norma-norma subjektif, dalam hal ini lingkungan sekitar. Semakin banyak informasi yang dimiliki seseorang tentang suatu topik tertentu, semakin

²² Novita Rosanti, "Factors Affecting The Decision Of Non Muslims To Become Customers Of Islamic Banks In Makassar," *Business and Entrepreneurial Review* 19, no. 2 (2019): 91–106, <https://doi.org/10.25105/ber.v19i2.5682>.

²³ Yani Prihatina Eka Furda and Fitria, "Analysis of Factors Influencing Preferences of Chinese Ethnic in Choosing Sharia Banks in Banda Aceh," *Siasat* 7, no. 2 (2022): 186–203, <https://doi.org/10.33258/siasat.v7i2.123>.

²⁴ Indah Sari, "Determinants of Customers Decision to Choose an Islamic Bank," *Mutanaqishah: Journal of Islamic Banking* 2, no. 2 (2022): 101–11, <https://doi.org/10.54045/mutanaqishah.v2i2.626>.

tertarik mereka akan topik tersebut. Semakin besar pengetahuan masyarakat tentang lokasi Bank Syariah Indonesia, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menabung di Bank Syariah Grobogan. Perubahan perilaku ini dapat dikaitkan dengan pengaruh *Theory of Planned Behavior*.

Lokasi merupakan faktor yang dapat mendukung pengambilan keputusan nasabah, lokasi yang dimaksud adalah tempat berdirinya atau beroperasinya sebuah bank syariah, lokasi yang strategis tentu akan memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi. Lokasi suatu bank syariah sangat berpengaruh terhadap jumlah nasabah, pada umumnya bank yang strategis akan memiliki jumlah nasabah yang tinggi, nasabah akan menjatuhkan pilihannya dengan mempertimbangkan kemudahan akses dan biaya yang dikeluarkan akan minimal.

Jadi dapat dipahami bahwa semakin baik lokasi bank syariah bertempat maka akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa layanan bank syariah. Peningkatan lokasi dalam sebuah perusahaan meliputi akses ke bank syariah mudah dijangkau dengan sarana transportasi umum, bank berdiri dan dapat di lihat dari tepi jalan, banyak orang yang melakukan aktivitas di sekitar tempat bank syariah dan tersedianya tempat parkir yang luas dan nyaman serta tersediannya lahan yang luas untuk pengembangan usaha.

5. Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Konsep kepercayaan dapat didefinisikan sebagai kesediaan konsumen untuk mempercayakan risiko dari suatu tindakan dari pihak lain yang diyakini dapat melakukan tindakan yang penting bagi pihak yang mempercayainya. Didalam perbankan, nasabah mempercayakan dananya kepada pihak bank agar dikelola atau disimpan dengan baik serta menyediakan dana kepada nasabah lain yang ingin mengajukan pembiayaan. Jadi *trust* yang diberikan oleh bank terhadap nasabah sangat penting dalam tumbuh kembangnya perbankan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *trust* atau

kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat Grobogan dengan nilai original sampel sebesar sebesar 0,316 (positif) dan dikatakan signifikan dengan nilai *t statistik* ($2,581 > 1,96$) atau *p-value* ($0,010 < 0,05$). Maka hipotesis kelima ini diterima.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitiannya Purbayati dan Nurrohmah bahwa kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Sebab bank syariah sudah dikenal oleh masyarakat umum.²⁵ Dan hasil penelitiannya Sari dan Pradesyah bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat.²⁶ Serta hasil penelitiannya Andriani dan Halmawati bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap bank, maka semakin tinggi pula nasabah menginvestasikan dananya pada bank tersebut.²⁷

Hasil penelitian ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa menurut Hartono dalam Hidayati, *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga jenis kepercayaan yang berbeda: kepercayaan perilaku, kepercayaan normatif, dan kepercayaan kontrol. Singkatnya, kepercayaan perilaku menghasilkan sikap menyukai atau tidak menyukai perilaku tertentu, kepercayaan normatif menimbulkan tekanan sosial atau norma subyektif, dan kepercayaan kontrol memberikan kontrol perilaku yang dirasakan. Singkatnya, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan secara

²⁵ Nurrohmah and Purbayati, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." 151

²⁶ Ade Julia Sari and Riyan Pradesyah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor Malaysia Melakukan Transaksi Di Bank Islam," *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 6, no. 1 (2023): 44–53.

²⁷ Andriani and Halmawati, "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah."

kolektif akan mengarah pada niat berperilaku, yang pada gilirannya akan menghasilkan perilaku.²⁸

Prinsip kepercayaan nasabah dan penyediaan produk yang sesuai dengan harapan masyarakat merupakan dua faktor kunci yang berkontribusi terhadap popularitas perbankan syariah di Kabupaten Grobogan. Masyarakat memandang bahwa bank syariah berkewajiban untuk menghormati semua amanah yang diberikan kepada mereka, sebagaimana Islam mendukung kepercayaan dan kewajiban yang dimiliki oleh setiap individu kepada orang lain. Persepsi bahwa bank syariah adalah lembaga yang amanah dan bertanggung jawab telah menyebabkan tingkat kepercayaan yang tinggi di kalangan masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah dan menyimpan uang mereka di sana.

Kemudian, para nasabah memandang bahwa bank-bank syariah akan berkembang karena pangsa pasar Muslim yang besar. Keyakinan ini secara kolektif menimbulkan kepercayaan yang tinggi di antara para nasabah untuk mempertahankan simpanan mereka di bank syariah dalam jangka waktu yang lama. Sangatlah penting menjaga kepercayaan masyarakat untuk memastikan keberlangsungan jangka panjang sebuah bisnis. Jelaslah bahwa perbankan konvensional merupakan kekuatan dominan di Indonesia, terutama di antara penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Terbukti bahwa dengan menumbuhkan kepercayaan di dalam masyarakat, bank-bank syariah dapat dengan cepat memperoleh pangsa pasar yang signifikan, menggeser bank-bank konvensional. Semakin besar kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah, semakin besar pula kecenderungan untuk menabung di bank syariah.

²⁸ Nurul Azmi Hidayati, "Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 2*, no. 2 (2013): 410–19.

6. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening

Berlandaskan hasil penelitian yang telah di olah melalui aplikasi SmartPLS 3 diketahui bahwa pengaruh langsung antara literasi keuangan syariah dengan *trust* memiliki hubungan arah yang negatif, hal ini dibuktikan nilai original sampelnya sebesar $-0,091$. Kemudian nilai *t statistik* sebesar $0,858$ lebih kecil dari *role of thumb* yaitu $1,96$ dan nilai *p-value* sebesar $0,391$ lebih besar dari *role of thumb* yaitu $0,05$. Maka dari itu, dilihat dari nilai *t statistik* dan *p-value* nya bisa dikatakan bahwa hubungan langsung literasi keuangan syariah terhadap *trust* tidak signifikan atau tidak ada pengaruh. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Ahmad Munajin bahwa kemampuan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan pada produk bank syariah.²⁹

Selanjutnya hasil pengujian secara tidak langsung literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah dengan *trust* sebagai variabel intervening memiliki hubungan arah yang negatif juga dengan nilai original sampel sebesar $-0,029$. Sedangkan nilai *t statistik* sebesar $0,801$ tidak melebihi *role of thumb* nya yakni $1,96$ dan nilai *p-value* sebesar $0,423$ melebihi *role of thumb* nya yakni $0,05$. Sehingga hubungan literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah dengan *trust* sebagai mediasi dikatakan tidak signifikan atau tidak ada pengaruh. Maka hipotesis keenam ini ditolak.

Hasil pengujian secara langsung antara literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah diketahui tidak signifikan. Kemudian, setelah diberi variabel mediasi berupa *trust* diantara literasi keuangan syariah dengan minat menjadi nasabah secara tidak langsung menjadi hubungan yang tidak signifikan atau tidak ada pengaruh juga. Maka bisa dipahami bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki oleh nasabah dan dibarengi dengan kepercayaan

²⁹ Munajin, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan Pada Produk Perbankan Syariah."

yang tinggi terhadap bank syariah belum tentu menjadi faktor utama nasabah dalam pemilihan bank syariah yang ada di Grobogan.

Hasil penelitian ini inkosisten dengan hasil penelitiannya Setiyaningsih dan Pramuka bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap pemilihan bank syariah. Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap pemilihan perbankan syariah. Oleh karena itu, dapat dikemukakan bahwa literasi keuangan harus dimediasi oleh kepercayaan dalam pemilihan perbankan syariah.³⁰ Serta hasil penelitiannya Setiawan bahwa tingkat literasi keuangan syariah secara tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah melalui kepercayaan. Tingkat literasi yang tinggi pada masyarakat dapat menghasilkan kepercayaan yang lebih besar terhadap bank syariah, yang pada akhirnya dapat mengarah pada keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah.³¹

Namun, hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitiannya Salam dan Azizah bahwa literasi keuangan dengan variabel kemampuan, sikap dan pengetahuan mempengaruhi niat ibu rumah tangga untuk menggunakan pembiayaan syariah. Sementara itu, variabel kepercayaan gagal memoderasi kemampuan ibu rumah tangga untuk menggunakan pembiayaan syariah. Variabel kepercayaan tidak berhasil memoderasi pengetahuan ibu rumah tangga untuk menggunakan pembiayaan syariah. Sedangkan variabel kepercayaan secara signifikan memoderasi variabel sikap terhadap menggunakan pembiayaan syariah.³²

³⁰ Setiyaningsih and Pramuka, "Faktor Penentu Pemilihan Bank Syariah Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi."

³¹ Setiawan, "Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Dan Citra Bank Syariah," *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* 3, no. 2 (2023): 240–51, <https://doi.org/10.35313/jaief.v3i2.4858>.

³² Annisa Nur Salam and Siti Nur Azizah, "Does Financial Literacy Influence Houswife Intention To Use The Islamic Financing? With *Trust* As A

Hasil penelitian ini bertentangan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), dimana variabel literasi keuangan syariah merupakan bagian dari kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived behavioral control*) yang bisa dimiliki oleh setiap masyarakat dengan adanya usaha mempelajari keuangan syariah secara sempurna. Sehingga pada akhirnya akan muncul minat menjadi nasabah bank syariah serta memutuskan untuk bergabung menjadi nasabah bank syariah. Namun pada kenyataannya, individu yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik saja tidak cukup, jika tidak memiliki kesadaran untuk mengimplementasikan pengetahuannya. Sehingga minat untuk menjadi nasabah bank syariah juga tidak akan tumbuh jika hanya sebatas memiliki literasi yang baik tanpa adanya praktik langsung terkait pengetahuan yang dimilikinya, khususnya dalam ilmu perbankan syariah.

Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap pemilihan bank syariah, pemahaman yang tinggi terhadap keuangan syariah tidak serta merta meningkatkan minat masyarakat terhadap perbankan syariah, literasi keuangan syariah yang dilengkapi dengan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah juga belum tentu nasabah akan memilih bank syariah. Sehingga ada beberapa faktor lain yang menjadikan para nasabah berminat untuk menjadi nasabah bank syariah, diantaranya: kualitas pelayanan yang baik, terhindar dari riba, dan produk-produk bank syariah yang sesuai dengan tuntunan syariah. Kemudian sangat penting bagi masyarakat yang belum menggunakan jasa perbankan perlu meningkatkan literasi keuangan syariah untuk meningkatkan pemahaman yang mendalam mengenai perbankan syariah sehingga terbentuk rasa kepercayaan yang tinggi. Mengingat literasi keuangan syariah masih rendah di kalangan masyarakat Grobogan.

7. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening

Berlandaskan hasil penelitian yang telah di olah melalui aplikasi SmartPLS 3 diketahui bahwa pengaruh langsung antara bagi hasil dengan *trust* memiliki hubungan arah yang positif, hal ini dibuktikan nilai original sampelnya sebesar 0,128. Kemudian nilai *t statistik* sebesar 1,059 lebih kecil dari *role of thumb* yaitu 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,290 lebih besar dari *role of thumb* yaitu 0,05. Maka dari itu, dilihat dari nilai *t statistik* dan *p-value* nya bisa dikatakan bahwa hubungan langsung bagi hasil terhadap *trust* tidak signifikan atau tidak ada pengaruh.

Hal ini juga dapat dipahami bahwa semakin tinggi bagi hasil yang diberikan bank syariah tidak serta merta memengaruhi kepercayaan nasabah terhadap bank syariah yang ada di Grobogan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitiannya Wijayani bahwa profitabilitas bank syariah tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat untuk menabung di bank syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya profitabilitas bank syariah tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat untuk menabung di bank syariah. Hal ini juga menunjukkan bahwa masyarakat yang menabung di bank syariah tidak terlalu mementingkan keuntungan dan lebih mementingkan keamanan dalam hal terbebas dari jeratan ribawi.³³

Selanjutnya hasil pengujian secara tidak langsung bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah dengan *trust* sebagai variabel intervening memiliki hubungan arah yang positif juga dengan nilai original sampel sebesar 0,040. Sedangkan nilai *t statistik* sebesar 0,954 tidak melebihi *role of thumb* nya yakni 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,340 melebihi *role of thumb* nya yakni 0,05. Sehingga hubungan bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah dengan *trust* sebagai mediasi dikatakan tidak signifikan

³³ Wijayani, "Kepercayaan Masyarakat Menabung Pada Bank Umum Syariah."

atau tidak ada pengaruh. Maka hipotesis ketujuh ini ditolak.

Hasil pengujian secara langsung antara bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah diketahui tidak signifikan. Kemudian, setelah diberi variabel mediasi berupa *trust* diantara bagi hasil dengan minat menjadi nasabah secara tidak langsung menjadi hubungan yang tidak signifikan atau tidak ada pengaruh juga. Maka bisa dipahami bahwa semakin tinggi tingkat bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah dan dibarengi dengan kepercayaan yang tinggi terhadap bank syariah belum tentu menjadi faktor utama nasabah dalam pemilihan bank syariah yang ada di Grobogan.

Hasil penelitian ini inkosisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauzi dkk bahwa *profit and loss sharing* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan tidak berpengaruh terhadap niat konsumen. Peran kepercayaan dalam memediasi *profit and loss sharing* terhadap niat konsumen memiliki pengaruh yang signifikan. Kepercayaan dapat menstabilkan perilaku seseorang. Dengan demikian, dapat diimplementasikan bahwa kepercayaan dapat mendukung faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen. Seorang manajer harus membangun kepercayaan konsumen untuk tetap unggul dalam persaingan.³⁴ Serta hasil penelitiannya Nurjannah dan Pratikto bahwa bagi hasil laba rugi berpengaruh terhadap Kepercayaan namun tidak berpengaruh terhadap niat UMKM untuk membiayai di BSI dan Kepercayaan berperan sebagai mediasi. Dalam upaya meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi niat UMKM untuk membiayai, Pengelola BSI harus menciptakan kepercayaan UMKM yang memberikan kemungkinan bagi umat beragama Islam untuk menjadi nasabah pembiayaan.³⁵

³⁴ Fauzi et al., "The Effect of Religiosity, Profit Los And Sharing on Consumer *Trust* and Intention to Financing in Islamic Bank."

³⁵ D Nurjannah, B E Soetjipto, and ..., "Effect of Religiosity, Profit and Loss Sharing, *Trust* and Financing Intentions at Indonesian Islamic Bank (BSI)," *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 5, no. 2 (2022): 10760–74, <https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/4891>.

Hasil penelitian ini juga inkosisten dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa anteseden ketiga dari niat adalah tingkat kendali perilaku yang dirasakan (*Perceived behavioral control*), seperti yang kita lihat sebelumnya, mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku dan diasumsikan mencerminkan pengalaman masa lalu serta hambatan dan hambatan yang diantisipasi. Maka dari itu, calon nasabah lebih berhati-hati dalam memutuskan minatnya menjadi nasabah bank syariah, sebab sistem bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah terkadang masih ada kendala-kendala yang belum bisa diselesaikan.

Sebagai contoh, perjanjian bagi hasil adalah kontrak antara *sahib al-mal* dan *mudharib*. *Mudharib* diasumsikan selalu bersikap oportunist sehingga para bankir perbankan syariah menganggap akad PLS tidak efisien dengan indikator (1) Pembiayaan dengan sistem PLS mengandung ketidakpastian pendapatan dibandingkan dengan jenis akad lainnya (seperti *murabahah dan ijarah*), (2) Pembiayaan dengan sistem PLS sangat beresiko karena kerugian usaha mitra dapat ditanggung oleh bank syariah, (3) Pembiayaan dengan sistem PLS sangat rumit dan menyita waktu karena membutuhkan pengawasan individual mitra, (4) Bank syariah belum memiliki teknologi atau mekanisme yang dapat mengetahui jumlah hasil usaha mitra secara cepat dan efisien untuk dasar perhitungan PLS, dan (5) Bank syariah belum memiliki teknologi atau mekanisme yang dapat mengetahui secara cepat apakah mitra melakukan kecurangan dalam perhitungan PLS atau tidak.³⁶

Ada beberapa alasan dimana nasabah tidak berminat menggunakan akad bagi hasil dalam perbankan syariah, di antara alasan yaitu:

³⁶ Ratno Agriyanto et al., "The Behavior Of Bankers Towards Profit And Loss Sharing Contracts: A Modified Theory of Planned Behavior Approach," *ULUL ALBAB Jurnal Studi Islam* 23, no. 2 (2022): 208–27, <https://doi.org/10.18860/ua.v23i2.17038>.

- a. Kurangnya pengetahuan nasabah terhadap produk perbankan syariah terutama sistem bagi hasil (*profit loss and sharing*).
- b. Nasabah masih beranggapan bahwa antara bagi hasil yang ada di bank syariah dengan bunga di bank konvensional tidak jauh beda atau dalam artian sama.
- c. Nasabah belum percaya sepenuhnya dengan kesyariahan bank syariah.
- d. Pihak bank syariah yang lebih sering menawarkan produknya dalam bentuk non PLS dari pada PLS itu sendiri

Sedangkan dari bank syariah sendiri mempunyai beberapa faktor kenapa akad non PLS (*profit loss and sharing*) lebih mendominasi daripada akad bagi hasil (*profit loss and sharing*), diantaranya:³⁷

- a. Bank syariah berperan sebagai lembaga intermediasi. Di satu sisi bank harus memberikan bagi hasil (*profit and loss sharing*) bagi penabung atau deposan, sementara di sisi lain bank syariah harus menyediakan pembiayaan bagi masyarakat yang membutuhkan bantuan dana. Ketidaksiapan pemilik tabungan dan deposito untuk menanggung kerugian membuat bank lebih memilih pembiayaan *murabahah* dengan pengembalian yang pasti daripada bagi hasil yang memiliki potensi kerugian yang dapat mempengaruhi keputusan pemilik tabungan dan deposito.
- b. Peraturan Bank Indonesia belum sepenuhnya mendukung penerapan bagi hasil dimana nasabah diharapkan selalu memperoleh keuntungan atau kinerja yang baik untuk dapat dikategorikan sebagai nasabah yang pembiayaannya lancar.
- c. Proses analisa pembiayaan bagi hasil memiliki tingkat kesulitan yang lebih tinggi karena adanya ketidakpastian usaha. Hal ini menuntut sumber daya

³⁷ Aidha Trisanty, "The Profit Sharing Implementation for Financing in Indonesian Islamic Banking," *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance* 1, no. 1 (2018): 32, <https://doi.org/10.20473/aijief.v1i1.10138>.

manusia di bidang keuangan dan perbankan untuk dapat melakukan proses pembiayaan secara hati-hati. Keterbatasan kompetensi sumber daya manusia menjadi salah satu pertimbangan bank syariah untuk lebih memprioritaskan realisasi pembiayaan dengan prinsip non bagi hasil.

- d. Asimetris informasi dapat menyebabkan terjadinya *agency contractual* yang menyebabkan kesulitan bagi bank untuk memastikan bahwa kegiatan usaha yang dijalankan sesuai dengan kesepakatan awal.

8. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil pengelolaan penelitian melalui aplikasi SmartPLS versi 3 menunjukkan bahwa hubungan langsung antara religiusitas terhadap *trust* mempunyai hubungan arah yang positif, dimana nilai original sampelnya sebesar 0,338. Serta nilai *t statistik* sebesar 3,039 yang harus melebihi batas minimalnya 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,002 yang tidak melebihi batas maksimalnya 0,05. Maka hubungan langsung antara religiusitas terhadap *trust* memiliki hubungan yang signifikan sehingga hipotesisnya diterima. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dkk bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, sehingga semakin tinggi nilai religiusitas suatu bank syariah, maka akan semakin menumbuhkan kepercayaan nasabah.³⁸

Selanjutnya hasil pengujian secara tidak langsung hubungan antara religiusitas terhadap minat menjadi nasabah dengan *trust* sebagai mediasi juga mempunyai hubungan arah yang positif, dimana nilai dari original sampelnya sebesar 0,107. Sedangkan nilai *t statistik* sebesar 1,981 yang sudah melebihi *role of thumb* 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,048 dibawah dari *role of thumb*

³⁸ Wijaya et al., "Trust, Satisfaction, and Loyalty of Islamic Bank Customers: Role of Religiosity," *Jurnal Aplikasi Manajemen* 21, no. 2 (2023): 490–501, <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.02.17>.

0,05. Maka hubungan tidak langsung antara religiusitas terhadap minat menjadi nasabah dengan di mediasi *trust* dikategorikan signifikan sehingga hipotesis kedelapan yang diajukan dapat diterima.

Dalam pengujian pengaruh langsung sebelumnya, diketahui bahwa hubungan religiusitas terhadap minat menjadi nasabah tidak signifikan atau tidak ada pengaruh. Kemudian, setelah di mediasi dengan variabel *trust* antara religiusitas dengan minat menjadi nasabah secara tidak langsung menjadi hubungan yang signifikan atau berpengaruh. Hal tersebut disebabkan karena semakin tinggi religiusitas individu yang diberengi dengan *trust* atau kepercayaan yang tinggi terhadap bank akan mempengaruhi individu tersebut berminat menjadi nasabah dari bank syariah di daerah Grobogan.

Kepercayaan memiliki hubungan yang erat dengan sikap religiusitas seseorang. Seseorang akan memiliki *trust* yang tinggi dan prasangka yang baik jika seseorang memiliki sikap religius yang tinggi. Agama mengatur apa yang diperbolehkan dan dilarang, yang akan mempengaruhi preferensi masyarakat dalam mengkonsumsi produk tertentu. Sehingga semakin religius seseorang dalam segala aspek kehidupannya, maka semakin peka pula ia terhadap berbagai produk (barang dan jasa) yang sesuai dengan syariat agama. Produk dengan merek yang mengindikasikan kesyariahan atau kehalalan produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek yang bersangkutan, yang pada gilirannya memungkinkan mereka untuk berperilaku positif terhadap merek tersebut. Kepercayaan terhadap merek ini kemudian akan menjadi prediktor dalam perilaku pembelian mereka, terutama dalam keputusan individu ketika mereka memilih jasa perbankan.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung hasil penelitiannya Rizal dkk bahwa kepercayaan dapat memediasi religiusitas terhadap niat masyarakat untuk melakukan pembiayaan di bank Muamalat. Serta faktor yang paling penting bagi Bank Muamalat harus mampu menciptakan *trust* pada masyarakat Madiun terhadap

kinerja Bank Muamalat.³⁹ Dan hasil penelitian Jasin bahwa Kepercayaan dapat memediasi secara positif pengaruh Religiusitas terhadap Purchase Intention pada produk Bank Syariah di Kota Medan.⁴⁰ Serta hasil penelitian Suhartanto bahwa bagi nasabah bank syariah, religiusitas berpengaruh terhadap niat berperilaku melalui penguatan kepercayaan terhadap bank syariah sebagai lembaga keuangan.⁴¹

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa religiusitas dikategorikan sebagai bagian dari sikap terhadap perilaku yang dimiliki oleh seseorang yang beragama. Pada dasarnya religiusitas seseorang dapat di implementasikan dalam berbagai sikap, dalam artian sikap yang muncul dari seseorang dapat di pengaruhi oleh tingkat religiusitas yang dimilikinya. Tinggi atau rendahnya religiusitas seseorang dapat dilihat dari perbedaan orientasinya, termasuk lebih memilih bank syariah dibandingkan bank konvensional. Seseorang dengan religiusitas tinggi akan lebih memahami hukum-hukum syariat terhadap perbankan syariah, seperti: mengetahui bahwa bank syariah harus mempunyai prinsip keadilan, kemitraan, transparansi, universal serta bank syariah dilarang melakukan transaksi yang mengandung unsur *riba*, *maisir*, *gharar*. Sehingga pada akhirnya, tingkat religiusitas yang dibarengi dengan kepercayaan yang tinggi terhadap bank syariah dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah.

Hasil penelitian ini menekankan pentingnya religiusitas yang di barengi *trust* atau kepercayaan sebagai pendorong utama nasabah dalam memilih bank syariah. Dengan demikian, meyakinkan nasabah bahwa bank yang ada di daerah Grobogan sepenuhnya sesuai dengan

³⁹ Rizal Ula Ananta Fauzi, Dian Cita Ningtyas Ari Kadi, and Arman Hj. Ahmad, "The Role of *Trust* as Mediator in the Effect of Religiosity and Bank Image Towards Consumers' Intention," *Asia Pacific Journal of Social Science Research* 6, no. 1 (2021): 23, <http://abrn.asia/ojs/index.php/apjssr/article/view/114>.

⁴⁰ Jasin et al., "Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank Dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention?"

⁴¹ Dwi Suhartanto, "Predicting Behavioural Intention toward Islamic Bank: A Multi-Group Analysis Approach," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 4 (2019): 1091–1103, <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0041>.

prinsip-prinsip Islam (Syariah) akan mencegah nasabah beralih ke bank konvensional. Studi ini menyiratkan bahwa nilai-nilai Islam adalah platform untuk mengelola nasabah bank syariah. Platform ini kemudian membentuk sistem operasional dan prosedur yang memungkinkan bank untuk menciptakan niat perilaku di antara para nasabah. Untuk menjaga agar tetap patuh terhadap Syariah, bank syariah dapat membentuk Dewan Penasihat Syariah untuk mengawasi dan menjamin bahwa kegiatan dan operasional bank sesuai dengan Syariah. Pembentukan dewan ini penting untuk meningkatkan kepercayaan nasabah maupun non-nasabah terhadap bank syariah. Selain itu, strategi komunikasi yang berfokus pada kesesuaian bank syariah dengan nilai-nilai syariah dapat meyakinkan nasabah bank syariah tentang kesesuaian layanan bank syariah dengan kebutuhan perbankan dan agama mereka.

9. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil pengelolaan penelitian melalui aplikasi SmartPLS versi 3 menunjukkan bahwa hubungan langsung antara lokasi terhadap *trust* mempunyai hubungan arah yang positif, dimana nilai original sampelnya sebesar 0,388. Serta nilai *t statistik* sebesar 3,678 yang harus melebihi batas minimalnya 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,000 yang tidak melebihi batas maksimalnya 0,05. Maka hubungan langsung antara lokasi terhadap *trust* memiliki hubungan yang signifikan sehingga hipotesisnya diterima. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Novi Oktaviani bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.⁴²

Selanjutnya hasil pengujian secara tidak langsung hubungan antara lokasi terhadap minat menjadi nasabah dengan *trust* sebagai mediasi juga mempunyai hubungan

⁴² 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)."

arah yang positif, dimana nilai dari original sampelnya sebesar 0,123. Sedangkan nilai *t statistik* sebesar 2,055 yang sudah melebihi *role of thumb* 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,040 dibawah dari *role of thumb* 0,05. Maka hubungan tidak langsung antara lokasi terhadap minat menjadi nasabah dengan di mediasi *trust* dikategorikan signifikan sehingga hipotesis kesembilan yang diajukan dapat diterima.

Dalam pengujian pengaruh langsung sebelumnya, diketahui bahwa hubungan lokasi terhadap minat menjadi nasabah signifikan atau ada pengaruh. Kemudian, setelah di mediasi dengan variabel *trust* antara lokasi dengan minat menjadi nasabah secara tidak langsung menjadi hubungan yang signifikan atau berpengaruh juga. Hal tersebut disebabkan karena semakin baik lokasi bank syariah yang diberengi dengan *trust* atau kepercayaan yang tinggi terhadap bank akan mempengaruhi individu tersebut berminat menjadi nasabah dari bank syariah di daerah Grobogan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Fauziah dkk bahwa pengaruh promosi, kualitas pelayanan, lokasi dan citra merek signifikan terhadap keputusan nasabah menabung melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada bank tabungan negara di kota padang.⁴³ Serta hasil penelitiannya Sukma dkk lokasi yang termasuk dalam dimensi variabel bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa BSI di Kota Palembang dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.⁴⁴

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* atau teori perilaku berencana (TPB) bahwa perilaku atau tindakan setiap orang ditentukan oleh niat mereka. Memiliki motivasi yang dapat memengaruhi perilaku seseorang sebanding dengan tujuan ini. Menurut

⁴³ Fauziah, Amaluis, and 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."

⁴⁴ Chintia Gita Sukma, Abdul Hadi, and Titin Hartini, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening," *Al-Buhuts e-Journal* 19, no. 1 (2023): 162–77.

teori ini, sikap terhadap suatu tindakan, norma subjektif, dan kontrol perilaku adalah tiga faktor yang menentukan niat. Salah satu faktor yang menentukan niat ialah norma subjektif yang berasal dari lingkungan sekitar. Dimana, jika seseorang mengamati bahwa banyak orang lain yang menabung di bank syariah, maka ia akan cenderung melakukan hal yang sama karena lokasi bank yang mudah dijangkau dan strategis.

Hasil yang signifikan antara variabel lokasi terhadap minat menjadi nasabah dengan di mediasi *trust* disebabkan karena nasabah beranggapan bahwa lokasi bank syariah yang ada di Grobogan terbilang strategis, dekat dengan pemukiman nasabah, dan aksesibilitas yang mudah dijangkau. Aksesibilitas perbankan syariah sangat berkorelasi dengan lokasi karena salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan lokasi adalah dapat dengan mudah dijangkau oleh semua orang atau dengan kata lain memiliki aksesibilitas yang baik. Selain itu, faktor lain yang berkorelasi dengan aksesibilitas adalah kemudahan, kenyamanan, dan keamanan nasabah saat bertransaksi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nasabah akan tertarik menjadi nasabah bank syariah ketika lokasi kantor bank syariah yang mudah dijangkau oleh semua orang serta kepercayaan nasabah terhadap bank syariah dalam menyimpan atau mengelola dana nasabah.