

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH DI BENGKULU**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR MAGISTER
(S2) DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:
AISYAH RAHAYU, S.E
NIM: 20208012040

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2023

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH DI BENGKULU**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR MAGISTER
(S2) DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

Aisyah Rahayu

NIM: 20208012040

PEMBIMBING:

DR. RUSPITA RANI PERTIWI, S.PSi, M.M

NIP: 197606162005012001

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2023



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-957/Un.02/DEB/PP.00.9/07/2023

Tugas Akhir dengan judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
PRODUK BANK SYARIAH DI BENGKULU

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AISYAH RAHAYU, S.E
Nomor Induk Mahasiswa : 20208012040
Telah diujikan pada : Kamis, 22 Juni 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Kenna Sidang

Dr. Ruspta Rani Pertiwi, S.Psi, M.M
SIGNED

Valid ID: 64d46cc15213



Penguji I

Prof. Dr. H. Syafiq Mahmudah Hanafi, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 64c7908b6d28



Penguji II

Dr. Abdul Haris, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 64ac07e580bd



Yogyakarta, 22 Juni 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afidwaiza, S.Ag., M.Ag
SIGNED

Valid ID: 64845cc0710c

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Aisyah Rahayu

Kepada

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Aisyah Rahayu
NIM : 20208012040
Judul Tesis : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah di Bengkulu

Sudah dapat diajukan kepada kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 23 Mei 2023

Pembimbing,

Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S. Psi, M.M
NIP: 197606162005012001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assamu 'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aisyah Rahayu
NIM : 20208012040
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Menyatakan bahwa Tesis saya yang berjudul "**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah di Bengkulu**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebutkan dalam body note dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab penulis.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat agar dapat dimaklumi dan di pergunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu 'alaikum. Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 22 Mei 2023

Hormat Saya,


Aisyah Rahayu

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aisyah Rahayu
NIM : 20208012040
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah di Bengkulu"

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan Tesis ke dalam jurnal yang tersitasi Standard DOAJ (*Direct of Open Access Journals*), guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir/Tesis di Program Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 22 Mei 2023

Hormat Saya,



Aisyah Rahayu

HALAMAN MOTTO

“Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi, maka senangilah apa yang terjadi” Ali bin Abi Thalib

“Small progress is better than no progress at all”

“Patience is a key element to success” Bill Gates



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Penuh rasa syukur dan alhamdulillah kepada Allah Ku, shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada baginda Rasulullah SAW, atas ridho-Nya dan do'a orang tua dan orang tersayang, akhirnya thesis ini dapat terselesaikan. Thesis ini aku persembahkan khusus kepada:

For My Parents

Yang tersayang **Ibu Daroyah** serta yang tersayang Bapak **Rakup** (alm)
(Terimakasih banyak atas do'a yang dihaturkan di setiap sholat dan sujud mu)

Terimakasih juga untuk Kakak dan Mbak yang selalu support

Terimakasih ku ucapkan juga untuk teman yang selalu support dan selalu membantu dalam keadaan apapun

Dosen dan Pengajar

Terkhusus ibu pembimbing yang sudah membimbing, memberikan ilmu yang luar biasa dan caring terhadap anak bimbingannya

Terimakasih juga untuk teman seperjuangan yang selalu support MES

Genap 2021

Terimakasih Almamater tercinta

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)

د	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	`	apostrof
ي	Yā'	y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

C. Ṭā' marbūṭah

Semua ṭā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang

sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	Ḥikmah
عَلَّة	ditulis	‘illah
كرامة الأولياء	ditulis	karāmah al-auliyā’

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

_____	Fathah	ditulis	A
_____	Kasrah	ditulis	i
_____	Ḍammah	ditulis	u

فَعَلَ	Fathah	ditulis	fa‘ala
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	ẓukira
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	yaẓhabu

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	ditulis	jāhiliyyah
2. fathah + yā’ mati	ditulis	ā
تَنَسَّى	ditulis	tansā
3. Kasrah + yā’ mati	ditulis	ī
كريم	ditulis	karīm
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	ū

فروض	ditulis	furūḍ
------	---------	-------

F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati	Ditulis	Ai
بينكم	ditulis	bainakum
2. fatḥah + wāwu mati	ditulis	au
قول	ditulis	qaul

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنتُمْ	Ditulis	a'antum
أَعَدَّتْ	ditulis	u'iddat
لِئِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	la'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	al-Qur'ān
القياس	Ditulis	al-Qiyās

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

السَّمَاءِ	Ditulis	as-Samā
------------	---------	---------

الشَّمْس	Ditulis	asy-Syams
----------	---------	-----------

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	ẓawī al-furūḍ
أهل السنّة	Ditulis	ahl as-sunnah



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alḥamdulillāhirabbil’ālamīn, segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah di Bengkulu”**. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada suri tauladan bagi umat manusia yaitu Nabi Muhammad SAW, beserta para sahabat, tabi-tabiin dan seluruh umat Muslim yang tetap Istiqamah di jalan-Nya.

Dengan penuh kesadaran bahwa penulisan tesis ini tidak mampu diselesaikan tanpa Ridha Allah SWT beserta bantuan dari semua pihak. Oleh sebab itu, sudah sepatutnya penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.A.G. selaku dosen penasihat akademik Magister Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah dan
6. Ibu Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M selaku dosen pembimbing Tesis yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, nasihat, kritik, saran serta motivasi dalam menyelesaikan naskah tesis ini.
7. Ibu Herin Ratnaningsih, S.Pd., M.Pd. BI selaku Staf Tata Usaha Magister Ekonomi Syariah.
8. Seluruh jajaran dosen dan pengajar di Program Studi Magister Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang senantiasa membimbing penulis semasa studi.

9. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.
10. Kedua orang tuaku Ibu Daroyah dan Bapak Rakup (alm), selalu tulus mencintai dan support system terbaik dalam hidupku.
11. Kakak Sin-Aryo, Kakak Sujarwo, Mbak Tutik, Mbak Yuti, Simbok, Pakwo, Prapti dan Mas Paryono, Paman, Tante, Mamah Mur, Mak, Kak Amarudin, Mbak Vera, Kak Deddy, Mbak Anna, Ayuk Lili, sepupu tersayang sunjanita, Mbak Livah, adik Maya, Umi, Fatih, Nabila, Edli, si-gemoy Halima dan seluruh keluarga besar Provinsi Bengkulu dan keluarga besar Gunung Kidul Yogyakarta yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.
12. Kepada teman-teman seperjuangan MES 2021 Genap, Sahabat ngopi (Bang Riko, Rofiki, Miftah, bang Nanda, Mas Zuhri, Mas Budi, Fadlan, Ma'arif Nabila, Lia, Ena, Nela, Fitri, Luluk, Nessa), (Dila, Marwa, Rika, Bella), yang mengajarkan banyak hal, beruntung bisa ketemu kalian orang baik dan terimakasih banyak sudah kebersamaan di kota istimewa ini.
13. Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dan semoga thesis ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amiin Allahumma Amiin

Yogyakarta, 23 Mei 2023

Hormat Saya,



Aisyah Rahayu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS.....	iii
HAMALAM PERNYATAAN TESIS.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	23
A. Latar Belakang	23
B. Rumusan Masalah	35
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	35
D. Sistematika Pembahasan	37
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	39
A. Landasan Teori	39
1. Perilaku Konsumen	39
2. Keputusan Menggunakan Produk.....	41
3. Literasi Keuangan.....	44
4. Religiusitas	48
5. Kepercayaan	51
6. Lingkungan Sosial	54
B. Kajian Pustaka.....	56
C. Pengembangan Hipotesis	66

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu	67
2. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu	68
3. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu	69
4. Pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu	70
D. Kerangka Pemikiran.....	71
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	72
A. Desain Penelitian.....	72
B. Variabel dan Definisi Operasional Penelitian	72
C. Populasi dan Sampel Penelitian	74
D. Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	75
E. Teknik Analisis Data.....	77
1. Analisis Deskriptif.....	77
2. <i>Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	78
3. Analisis Inferensial	79
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	84
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	84
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	86
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal/Domisili.....	88
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pada Jenis Pendidikan Terakhir	89
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pada Jenis Pekerjaan	91
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pada Jenis Pendapatan	92
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pada Jenis Penggunaan Produk Bank Syariah	93
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pada Lama Menggunakan Produk Bank Syariah	94
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Bank Syariah Yang Digunakan.....	96
B. Hasil Penelitian	97

1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	97
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	105
C. Pembahasan.....	112
1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah di Bengkulu.....	112
2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah di Bengkulu	114
3. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah di Bengkulu.....	117
4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah di Bengkulu	120
BAB V PENUTUP.....	123
A. Kesimpulan	123
B. Implikasi Penelitian.....	124
C. Keterbatasan dan Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN.....	135
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	201



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	73
Tabel 3. 2 Skor Nilai Jawaban Kuesioner	77
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	86
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Tempat Tinggal/Domisili	88
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	91
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	92
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Penggunaan Produk Bank Syariah	94
Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Pada Lama Menggunakan Produk Bank Syariah	95
Tabel 4. 9 Responden Berdasarkan Produk Bank Syariah Yang Digunakan.....	96
Tabel 4. 10 Hasil <i>Convergent Validity</i>	98
Tabel 4. 11 Hasil <i>Discriminant Validity</i>	101
Tabel 4. 12 Hasil <i>Discriminant Validity Matriks Fornell Lacker</i>	103
Tabel 4. 13 Hasil Reliabilitas Konsistensi Internal	104
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolinearitas.....	105
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis	107
Tabel 4. 16 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	110
Tabel 4. 17 Nilai <i>Effect Size</i> (f^2)	111
Tabel 4. 18 Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	112

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Aset Bank Syariah di Indonesia Tahun 2017-2021 .	25
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Market Share 2017-2021.....	27
Gambar 1. 3 Data Penduduk Bengkulu Berdasarkan Agama	28
Gambar 1. 4 Dana Pihak Ketiga.....	30
Gambar 1. 5 Aset Bank Berdasarkan Sistem	30
Gambar 2. 1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	43
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian	71
Gambar 4. 1 Model Analisis Jalur Dalam Penelitian.....	106



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	135
Lampiran 2 Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial.....	142
Lampiran 3 Rekapitulasi Profil Responden	145
Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	173
Lampiran 5 Profil Responden	181
Lampiran 6 Hasil Olahan Data.....	183
Daftar Riwayat Hidup	172



ABSTRAK

Perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan bukti banyaknya yang menggunakan dan menjadi nasabah bank syariah. Hal ini ditandai dengan banyaknya permintaan menggunakan produk perbankan syariah setiap tahunnya yang semakin berkembang. Terjadinya perkembangan tersebut, adanya partisipasi dan antusias masyarakat yang mempercayakan dalam menggunakan produk penghimpunan dana dalam pembiayaan keuangan mereka terhadap bank syariah. Tujuan penelitian ini menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memakai data primer. Informasi diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh 190 penduduk Provinsi Bengkulu. Data dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS) versi 7.0 dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan tidak signifikan atau negatif dengan nilai *path coefficients* sebesar 0.017 dan *P-value* sebesar 0.409; religiusitas berpengaruh signifikan positif dengan *path coefficients* sebesar 0.257 dan nilai *P-value* sebesar 0.000; lingkungan sosial berpengaruh signifikan positif dengan *path coefficients* sebesar 0.145 dan nilai *P-value* sebesar 0.021, sedangkan kepercayaan berpengaruh signifikan positif ditemukan dengan *path coefficients* sebesar 0.580 dan nilai *P-value* sebesar 0.000, dapat disimpulkan bahwa religiusitas, lingkungan sosial dan kepercayaan terbukti sebagai faktor dalam menentukan keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.

Kata Kunci: Religiusitas, Literasi Keuangan, Kepercayaan, Lingkungan Sosial, Keputusan Menggunakan Produk, Bank Syariah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Islamic banking has experienced significant growth with evidence of the many who use and become customers of Islamic banks. This is indicated by the growing number of requests to use Islamic banking products every year. The occurrence of this development, the participation and enthusiasm of the people who entrust in using fund-raising products in their financial financing of Islamic banks. The purpose of this study was to analyze the factors that influence the decision to use Islamic bank products in Bengkulu. This study uses quantitative methods using primary data. Information was obtained through questionnaires filled out by 190 residents of Bengkulu Province. Data were analyzed using Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) software version 7.0 in this study. The results of this study indicate that the financial literacy variable is insignificant or negative with a path coefficients value of 0.017 and a P-value of 0.409; religiosity has a significant positive effect with path coefficients of 0.257 and a P-value of 0.000; social environment has a significant positive effect with path coefficients of 0.145 and a P-value of 0.000. 145 and a P-value of 0.021, while trust has a significant positive effect found with path coefficients of 0.580 and a P-value of 0.000, it can be concluded that religiosity, social environment and trust are proven as factors in determining the decision to use Islamic bank products in Bengkulu.

Keyword: *Financial Literacy, religiosity, social environment, trust, decision to use product, islamic bank*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia termasuk dalam populasi penduduk Muslim terbesar di dunia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) 2023 jumlah penduduk muslim mencapai 278.696.2 jiwa. Sedangkan menurut *the royal Islamic studies center* pemeluk agama Islam di Indonesia mencapai 237.558.000 jiwa atau sebanyak 86,7%. Oleh sebab itu, Indonesia dianggap sebagai pasar yang potensial, khususnya untuk pertumbuhan dalam lembaga keuangan syariah.

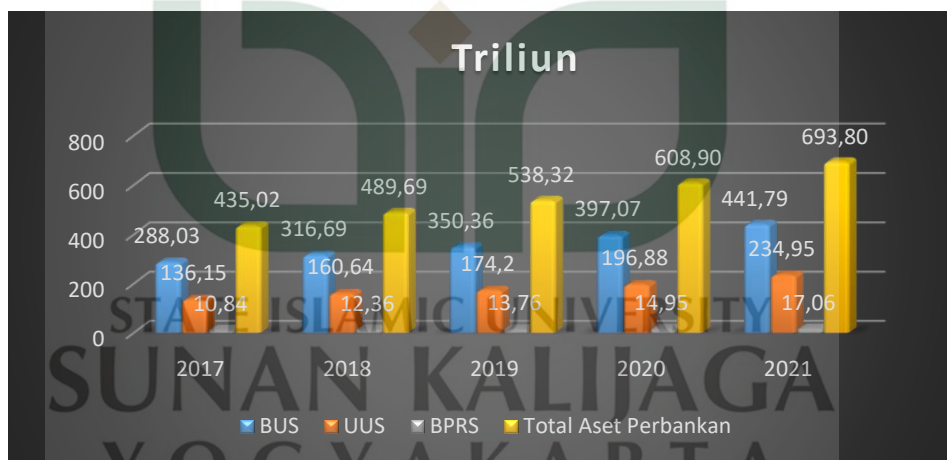
Indonesia dilihat dalam ekonomi syariah global dalam posisi peta ekonomi syariah global dilihat sebagai ranking *Global Islamic Economy Indicator Score* (GIEI) yang memberikan gambaran komprehensif mengenai negara – negara yang saat ini memiliki kapasitas untuk menangkap peluang ekonomi syariah global. GIEI menggunakan beberapa kriteria, antara lain *Islamic Finance, Halal Food, Travel Fashion, Media & Recreation*, dan *Pharma & Cosmetics*. Pada GIEI 2021/2022, Indonesia berada di peringkat ke-4, Peringkat *Global Islamic Economy Indicator Score* (GIEI), yang memberikan gambaran menyeluruh mengenai negara-negara yang saat ini memiliki kapasitas untuk memanfaatkan peluang ekonomi syariah global, menempatkan Indonesia di posisi teratas dalam peta ekonomi syariah global. GIEI menggunakan berbagai kriteria, seperti keuangan syariah, makanan halal, *travel fashion*, media dan rekreasi, farmasi dan kosmetik, serta keuangan syariah. Indonesia dilihat dalam ekonomi syariah global berada di peringkat keempat dalam GIEI 2021 dan 2022, sama seperti posisi tahun sebelumnya.

Namun yang membedakan Indonesia naik 2 peringkat menjadi peringkat ke-2 dalam *Halal Food* disebabkan peningkatan ekspor makanan halal ke negara – negara Organisasi Kerjasama Islam (OKI) (Bank Indonesia, 2022a). Dari penjelasan di atas, dapat diuraikan bahwa area administrasi moneter syariah Indonesia, yang terdiri dari 3 subsektor, yaitu; perkembangan positif terjadi pada aset pasar modal syariah, aset industri keuangan non-bank (IKNB) syariah, dan aset perbankan syariah.

Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia 1983-2008 Tanpa preseden (landasan) pada tahun 1983 terdapat penyesuaian dan kelonggaran dalam menetapkan biaya pinjaman, bahkan hingga nol persen (atau pembuangan premi secara terus-menerus), pada tahun 1988 Pemerintah memberikan paket kebijakan ekonomi deregulasi perbankan pada Orde Baru (Pakto) 1988 yang mengizinkan pendirian bank-bank baru yang mengingat bank-bank syariah pada tahun 1991. Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) mengumumkan untuk pertama kalinya pada tahun 1998 tentang keberadaan UU No. 58, yang menetapkan Bank Muamalat sebagai bank syariah yang dominan di Indonesia. No. 10 tahun 1998, yang membuat perubahan pada UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, untuk mengizinkan bank-bank Islam bekerja sepenuhnya sebagai Bank Umum. Dengan diberlakukannya UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, maka terbentuklah enam BUS (Bank Umum Syariah) senilai Rp. 59,68 triliun dan 25 UUS (Unit Usaha Syariah) (Andianto dan Anang Hermansyah, 2019).

Sistem pendekatan perbankan syariah dikenal dengan perbankan syariah yang tidak menggunakan suku bunga. Bank syariah didefinisikan juga sebagai organisasi keuangan yang beroperasi dan berkembang sesuai ketentuan prinsip syariah. Perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan bukti banyaknya yang menggunakan dan bertambahnya nasabah bank syariah. Artinya banyaknya permintaan dalam menggunakan produk perbankan syariah setiap tahunnya yang semakin berkembang.

Terjadinya perkembangan tersebut, adanya partisipasi dan antusias masyarakat yang mempercayakan dalam menggunakan produk penghimpunan dana dalam pembiayaan keuangan mereka terhadap bank syariah. Perkembangan menggunakan produk perbankan syariah dibuktikan melalui aset bank syariah pada tabel berikut ini:



Gambar 1. 1 Perkembangan Aset Bank Syariah di Indonesia Tahun 2017-2021

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2021

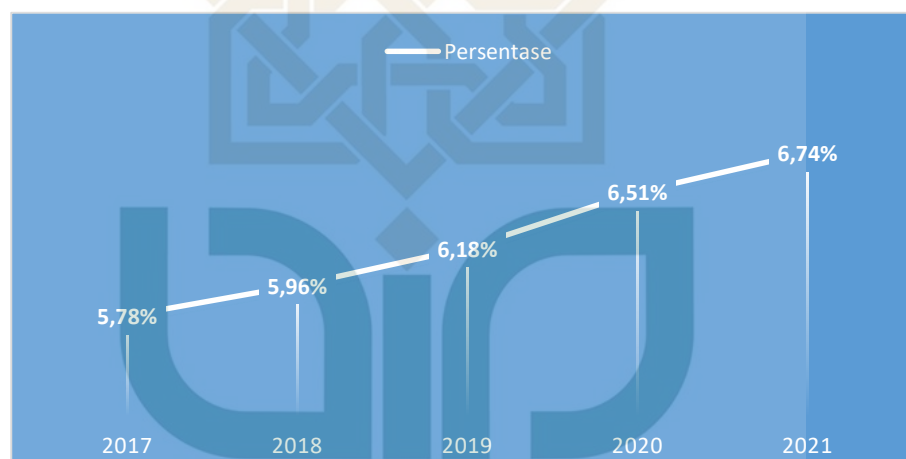
Berdasarkan pada gambar grafik di atas, dapat dikatakan bahwa perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang signifikan di setiap tahunnya, industri

keuangan syariah di Indonesia terdiri atas tiga kategori, yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Umum Syariah (BUS). Aset yang dimiliki oleh bank-bank syariah masih berjalan dengan baik dan telah tumbuh lebih cepat dibandingkan tahun lalu. Selama beberapa tahun terakhir, perkembangan keuntungan bank-bank syariah telah mencapai dua digit. Pangsa aset (*asset share*) pada perbankan syariah tercapai 6,74% pada perbankan nasional dan terus berkembang dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 6,51%. Baik BUS, UUS dan BPRS menunjukkan kinerja yang baik. 29 dari 33 bank syariah (12 BUS dan 21 UUS) memiliki bank bisnis tradisional (*parent atau sister company*). Hingga akhir tahun 2021, UUS memiliki 11 UUS dan 3 BUS yang asetnya mewakili lebih dari 10% aset BUK induk perusahaan.

Akan tetapi penyaluran pembiayaan perbankan syariah pada tahun 2021 tumbuh sebesar 6,90% (yoy), terjadinya perlambatan dibandingkan pada tahun sebelumnya yang tumbuh 8,08% (yoy). Perlambatan ini terjadi karena melambatnya pertumbuhan pendukung Modal Kerja menjadi - 1,49% (yoy) berbanding terbalik dengan tahun sebelumnya sebesar 4,14% (yoy) dan melambatnya utilisasi pembiayaan menjadi 13,88% (yoy) dari tahun sebelumnya sebesar 15,21% (yoy). Perbankan syariah masih mengalami pertumbuhan positif meskipun pandemi Covid-19 berdampak pada penyaluran pembiayaan sektor industri yang menyebabkan penurunan pertumbuhan (Bank Indonesia, 2022a).

Menurut DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia) mengungkapkan, perbankan syariah mengalami perkembangan yang stagnan

sejak 1 Januari 2019, di mana pada kuartal pertama perbankan syariah hanya memiliki pangsa pasar sebesar 6% dari total perbankan nasional (Kompasiana.com, n.d.). Akan tetapi menurut laporan perkembangan syariah masih tercatat perbankan syariah mengalami pertumbuhan secara positif. Oleh karena itu *market share* dianggap sebagai salah satu faktor penentu profitabilitas, yang dimana semakin meningkatnya *market share* maka potensi keuntungan bank juga akan meningkat (Anto & Wibowo, 2012). Hal ini dibuktikan dengan adanya pertumbuhan perbankan syariah dibuktikan melalui tabel pertumbuhan market share berikut ini:



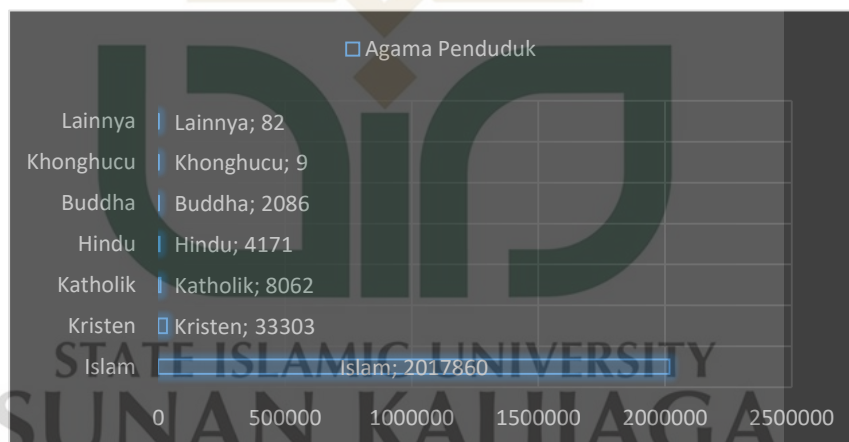
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Market Share 2017-2021

Sumber: Ojk 2022

Berdasarkan grafik di atas, pangsa perbankan syariah mencapai 6,74% dari perbankan umum, meningkat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 6,51%. Layanan perbankan syariah semakin mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, terutama di masa pandemi, yang dibuktikan dengan pertumbuhan yang tinggi dan pangsa pasar yang semakin luas.

Perkembangan perbankan syariah yang menyebar secara menyeluruh ke wilayah kabupaten di Indonesia. Hal ini disampaikan juga oleh (Irawan, 2018) dimana jumlah jaringan kantor perbankan syariah telah menjangkau hampir seluruh kabupaten dan kota di Indonesia. *Thesis* ini akan meneliti tentang perkembangan bank syariah pada provinsi Bengkulu.

Berdasarkan pada data sensus penduduk wilayah dan agama di Bengkulu yang mempunyai jumlah penduduk 206.557.3 jiwa dengan didominasi agama Islam sebesar 201.786.0 (Kementrian Agama, 2022). Bengkulu yang memiliki 98% penduduk muslim memiliki banyak potensi untuk memajukan perkembangan perbankan syariah yang jauh lebih unggul. Hal ini dibuktikan dengan tabel data penduduk Bengkulu berdasarkan agama sebagai berikut:



Gambar 1. 3 Data Penduduk Bengkulu Berdasarkan Agama

Sumber Data: 2022

Berdasarkan data statistik perbankan syariah memperlihatkan perkembangan bank syariah dari tahun 2019-2023. Pada tabel dibawah ini memperlihatkan jumlah jaringan kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Bengkulu yang mengalami pertumbuhan fluktuasi di setiap

tahunnya. Akan tetapi terjadi peningkatan perkembangan Bank Umum Syariah pada tahun 2019 dengan jumlah 18 kantor perbankan syariah dan 2021 dengan jumlah 17 kantor perbankan syariah. Kemudian terjadi perkembangan Unit Usaha Syariah pada tahun 2019 dan tahun 2021 dengan jumlah 19 kantor perbankan syariah. Dapat dilihat jaringan kantor perbankan syariah berikut ini.

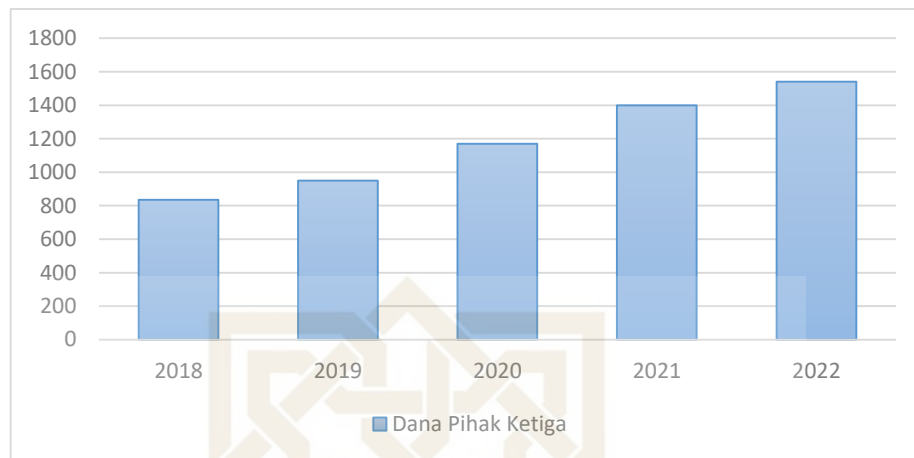
Jaringan Kantor Perbankan Syariah Bengkulu

Indikator	2019	2020	2021	2022	2023
Bank Umum Syariah					
KC	5	2	5	3	3
KCP	12	13	12	11	11
KK	1	1			
Jumlah	18	16	17	14	14
Unit Usaha Syariah					
KPO	1	1	2	2	2
UPS					
Total Kantor	19	17	19	16	16

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2022

Pertumbuhan berdasarkan dana pihak ketiga (DPK) yang melalui tabungan, simpanan dan deposito yang menunjukkan mengalami perkembangan yang signifikan di setiap tahunnya, dari tahun 2018 – 2022 dengan jumlah 836 – 1.541 dapat dilihat pada tabel 1.4. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan perbankan syariah di Bengkulu mengalami perkembangan yang pesat dengan bukti jaringan kantor perbankan syariah dan dana pihak ketiga. Kemudian dibuktikan juga

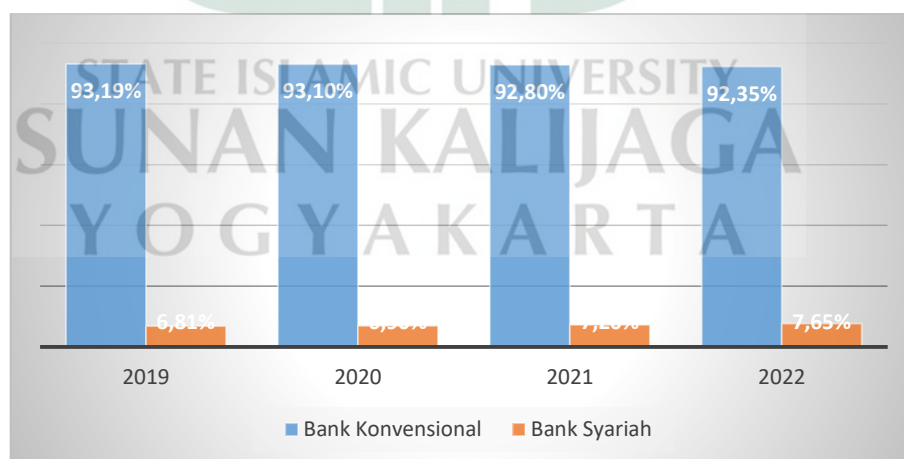
pada aset perbankan syariah yang mengalami pertumbuhan secara signifikan, dapat dilihat pada tabel 1.5.



Gambar 1. 4 Dana Pihak Ketiga

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2022

Perkembangan aset perbankan syariah di provinsi Bengkulu dalam periode laporan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan pada kuartal sebelumnya sebanyak Rp 29,1 triliun atau tumbuh 9,71% (yoy). Informasi mengenai perkembangan aset bank konvensional dan bank syariah di Bengkulu pada tahun 2019-2022 dibuktikan pada tabel dibawah ini:



Gambar 1. 5 Aset Bank Berdasarkan Sistem

Sumber: Bank Indonesia 2022

Berdasarkan pada data di atas perkembangan aset perbankan konvensional masih mendominasi aset sektor perbankan di Provinsi Bengkulu. sebesar 92,35%. Akan tetapi aset bank konvensional dari tahun ke tahun mengalami penurunan dari 93,19% ke 92,35%. Dapat diartikan bahwasannya bank syariah mulai mampu menguasai pangsa pasar secara perlahan dan menunjukkan keputusan masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah atas fasilitas yang diberikan bank syariah dan diterima dengan baik oleh masyarakat, dan membuat dampak besar untuk beberapa waktu terakhir yang dibuktikan pada grafik di atas meningkat sebesar 6,81% - 7,65%. Bank Indonesia (2022) berpendapat, meskipun terlihat relatif kecil namun kondisi pertumbuhan aset bank syariah lebih baik dibandingkan bank konvensional. Pada periode laporan, aset bank syariah meningkat sebesar 13,51 persen (yoy), lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan aset bank konvensional yang sebesar 9,55 persen (yoy). Dilihat secara statistik, pertumbuhan aset terus meningkat, meski sempat mengalami tertahan di antara tahun 2019 dan 2020. Akan tetapi, perjalanan perbankan syariah berhasil meningkatkan nasabah yang setia di Indonesia (Hanafi, 2021).

Nasabah ataupun pelanggan dalam menentukan pemilihan layanan dan produk yang akan digunakan berdasarkan pada perilaku konsumen. Perilaku konsumen (*consumption behavior*) dapat didefinisikan sebagai tindakan yang berbeda memiliki kaitan langsung dengan perolehan dan penggunaan barang dan jasa, serta proses pengambilan keputusan yang terlibat dalam persiapan

dan pemilihannya. Berikut ini adalah dua aspek penting dari perilaku konsumen: proses pengambilan keputusan dan semua aktivitas fisik yang terkait dengan evaluasi ekonomi, perolehan dan penggunaan barang/jasa oleh individu (Sunyoto, 2014).

Menurut Kotler & Keller (2016), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan produk, jasa, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Salah satu aspek dari perilaku konsumen adalah keputusan pembelian konsumen. Karena perilaku konsumen (*consumer behavior*) tidak dapat dipisahkan dari keputusan pembelian, setiap konsumen memiliki pola pembelian yang berbeda.

Secara umum dalam menentukan keputusan, nasabah tentu memiliki kualifikasi tersendiri dalam mengambil keputusan pemilihan produk, khususnya dalam pengambilan keputusan perbankan syariah, produk bank akan menarik minat nasabah jika banyak membagikan manfaat serta keuntungan pada nasabah ataupun calon nasabah (Handida & Sholeh, 2018). Menurut Syahbi & Setyono (2014) adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan produk yaitu seperti harga, pelayanan, lokasi, promosi. Akan tetapi, pengaruh faktor tersebut bisa berupa tanggapan positif atau bahkan tanggapan negatif. Demikian pula, saat menggunakan layanan dan barang perbankan syariah, setiap pelanggan ataupun nasabah pasti memiliki alasan tersendiri untuk memilih layanan dan produk mana yang akan dipilih untuk kebutuhan mereka (Ruwaidah, 2020).

Kotler & Armstrong (2008) langkah terpenting dalam mengambil keputusan adalah mengambil tindakan berdasarkan hasil yang diperhitungkan, secara sistematis berfokus pada esensi (inti) masalah, mengumpulkan fakta dan data, dan menentukan kematangan secara alternatif. Nilai inti (*core value*), yang merupakan sistem kepercayaan yang mendukung sikap dan perilaku, juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Pilihan dan keinginan jangka panjang seseorang pada dasarnya ditentukan pada tingkat mendasar oleh nilai-nilai inti, yang didefinisikan lebih dalam dari pada perilaku atau sikap (Kotler & Keller, 2009).

Sedangkan Armstrong and Kotler (1999) keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi dari suatu keputusan yang membuat konsumen memilih di antara berbagai merek yang ada di antara berbagai pilihan (*choice set*). Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman mereka sendiri, rekomendasi dari teman, dan pemberitahuan dari penyedia layanan. Berdasarkan ekspektasi ini, pelanggan membeli layanan. Proses tersebut melewati tahapan proses pengambilan keputusan sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian. Pada tahap ini, nasabah terlebih dahulu mencari tahu manfaat dan kekurangan suatu produk. Keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah dipengaruhi oleh produk dan layanan yang ditawarkan.

Kotler and Armstrong (2001) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat dijual ke pasar untuk dipertimbangkan, dibeli, dikonsumsi, atau digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan. Secara konseptual, produk adalah pemahaman selektif produsen tentang sesuatu yang

dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan fungsi pelanggan sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan berwenang serta kemampuan membeli pasar untuk mencapai tujuan organisasi. Produk juga dapat dilihat sebagai pelaku usaha yang menggambarkan persepsi konsumen melalui produknya. Produk adalah hal yang penting bagi konsumen, dan mereka menggunakannya sebagai dasar untuk melakukan pembelian. Kondisi ini sangat berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah yang semakin meningkat, maka aset perbankan syariah yang berdasarkan pada keadilan harusnya mempunyai peluang yang sangat besar untuk berkembang. Dibuktikan pada gambar aset bank berdasarkan sistem bank konvensional dan bank syariah pada gambar 1.5.

Berdasarkan pada uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, terjadinya kestabilan perkembangan perbankan syariah setiap tahunnya di Bengkulu yang disebabkan tingginya permintaan serta kontribusi masyarakat islam kepada bank syariah. Ada beberapa faktor yang menyebabkan tingginya tingkat permintaan masyarakat terhadap produk bank syariah, antara lain karena adanya pemenuhan kebutuhan rasional dan emosional yang dianggap dapat memuaskan kebutuhan nasabah. Sehingga ketika nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan suatu jasa maupun produk berdasarkan pada ketertarikan dalam menggunakan produk, melakukan pencarian informasi dan tingkat kepercayaan nasabah pada bank syariah.

Pertumbuhan perbankan syariah ini tentunya memicu pertanyaan tentang apa yang sebenarnya menjadi faktor dominan nasabah dalam memilih

menggunakan produk bank syariah. Dari berbagai fenomena yang terjadi, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah di Bengkulu**”. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah; keputusan untuk menggunakan produk bank syariah. Sementara variabel independen terdiri dari; literasi keuangan, religiusitas, kepercayaan, dan lingkungan sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah di Bengkulu?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah di Bengkulu?
4. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah di Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah tujuan penelitian, yang didasarkan pada rumusan masalah di atas:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.

- b. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.
- c. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.
- d. Untuk menguji pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam menentukan langkah dengan tepat bagi bank syariah di Bengkulu yang mampu memberikan fasilitas dan meningkatkan kualitas pada lembaga keuangan syariah.

2) Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian faktor - faktor mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah di Bengkulu, dapat menambah wawasan serta kapasitas penulis yang berhubungan pada faktor penting dan pertimbangan masyarakat Bengkulu dalam menggunakan produk bank syariah.

3) Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan variabel - variabel yang tercantum pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan sebagai sumber acuan di kemudian hari.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan sebagai deskripsi singkat yang terkandung pada penelitian ini. Terdapat lima bab dalam penelitian ini

Bab I : Memuat Pengantar, memberikan latar belakang penelitian berupa fenomena dan permasalahan yang ditemukan oleh peneliti. Rumusan masalah yang menegaskan kembali hal-hal utama yang akan diteliti dari permasalahan yang ditemukan peneliti sebelumnya dan digunakan sebagai rujukan. Tujuan penelitian digunakan untuk menentukan mengapa penelitian ini dilakukan. Sedangkan akhir bab bagian ini memuat tentang manfaat melakukan penelitian dan penjelasan tentang sistematika penulisan.

Bab II : Memuat Landasan Teori dan Kajian Pustaka, pada bagian ini memuat tentang kerangka teori yang dipakai serta dijadikan sebagai rujukan untuk merefleksikan keilmiahannya yang dilakukan. Dalam bab ini juga memuat kerangka teori yang dipakai pada penelitian. Kemudian bab ini memuat pengembangan hipotesis yang merupakan praduga peneliti terhadap masalah yang akan diteliti dan diuji keabsahannya pada penelitian.

Bab III : Memuat Metode Penelitian, yang mencakup berbagai metode penelitian, populasi, sampel penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV : Memuat Hasil dan Pembahasan, yang digunakan untuk mendeskripsikan hasil penelitian dan pembahasan dari data-data yang diperoleh

selama rentang waktu penelitian. Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi sampel objek penelitian sehingga memperoleh informasi demografi responden, rincian jawaban dari responden serta hasil dari penelitian berupa *output* dari aplikasi Warp-PLS 7.0 sehingga dapat mengetahui hipotesis yang diajukan oleh peneliti.

Bab V : Memuat Penutup, yang mencakup kesimpulan, hasil penelitian dan saran pokok pikiran agar dikembangkan oleh peneliti selanjutnya dengan topik penelitian yang berupa pengaruh literasi keuangan, religiusitas, kepercayaan dan lingkungan sosial terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melaksanakan analisa serta pengkajian terhadap bab sebelumnya, penelitian ini mengungkapkan kesimpulan secara keseluruhan berikut ini:

Pertama variabel literasi keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu. Dapat diartikan bahwa rendahnya pemahaman tentang literasi keuangan yang menyebabkan nasabah tidak mengambil keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu. Oleh sebab itu, hipotesis pertama pada penelitian ini ditolak.

Kedua variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu. Dapat diartikan bahwa nasabah pandai mengamati keamanan, kenyamanan dan keyakinan yang berbasis syariah. Semakin tinggi kepercayaan nasabah maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan untuk menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.

Ketiga variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu. Dapat diartikan bahwa nasabah pandai mengamati keamanan, kenyamanan dan keyakinan yang berbasis syariah. Semakin tinggi kepercayaan nasabah maka akan semakin tinggi tingkat keputusan dalam menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.

Keempat variabel lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu. Semakin

tinggi kepercayaan nasabah maka akan semakin tinggi tingkat keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.

B. Implikasi Penelitian

Adapun implikasi pada penelitian ini adalah:

1. Implikasi Teori (ilmiah)

Temuan pada penelitian ini berkaitan dengan model perluasan pada topik keputusan menggunakan produk bank serta penambahan fenomena yang luas dan yang sedang terjadi, dapat memberikan wawasan penting dari kalangan akademisi, terkhusus dari sudut pandang *Islamic economy*. Kemudian, implikasi teoritis pada penelitian ini membagikan gagasan kontribusi yang dapat digunakan sebagai tambahan acuan literatur untuk memperbesar validitas topik penelitian yang berhubungan pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan produk bank syariah.

2. Implikasi Kebijakan (praktis)

Berikut ini adalah implikasi kebijakan berdasarkan temuan dalam penelitian ini:

Pertama, penelitian ini mengidentifikasi kepercayaan sebagai faktor dominan yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah di Bengkulu. Hal ini memperlihatkan bahwa dengan adanya kinerja dan penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan nasabah yang dilakukan dengan baik dapat membangun keyakinan dan menaruh kepercayaan tinggi yang dapat mempengaruhi nasabah dalam menentukan keputusan dalam menggunakan

produk bank syariah. Semakin tinggi kepercayaan nasabah maka akan semakin tinggi tingkat keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu.

Kedua, dari segi operasional sudah menjadi kewajiban bank syariah sebagai lembaga pemberdaya kesejahteraan keuangan masyarakat dan sebagai acuan dalam mengelolah keuangan dengan cara yang paling tepat. Kegiatan ini merupakan kebutuhan operasional yang dilakukan oleh perbankan syariah. Sedangkan menurut (Dwiastanti, 2015) pengelolaan keuangan dengan cara yang lebih baik bukan hanya menjadi tanggung jawab bagi badan usaha atau perusahaan lainnya. Akan tetapi, agar keluarga dapat sejahtera di masa depan, anggota keluarga yang lain harus mampu mengelola uang secara efektif. Jika anggota keluarga mengelola keuangan dengan baik, mereka akan terhindar dari kesulitan keuangan.

Jika dilihat dari latar belakang berdasarkan pendidikan responden, 42,6% responden mempunyai pendidikan terakhir sarjana, akan tetapi pendidikan yang tinggi tidak menjamin seseorang itu mempunyai literasi keuangan baik, sehingga mengakibatkan keputusan menggunakan produk bank syariah hanya berdasarkan lingkungan tanpa mencari dengan seksama dan tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu, akan kelebihan atau kurang yang terdapat pada suatu produk yang akan dipilih. Oleh karena itu penting bagi perbankan syariah dapat meningkatkan sosialisasi tentang literasi keuangan syariah khususnya pada masyarakat Bengkulu.

C. Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini tentunya belum sempurna, sehingga masih terdapat kelemahan dan dependensi (keterbatasan) sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini, seharusnya peneliti menggunakan literasi keuangan syariah agar sejalan dengan objek penelitian. Sehingga menyebabkan responden tidak paham, dikarenakan paham literasi keuangan belum tentu paham tentang literasi keuangan syariah.
2. Sasaran sampel pada penelitian ini menggunakan kelompok yang disebar hanya berpusat di kalangan nasabah bank syariah di Bengkulu. Sedangkan nasabah bank syariah banyak tersebar secara menyeluruh di Indonesia dan tidak tergolong pada sampel penelitian ini.

Berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang dibuat oleh peneliti kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini:

1. Peneliti selanjutnya, sebaiknya menjabarkan kembali penelitian tentang faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan produk bank syariah di Bengkulu. Alangkah baiknya bukan dilakukan di Bengkulu saja, tetapi nasabah yang menggunakan produk bank syariah secara keseluruhan atau se-Indonesia.
2. Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengganti variabel literasi keuangan dengan menggunakan literasi keuangan syariah.
3. Ukuran sampel penelitian ini harus ditingkatkan lagi, untuk mencerminkan populasi sebenarnya dan mendapatkan hasil yang paling akurat.

4. Kepada bank syariah agar selalu mempertahankan kualitas produk yang sudah membangun kepercayaan masyarakat Bengkulu dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul-Baki, Z., & Uthman, A. B. (2017). Exploring the “social failures” of Islamic banks: a historical dialectics analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 8(3), 250–271. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2014-0021>
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 116. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898>
- Ali, S. N. (2017). Building trust in Islamic finance products and services. *Society and Business Review*, 12(3), 356–372. <https://doi.org/10.1108/sbr-03-2017-0017>
- Amaliah, R., & Witiastuti, R. S. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Umkm Kota Tegal. *Management Analysis Journal*, 4(3), 252–257. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i3.8876>
- Andianto dan Anang Hermansyah. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Q. Medika (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Anto, & Wibowo, M. G. (2012). Faktor-faktor Penentu Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam (Islamic Economics Journal)*, VI(2), 151.
- ANZ. (2015). The Australia and New Zealand Banking Group Limited. *ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia.*, Melbourne: ANZ Bank and AC Nielsen.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (1999). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi Dela). Erlangga.
- Asmaun, S. (2011). *Religidusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. UIN Malang Press.
- Awaludin. (2016). *Pengaruh Pendidikan Dan Perilaku Keagamaan Terhadap Penggunaan Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Cintamanik Kecamatan Cigudeg Kabupaten Bogor)*. 1–23.
- Laporan Ekonomi Keuangan Syariah Indonesia, (2021). https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2310721.aspx
- Bank Indonesia. (2022a). Laporan Perekonomian Provinsi Bengkulu Agustus 2022. In *Laporan Perekonomian Provinsi Bengkulu Agustus 2022* (Vol. 10, Issue Agustus). <http://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomi->

regional/bengkulu/Default.aspx

- Bank Indonesia. (2022b). Provinsi Bengkulu. *Laporan Perekonomian Provinsi Bengkulu November 2022*, 10(November), 1. <http://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomi-regional/bengkulu/Default.aspx>
- Bertalanffy, L. V. (1972). The History and Status of General Systems Theory. *Academy of Management Journal*, 15(4), 407–426.
- Bilal, M., Fatima, S., Ishtiaq, M., & Azeem, H. M. (2020). Factors affecting the choice of Islamic banking by SMEs in Pakistan: Implications for Islamic banks' corporate governance. *Pakistan Journal of Commerce and Social Science*, 14(1), 255–272.
- Bilal, M., & Zulfiqar, M. (2016). Financial Wellbeing is the Goal of Financial Literacy. *Research Journal of Finance and Accounting*, 7(11), 94–103.
- Bodibe, S., Chiliya, N., & Chikandiwa, C. T. (2016). The factors affecting customers' decisions to adopt Islamic banking. *Banks and Bank Systems*, 11(4), 8–9. [https://doi.org/10.21511/bbs.11\(4-1\).2016.05](https://doi.org/10.21511/bbs.11(4-1).2016.05)
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. www.freepik.com
- Chairunnisa, S. M. (2023). *Analysis of Student Intentions in Using Islamic Bank Products* (Issue February 2021). Atlantis Press SARL. <https://doi.org/10.2991/978-2-38476-046-6>
- Chowdhury, A. H. M. Y., Saba, N., & Habib, M. M. (2019). Factors Affecting the Choice of Islamic Banking by the Customers: A Case Study. *Frontiers in Management Research*, 3(1), 1–5. <https://doi.org/10.22606/fmr.2019.31001>
- Desiana, Susilowati, D., & Putri, N. K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akutansi*, 11(1). <https://doi.org/10.15408/akt.v11i1.8135>
- Dwiastanti, A. (2015). Financial literacy as the foundation for individual financial behavior. *Journal of Education and Practice*, 6(33), 99–105. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1083664.pdf>
- Engel, J., Blackwell, R., & Miniard, P. (2010). *Perilaku Konsumen* ((F. . Budi). Banirupa Aksara.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). “True Gen”: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 10. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer Packaged Goods/Our Insights/True Gen Generation Z and its implications for companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx>

- Friedman, B. D., & Allen, K. N. (2011). *Theory and Practice in Clinical Social Works*. SAGE Publications, Inc.
- Ghozali, I. (2012a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi 5). BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson. (2010). *Religious Culture*. Erlangga.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Dan Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Pearson (ed.); Seventh Ed). Sage.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Dan Sarstedt, M. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Internatio). Pearson.
- Hamid, R. S., & Anwar, M. S. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hanafi, S. M. (2021). Determinant of Market Share in the Indonesian Islamic Banking Industry. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 12(1), 2. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v12i1.1-16>
- Handida, R. D., & Sholeh, M. (2018). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 14(2), 84–90. <https://doi.org/10.21831/jep.v15i2.23743>
- Hansen, & Mowen. (2009). Akuntansi Manajerial. In 8 (Ed.), *Akuntansi Mana* (Buku 1 edi). Salemba Empat.
- Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial, Dan Sains*, 10(1).
- Herliansyah, Y., Nugroho, L., Ardilla, D., & Putra, Y. (2020). The Determinants of Micro, Small and Medium Entrepreneur (MSME) Become Customer of Islamic Banks (Religion, Religiousity and Location of Islamic Banks). *Research Gate*. <https://doi.org/10.4108/eai.26-3-2019.2290775>
- Hilgert, M. A., Hogarth, J. M., & Beverly, S. . (2003). Household financial management: the connection between knowledge and behaviour. *Federal Reserve Bulletin*, 89, 309–322.
- Irawan, M. (2018). Politik Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Media Hukum*, 25(1), 9.

<https://doi.org/10.18196/jmh.2018.0097.10-21>

- Janah, N., Medias, F., & Pratiwi, E. K. (2020). The intention of religious leaders to use Islamic banking services: the case of Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1786–1800. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0012>
- Jasri, Said, S., & K, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Etnis Tionghoa Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v7i1.2915>
- Jogiyanto, H. M. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian*. UPP STIM YKPN.
- Kementrian Agama. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Agama 2022*. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-agama>
- Khairiyah, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Madura Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Wawasan Manajemen*.
- Khairunnisa, I. A., & Cahyono, H. (2020). Hubungan Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 1–14.
- Kompasiana.com. (n.d.). *Faktor – dan – solusi - yang-mempengaruhi-rendahnya-minat-masyarakat-terhadapbank-syariah*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis* (4th ed.). Erlangga.
- Lajuni, N., Wong, W., Ming, P., Yacob, Y., Ting, H., & Jausin, A. (2017). International Journal of Economics and Financial Issues Intention to Use Islamic Banking Products and Its Determinants. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 329–333. <http://www.econjournals.com>
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa Jilid II*. (Terjemahan Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera (ed.); (Edisi asl). Erlangga.
- Ltifi, M., Hikkerova, L., Aliouat, B., & Gharbi, J. (2016). The determinants of the choice of Islamic banks in Tunisia. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 710–730. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2014-0170>

- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi III). Salemba Empat.
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: A trust building model. *Journal of Strategic Information Systems*, 11(3–4), 297–323. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00020-3](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00020-3)
- Media Research Consultants Pte Ltd. (2005). Quantitative research on financial literacy levels in Singapore. *Report Prepared for The MoneySENSE Financial Education Steering Committee (FESC) Singapore*.
- Mursid, A., & Suhartono, E. (2010). Jurnal Dinamika Manajemen. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 1(2), 50. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>
- Nababan, Darman, & Sadalia, I. (2013). Analisis Personal Financial literacy dan Financial behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, 1, 1–16.
- Orton, L. (2007). Financial Literacy: Lessons from International Experience. CPRN Research Report September 2007. *Ontario: Canadian Policy Research Networks Inc.*
- Oseifuah, E. K. (2010). Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2), 164–182. <https://doi.org/10.1108/20400701011073473>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat. *Jakarta: Kementerian Hukum Dan HAM Republik Indonesia*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Konsep Operasional Perbankan Syariah*. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/konsep-operasional-PBS.aspx>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 348. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.273>
- Republik Indonesia. (1998). *Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan*. Sekretariat Kabinet RI. Jakarta.
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa

- Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>
- Safrihsyah. (2010). Perguruan Tinggi Islam di Era Konversi IAIN Ke UIN: Upaya Integritas Kajian Ilmu Agama dan Umum. *Perguruan Tinggi Islam Di Era Konversi IAIN Ke UIN*, 12(Substantia), 136.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). Costumer Behavior. In *Costumer Behavior* (Edisi 7). Pearson Education Australia.
- Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (2007). An Intergrative Model Of Organizational Trust: Past, Present, and Future. *Journal of Radioanalytical and Nuclear Chemistry*, 32(2), 345–346. <https://doi.org/10.1023/B:JRNC.0000040887.00868.02>
- Setiawan, R. A., & Hasbi, S. (2016). Sahlan Hasbi. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Jasa Perbankan Syariah (Studi Pt Bank Negara Indonesia Cabang Sukabumi)*, 7(1), 221–236.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020a). *Analisis SEM-PLS Denagn Warppls 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis*. ANDI.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020b). *Analisis SEM-PLS Denagn Warppls 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis*. ANDI.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020c). *Analisis SEM-PLS denagn WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. ANDI.
- Subagyo, W. H., & Wutsqo, U. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibinong). *Economicus*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.47860/economicus.v12i1.139>
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D* (Kedua). ALFABETA.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.
- Sumantri, Diyah, & Albetris. (2021). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Muara Bulian). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 707. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1533>
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi dan Kasus*. Service), CAPS (Center of Academic Publishing).
- Syahbi, A. S., & Setyono, J. (2014). Pengaruh Harga, Produk, Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Busana Muslim (Studi Kasus Karita Square Yogyakarta). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 3.

- The Economist. (2016). *New technologies will make society richer cultivating trust believing seeing*. <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21705831-new-technologies-will-make-society-richer-cultivating-trust-believing-seeing>
- Triandis, H. . (1998). *Collectivism versus individualism: A reconceptualization of a basic concept in cross-cultural social psychology*. In: Verma, G.K., Bagley, C., editors. *Cross-Cultural Studies of Personality, Attitudes, and Cognition*. London: MacMillan. p60-95.
- Vitt, L. A., Director, P., Anderson, C., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. (2000). Machine Translated by Google *Keuangan Pribadi dan Ketergesaan Menuju Kompetensi: Pendidikan Literasi Keuangan di AS Institut Studi Sosial-Keuangan 14. Institute for Socio-Financial Studies (ISFS)*, 13.
- Wardani, P. D., & Susanti. (2019). Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 194.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smartpls 2.0 (Pertama)*. STIM YKPN.
- Worthington, A. C. (2006). Predicting Financial Literacy In Australia. *Financial Services Review*, 15(1), 59.
- Yulianti, R., Sangen, M., & Rifani, A. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(2), 1–12.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>
- Zorn, R. L. (2017). *Coming in 2017: A New Generation of Graduate Students—The Z Generation College and University; Washington, (1), 61. 92(1), 61.*