

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN  
ISLAMIC BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN PEMBIAYAAN BANK SYARIAH INDONESIA**

**(Studi Kasus Pada Guru Dan Karyawan MTsN Kabupaten Magetan)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA**

**STRATA SATU EKONOMI ISLAM**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**OLEH:**

**Hanifah Annisaa Putri  
NIM. 20108020004**

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

**2024**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN  
*ISLAMIC BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN PEMBIAYAAN BANK SYARIAH INDONESIA  
(Studi Kasus Pada Guru Dan Karyawan MTsN Kabupaten Magetan)**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**Hanifah Annisaa Putri**

**NIM. 20108020004**

**DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI:**

**Rifaatul Indana, S.E.I.,M.E.**

**NIP. 19870412 201903 2 006**

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

**2024**

# HALAMAN PENGESAHAN



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-448/Un.02/DEB/PP.00.9/03/2024

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS PADA GURU DAN KARYAWAN MTSN KABUPATEN MAGETAN)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HANIFAH ANNISAA PUTRI  
Nomor Induk Mahasiswa : 20108020004  
Telah diujikan pada : Rabu, 06 Maret 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Rifaatul Indana, S.E.I., M.E.  
SIGNED

Valid ID: 65f29e5b5e949



Penguji I

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 65f28bc7befb4



Penguji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.  
SIGNED

Valid ID: 65f1641e855aa



Yogyakarta, 06 Maret 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 65f2a6d6b845e

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PRODI PERBANKAN SYARIAH  
Jl. Marsda Adisucipto Telp./Fax. (0274) 512840 YOGYAKARTA

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

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

*Assalamualaikum wr. wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Hanifah Annisaa Putri  
NIM : 20108020004  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Guru dan Karyawan MTsN Magetan)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Binsis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang ilmu Ekonomi.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 21 Februari 2024  
Pembimbing,

**Rifaatul Indana, S.E.I., M.E.**  
NIP: 19870412 201903 2 006

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanifah Annisaa Putri

NIM : 20108020004

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Guru dan Karyawan MTsN Magetan)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam body note dan daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 21 Februari 2024  
Penyusun



**Hanifah Annisaa Putri**  
NIM. 20108020004

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanifah Annisaa Putri  
NIM : 20108020004  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Guru dan Karyawan MTsN Magetan)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 25 Januari 2024

  
Hanifah Annisaa Putri  
20108020004

## HALAMAN MOTTO

*\*Keep going and be strong.*

Tetaplah menjadi orang baik walaupun orang lain membenci.\*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kepada Allah SWT. atas nikmat dan hidayah-Nya sehingga proses panjang dalam penyusunan tugas akhir ini mampu terselesaikan. Shalawat serta salam mudah-mudahan tercurahkan kepada Sang Kekasih semua hambanya yaitu Nabi Muhammad SAW.

Dengan ucapan hamdalah, skripsi ini saya persembahkan untuk:

Bapak Heru Sugiarto dan Ibu Kumala Dewi

Yang telah memberikan dukungan, motivasi, selalu memberikan kasih sayang, yang selalu mendoakan, yang selalu menasehati menjadi orang yang lebih baik, dan cinta kasihnya yang tidak terhingga yang mungkin dapat dibalas hanya dengan selembar kertas yang bertulis kata persembahan untuk orang tua saya tercinta.

Teruntuk keluarga besar eyang, om, dan tante

Terimakasih telah memberikan semangat dan motivasi serta mendoakan agar segera menyelesaikan skripsi ini.

Teruntuk Guru dan Dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama saya dalam proses belajar.

Kepada sahabat-sahabatku semua yang telah memberi dukungan dan motivasi.

Serta untuk Almamater tercinta

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### KEPUTUSAN BERSAMA

#### MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b/U/1987

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 0532b/U/1987.

#### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
س	Sa'	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	' <i>iddah</i>

### C. Ta' Marbuttah

Semua ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). ketentuan ini tidak diperlakukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كرمة الاولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	<i>A</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>A</i>
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>I</i>
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>U</i>
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

## F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah maka ditulis menggunakan huruf awal "al".

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf syamsiah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama syamsiah tersebut.

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

## I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas kasih dan sayang-Nya sehingga pada akhirnya kami dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam senantiasa kita curahkan kepada kekasih kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kebodohan menuju alam yang penuh keimanan dan keyakinan yaitu dengan adanya iman dan islam.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati dan ta'dzim kami, terima kasih sebanyak-banyaknya kami sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag., M.Ag. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;
2. Bapak Dr. Afdawaiza S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga beserta semua jajarannya;
3. Ibu Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga beserta semua jajarannya;
4. Ibu Rifaatul Indana, S.E.I., M.E. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan banyak ilmu serta motivasi kepada saya selama proses penyusunan skripsi dari proses paling awal hingga skripsi ini selesai.
5. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan selama perkuliahan berlangsung.
6. Seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan selama menempuh pendidikan.

7. Teruntuk orang tua tercinta. Terimakasih atas segala doa, bimbingan, dukungan, motivasi, dan pengorbanan serta kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
8. Teruntuk keluarga eyang, tante, dan om. Terimakasih telah memberi motivasi dan dukungan serta doa yang diberikan kepada penulis.
9. Teruntuk adik saya Arifa dan Gustaf. Terimakasih telah memberikan saya semangat dan dukungan melalui tingkahnya yang lucu.
10. Kepada pemilik nama M. Yazid Zidan, terimakasih yang telah menemani dan memberi motivasi selama penulis mengerjakan terimakasih telah mendengar keluh kesah penulis selama pengerjaan skripsi.
11. Teman-teman saya di rumah Ais, Arum, dan Shipa terimakasih telah membantu dan menerima keluh kesah saya serta dukungannya yang diberikan kepada penulis.
12. Teman-teman kost kita muslimah Novita, Mutiara, Widya terimakasih atas segala motivasi, dukungan, dan sudah mendengar keluh kesah penulis.
13. Terimakasih Lelly yang telah menerima keluh kesah dan memberikan motivasi serta semangat kepada penulis.
14. Teman-teman KKN Pacitan selama 45 hari terimakasih telah memberikan pengalaman baru dan suasana bar.
15. Untuk Hanifah Annisaa Putri, terimakasih telah berjuang dan menyelesaikan selama kuliah dan sampai tahap akhir skripsi.
16. Serta semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sampaikan satu persatu, terimakasih banyak atas semuanya.

Semoga Allah SWT. senantiasa membalas semua kebaikan mereka dengan nikmat yang lebih berkah dan sempurna. Akhir kata penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu kritik dan saran serta perkembangan dari penelitian ini sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga bermanfaat. *Aamiin*.

Yogyakarta, 25 Januari 2024

Hormat Penyusun

Hanifah Annisaa Putri



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xx
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxi
ABSTRAK .....	xxii
BAB I .....	2
PENDAHULUAN .....	2
A. Latar Belakang .....	2
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Penelitian .....	12
BAB II .....	14
LANDASAN TEORI .....	14
A. Kerangka Teori .....	14
1. <i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian) .....	14
2. Pembiayaan Syariah .....	22
3. Literasi Keuangan Syariah .....	30
4. Religiusitas .....	33
5. <i>Islamic Branding</i> .....	36
B. Telaah Pustaka .....	38



C.	Pengembangan Hipotesis.....	45
1.	Literasi keuangan syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah.....	45
2.	Religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah.....	46
3.	<i>Islamic branding</i> terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah.....	47
D.	Kerangka Pemikiran.....	48
BAB III.....		49
METODE PENELITIAN.....		49
A.	Jenis dan Lokasi Penelitian.....	49
B.	Sumber Data.....	49
C.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
D.	Definisi Operasional Variabel.....	52
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	56
F.	Teknik Analisis Data.....	56
a.	Analisis Deskriptif.....	57
b.	Uji Instrumen Penelitian.....	57
c.	Uji Asumsi Klasik.....	58
d.	Uji Hipotesis.....	60
BAB IV.....		62
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		62
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
B.	Profil Responden.....	63
C.	Analisis Deskriptif.....	66
D.	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	68
1.	Uji Validitas.....	68
2.	Uji Reliabilitas.....	72
D.	Uji Asumsi Klasik.....	73
1.	Uji Normalitas.....	73
2.	Uji Multikolinearitas.....	74
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	75
E.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
F.	Uji Hipotesis.....	78

2. Uji F (Simultan).....	79
3. Uji T (Parsial).....	80
<b>F. Pembahasan.....</b>	<b>83</b>
<b>1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam Menggunakan Pembiayaan Syariah Guru dan Karyawan MTsN Magetan .....</b>	<b>84</b>
<b>2. Pengaruh Religiusitas (X2) Terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam Menggunakan Pembiayaan Syariah Guru dan Karyawan MTsN Magetan .....</b>	<b>87</b>
<b>3. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> (X3) Terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam Menggunakan Pembiayaan Syariah Guru dan Karyawan MTsN Magetan .....</b>	<b>89</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>92</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>92</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>92</b>
<b>B. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>93</b>
<b>C. Saran .....</b>	<b>93</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>xcix</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	56
Tabel 4. 1 Jumlah Guru dan Karyawan MTsN di Magetan .....	62
Tabel 5. 1 Jenis Kelamin Responden.....	63
Tabel 5. 2 Usia Responden .....	64
Tabel 5. 3 Asal Instansi Responden.....	65
Tabel 5. 4 Penghasilan Responden .....	66
Tabel 5. 5 Analisis Deskriptif.....	67
Tabel 5. 6 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah .....	69
Tabel 5. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas.....	70
Tabel 5. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Islamic Branding.....	70
Tabel 5. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah.....	71
Tabel 5. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 5. 11 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 5. 12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	74
Tabel 5. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
Tabel 5. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	76
Tabel 5. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	78
Tabel 5. 16 Hasil Uji F .....	79
Tabel 5. 17 Hasil Uji t .....	81
Tabel 5. 18 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	83

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Kurva pembiayaan .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1. 2 Kurva Penduduk Muslim di Indonesia .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk Magetan menurut Agama.....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>Gambar 1. 4 Presentase Literasi Keuangan .....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>48</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	xcix
Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara .....	cvi
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Informan .....	cvi
Lampiran 4 Data Jawaban Kuisisioner Responden .....	cvii
Lampiran 5 Hasil Olah Data Menggunakan SPSS .....	cxix
Lampiran 6 Surat Telah Melakukan Penelitian .....	cxxxiii
Lampiran 7 Dokumentasi .....	cxliii
Lampiran 8 <i>Curriculum Vitae</i> (CV) .....	cxlv



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan BSI pada guru dan karyawan MTsN Kab. Magetan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh MTsN yang ada di Magetan yaitu ada 10 MTsN. Pengambilan sampel dari penelitian ini adalah menggunakan teknik purposive sampling. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Data primer dalam penelitian ini menggunakan 108 kuesioner yang dapat diolah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software IBM SPSS 25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Adapun secara parsial menunjukkan variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, sedangkan variabel religiusitas dan *Islamic branding* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, *Islamic Branding*, Keputusan Nasabah



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

### **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of sharia financial literacy, religiosity, and Islamic branding on customers' decisions in using BSI financing for teachers and employees of MTsN Kab. Magetan. This research is quantitative in nature with the aim of testing previously established hypotheses. The population of this research is all MTsN in Magetan, namely there are 10 MTsN. Sampling from this research used a purposive sampling technique. The data in this research was obtained through distributing questionnaires. Primary data in this study used 108 questionnaires that could be processed. The analytical method used is multiple linear regression analysis using IBM SPSS 25 software.*

*The results of this research show that simultaneously, the variables of sharia financial literacy, religiosity, and Islamic branding influence customer decisions. Partially, it shows that the sharia financial literacy variable does not have a significant effect on customer decisions, while the religiosity and Islamic branding variables have a significant effect on customers' decisions in using financing.*

**Keywords:** *Sharia Financial Literacy, Religiosity, Islamic Branding, Customer Decisions*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pembiayaan perbankan syariah berkembang dimulai saat disahkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Transaksi Perbankan Syariah pada tanggal 16 Juli 2008. Menurut Effendi (2014) pada UU tersebut diharapkan dapat lebih menarik perhatian sektor perekonomian, sehingga perkembangan perekonomian syariah di Indonesia semakin membaik yang didukung oleh masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam. Peran penting perbankan syariah dalam menjaga stabilitas pertumbuhan ekonomi tercermin melalui fungsi utamanya dalam menyalurkan pembiayaan. Menurut Nurnasrina & Putra (2018) Pembiayaan adalah peminjaman uang atau harta berdasarkan perjanjian atau persetujuan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak tersebut menanggung resiko pengembalian uang setelah jangka waktu tertentu.

**Gambar 1. 1 Kurva pembiayaan**





Berdasarkan data tersebut<sup>1</sup>, Pembiayaan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah mengalami pertumbuhan yang meningkat pada bulan Januari 2022 sampai bulan Maret 2023. Pada bulan Januari 2022 pertumbuhan pembiayaan mencapai 400 triliun dan meningkat pada bulan Maret 2023 mencapai 500 triliun. Didukung oleh wawancara dengan pegawai BSI MT Haryono 1, Bank Syariah Indonesia area Kediri menunjukkan bahwa pembiayaan tahun 2022 sebanyak 2.403.801 miliar dan mengalami peningkatan pada bulan November 2023 sebanyak 2.640.478. Pada data BSI KCP Magetan MT Haryono 1 data pembiayaan juga mengalami peningkatan, dibuktikan bahwa pada tahun 2022 sebanyak 171.412 miliar dan meningkat pada bulan November 2023 menjadi 194.101 miliar. Hal ini adalah metode mobilisasi massa untuk meningkatkan kesadaran akan riba dan menyediakan sistem ekonomi yang sesuai dengan hukum Islam. Namun lembaga keuangan bank syariah saat ini menghadapi permasalahan yaitu bagaimana perusahaan bisa menarik dan mempertahankan nasabah, karena persaingan bank syariah bukan dengan bank syariah lainnya tetapi dengan bank konvensional (Parida, 2018).

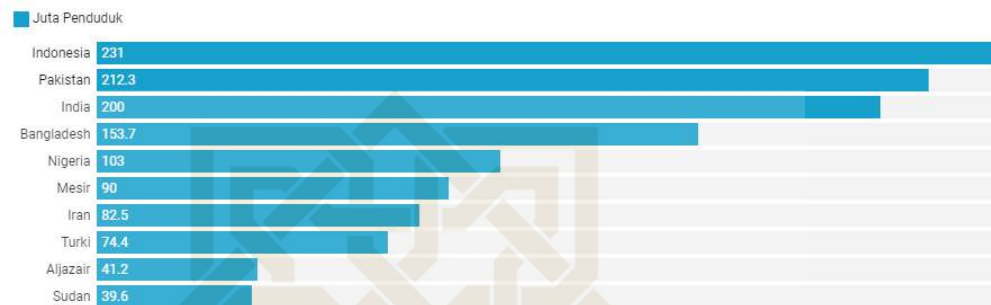
Pembiayaan perbankan syariah didukung oleh masyarakat Indonesia yang beragama islam dan beranggapan bahwa bunga adalah riba. Indonesia

---

<sup>1</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/10/pembiayaan-syariah-terus-bertambah-tembus-rp507-triliun-per-april-2023> (Diakses pada tanggal 15 Oktober 2023)

menempati posisi sebagai negara dengan jumlah umat Islam terbesar di dunia. Dapat kita lihat pada tabel kurva dibawah:

**Gambar 1. 2 Kurva Penduduk Muslim di Indonesia**



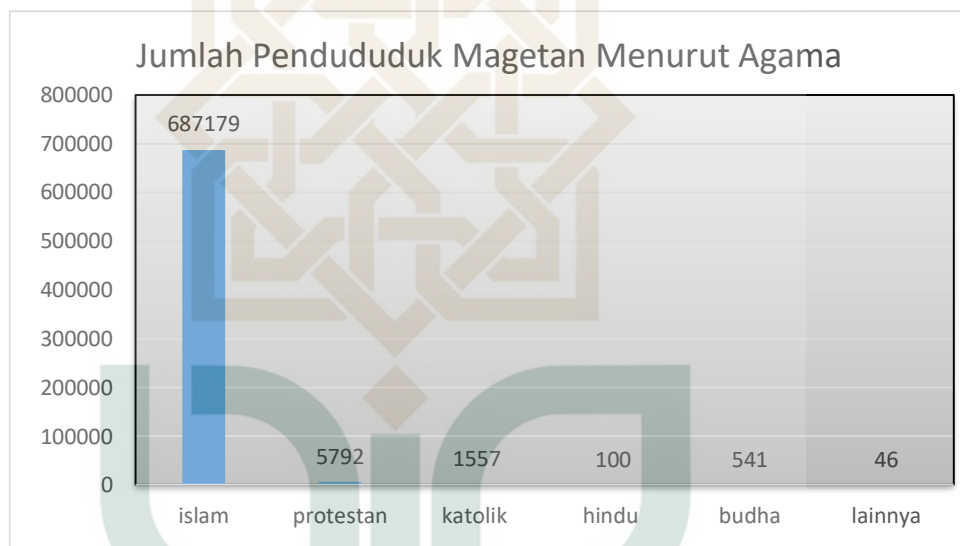
*Sumber : CNBC Indonesia*

Dari data diatas<sup>2</sup> dapat dilihat bahwa masyarakat indonesia yang beragama Islam sejumlah 231 juta penduduk. Oleh karena itu dengan jumlah muslim sebanyak 231 juta sehingga, peran masyarakat Muslim menjadi krusial dalam mengembangkan industri keuangan syariah di Indonesia, termasuk dalam aspek pembiayaan syariah. Pembiayaan syariah diharapkan mampu memajukan pendapatan dunia usaha dan masyarakat guna untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Maka dari itu, otoritas keuangan dapat menjadi panduan bagi nasabah untuk mendapatkan modus yang diinginkan (Nurnasrina & Putra, 2018). Sikap seseorang terhadap perilakunya dapat dilihat dari bagaimana individu tersebut menggambarkan perilakunya dikaitkan dengan apa yang diinginkannya dan persepsi seseorang terhadap norma-norma sosial yang terkait dengan

<sup>2</sup> <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230328043319-128-424953/negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-dunia-ri-nomor-berapa> (Diakses pada tanggal 15 Oktober)

perilaku tersebut. Kesalahpahaman umum tentang bank Syari'ah menciptakan keinginan yang kuat dalam diri nasabah untuk beranggapan lebih. Oleh karena itu, proses pengambilan keputusan nasabah mungkin terpengaruh oleh persaingan antara bank syariah dan bank konvensional (Rusliani et al., 2023).

**Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk Magetan menurut Agama**



*Sumber: BPS Kabupaten Magetan*

Dengan fenomena penduduk muslim terbanyak di Magetan dan di Indonesia seharusnya mayoritas masyarakat banyak yang lebih meminati untuk menggunakan lembaga perbankan syariah dan lebih memahami keuangan syariah. Kenyataannya masih banyak penduduk muslim di Indonesia yang belum menggunakan lembaga perbankan syariah sebagai alat transaksi sehari-hari dan masih menggunakan jasa lembaga perbankan konvensional yang dalam transaksinya mengandung riba yang dilarang oleh Al-Quran (Hikmah, 2017). Hal mengenai riba di jelaskan oleh Allah swt dalam Al-Quran sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”* Ali Imron [3]: 130

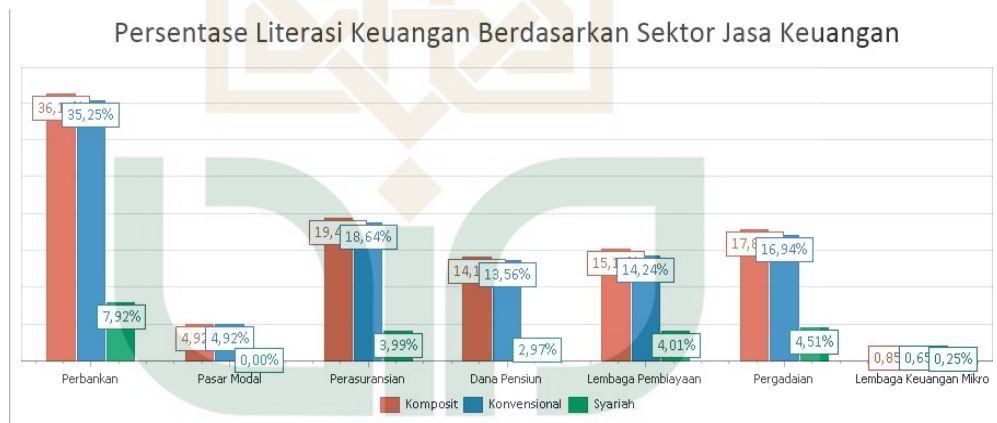
الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ  
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا  
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”* Al – Baqarah : 275

Masyarakat memiliki pendapat masing-masing, pada pendapat tersebut juga ada perbedaannya oleh karena itu, opini peran masyarakat sangat penting dalam tahapan pengambilan keputusan terkait pembiayaan syariah. Amri et al. (2018) mengatakan bahwa salah satu faktor internal

yaitu fokus utama pelanggan Bank Islam Aceh Kota Banda Aceh dalam memilih produk keuangannya adalah situasi sekitar mereka yang diikuti dengan kepatuhan terhadap keyakinan dan pemahaman agama. Dalam perilaku konsumen juga ada beberapa faktor lain, misalnya dari budaya, social (faktor ekonomi, religius, dan keluarga), serta psikologis (faktor motivasi, memori, dan pembelajaran). Oleh karena itu, dari berbagai faktor tersebut, perilaku masyarakat dapat terpengaruh oleh tingkat religiusitas dan pemahaman literasi keuangan syariah serta *islamic branding*.

**Gambar 1. 4 Presentase Literasi Keuangan**



Sumber: OJK (Otoritas Jasa Keuangan)

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan OJK pada 2019 secara nasional menunjukkan indeks literasi keuangan di lembaga keuangan mencapai 15,17%. Literasi keuangan di pembiayaan konvensional mencapai 14,24%, sedangkan literasi keuangan di pembiayaan syariah hanya 4,01%. Pada data survey literasi keuangan di Jawa Timur mencapai 48,95%, sedangkan literasi keuangan syariah pada lembaga konvensional mencapai 48,95% dan pada lembaga syariah hanya mencapai 28,27%. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran

masyarakat terhadap sektor ekonomi syariah lainnya, tidak hanya sektor keuangan pada pembiayaan. Tingkat literasi saat ini masih cukup rendah sehingga perlu terus ditingkatkan kegiatan pendidikan dan sosialnya. Angka literasi ini juga menunjukkan bahwa determinan terpenting rendahnya market share industri keuangan syariah di Indonesia adalah pemahaman terhadap transaksi ekonomi dan keuangan syariah.

Peningkatan literasi keuangan syariah tidak hanya dapat meningkatkan pemahaman masyarakat secara umum namun juga meningkatkan kinerja individu mereka dalam memilih pembiayaan, memungkinkan mereka untuk memilih opsi yang halal dan menguntungkan (Zamharira et al., 2021). Rendahnya pasar dapat dipengaruhi dengan beberapa faktor, termasuk tingkat literasi masyarakat dan cara pengungkapan keuangan syariah yang kurang dari minimum (Tedy & Yusuf, 2020). Maka dari itu, dengan literasi keuangan syariah sangat penting untuk dipahami umat Islam agar dapat diketahui mana yang baik dan buruk.

*Islamic Branding* merupakan salah satu merek Islam yang terkait dengan pembiayaan syariah, dan mampu menciptakan persepsi bagi nasabah bahwa produk yang disajikan telah bebas dari unsur riba, yang mana riba dilarang dalam ajaran agama. Merek adalah suatu hal yang menarik bagi konsumen. Banyaknya merek menimbulkan adanya kebingungan konsumen untuk memilih mana yang baik. *Islamic branding* saat ini sudah menjadi trend dan banyak persaingan antar perusahaan,

sehingga banyak perusahaan yang membuat brand menarik sehingga dapat menarik konsumen (Fitriya, 2017). Dalam persaingan antara banyak perusahaan, terdapat banyak merek Islam yang terkadang tidak mematuhi prinsip-prinsip Islam. Maka dari itu, penting bagi masyarakat untuk mempunyai literasi yang baik agar dapat memilih merek yang sesuai, terutama dalam konteks produk pembiayaan (Nasrullah, 2015).

Faktor utama seseorang dalam berperilaku adalah religiusitas. Menurut Adzimatunur et al. (2015) Setiap individu akan merespons keyakinan agamanya dengan cara yang berbeda dan akan berperilaku sesuai dengan ajaran yang dianutnya. Menurut pendapat Suhardiyanto (2001) dalam (Fauzan, 2012) religiusitas merupakan koneksi personal dengan Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih, dan Maha Penyayang, yang mengakibatkan keinginan untuk menyenangkan keberadaan ilahi tersebut melalui pelaksanaan kehendak-Nya dan menjauhi hal-hal yang dilarang oleh-Nya. Menurut (Glock & Stark, 1968) religiusitas memiliki lima dimensi yaitu Dimensi keyakinan, Dimensi ideologis (aqidah), Dimensi praktik agama, Dimensi pengalaman dan Dimensi pengetahuan. Keputusan konsumen yang religius bisa dibuktikan dengan adanya kepercayaan yang menyatakan bahwa konsumen tersebut paham terkait isu agama. Maka dari itu, konsumen yang religius cenderung akan memilih produk dengan prinsip syariah.

Dengan adanya brand suatu perusahaan, *Islamic branding* memiliki peran signifikan dalam memotivasi individu untuk berperilaku. Setiap perilaku masyarakat bervariasi, dan perbedaan ini menjadi subjek penelitian menarik yang dapat dihubungkan dengan tingkat religiusitas dan pemahaman literasi keuangan syariah. Ketidapahaman masyarakat terhadap industri keuangan dan produknya menyebabkan mereka rentan terhadap godaan, terutama dalam hal pembiayaan dan dengan penekanan pada jangka waktu pendek, tanpa mempertimbangkan potensi risiko yang terkait. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia”**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang sebelumnya, Maka didapat rumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah?
3. Apakah *Islamic branding* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka terdapat tujuan dari penelitian ini, antara lain:

1. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah
2. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah
3. Untuk menguji pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Harapannya, temuan dari penelitian ini mampu menjadi pedoman untuk penelitian yang relevan di masa depan dan memberikan manfaat dalam pengembangan referensi ilmiah,

khususnya dalam bidang tersebut. pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan pembiayaan syariah.

## 2. Manfaat Praktisi

### a. Bagi Masyarakat

Dasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat sebagai referensi. pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* terhadap keputusan memanfaatkan pembiayaan syariah untuk mengambil keputusan yang tepat.

### b. Bagi Penulis

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan dan wawasan penulis terkait dengan topik mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* terhadap keputusan dalam menggunakan pembiayaan syariah.

## E. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan rincian sebagai berikut:

### **BAB I                   PENDAHULUAN**

Pada bab I membahas terkait pendahuluan yang didalamnya berisi: latar belakang masalah, rumusan

masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

## **BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab II membahas tentang landasan teori, kajian pustaka, kerangka teoritik, dan pengembangan hipotesis.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab III membahas tentang metode penelitian yang didalamnya berisi: desain penelitian, variable dan definisi operasional variable penelitian, populasi, sampel, data, sumber data, teknik pengumpulan data, metode pengujian hipotesis.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV membahas tentang gambaran umum objek penelitian, analisi deskriptif, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab V membahas tentang penutup yang didalamnya berisi: kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *Islamic branding* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di MTsN Kab. Magetan), dapat disimpulkan dibawah ini, yaitu:

1. Variabel literasi keuangan syariah memiliki pengaruh negatif serta tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Bank Syariah Indonesia di MTsN Kabupaten Magetan. Dengan demikian, hipotesis ( $H_1$ ) pada penelitian ini ditolak.
2. Variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Bank Syariah Indonesia di MTsN Kabupaten Magetan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ( $H_2$ ) pada penelitian ini dapat diterima.
3. Variabel *Islamic branding* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Bank Syariah Indonesia di MTsN Kabupaten Magetan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ( $H_3$ ) pada penelitian ini dapat diterima.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan yang dimiliki oleh penulis selama ini penelitian ini dilakukan pada guru dan karyawan MTsN di Magetan yang terdiri dari sepuluh MTsN. Meskipun penelitian ini difokuskan pada guru dan karyawan MTsN di Magetan, namun ada sejumlah kendala dan tantangan harus dihadapi oleh peneliti. Berikut adalah beberapa hambatan dan kesulitan yang ditemui selama pelaksanaan penelitian:

1. Penulis kesulitan dalam menyebar kuisioner pada 10 MTsN yang tersebar di beberapa kecamatan Magetan. Dikarenakan para guru dan karyawan juga memiliki kesibukan masing-masing untuk mengurus kesibukan yang ada di sekolah masing-masing.
2. Dalam melakukan penelitian, peneliti hanya menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Keterbatasan sumber informasi yang tersedia menunjukkan perlunya mempertimbangkan penggunaan metode pengumpulan data tambahan untuk memastikan keakuratan dan kelengkapan informasi yang diperoleh.

## **C. Saran**

Ada beberapa saran atau pedoman yang perlu diikuti oleh peneliti berdasarkan analisis temuan penelitian dari bab 1 sampai bab 5. Hal ini dilakukan guna mengidentifikasi tim yang mampu meningkatkan kualitas penelitian. Berikut beberapa rekomendasi atau saran untuk penelitian lebih lanjut, antara lain:

1. Untuk penelitian berikutnya, akan lebih baik jika peneliti mempertimbangkan jumlah sampel yang digunakan. Oleh karena itu, disarankan agar peneliti menambah jumlah sampel guna mencapai hasil penelitian yang lebih maksimal.
2. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti menggunakan metode pengumpulan data selain kuesioner, seperti wawancara untuk memastikan informasi yang diperoleh lebih akurat.
3. Bagi pihak bank, lebih baik melakukan sosialisasi kepada para guru dan karyawan di sekolah agar dapat lebih memahami brand yang ada pada bank tersebut.
4. Untuk penelitian berikutnya, penulis berharap dapat menambah jumlah variabel penelitian dan memperluas lingkup objek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adzimatinur, F., Hartoyo, S., & Wiliasih, R. (2015). Faktor-faktor yang Memengaruhi Besar Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Muzara'ah*, 3(2), 106–121. <https://doi.org/10.29244/jam.3.2.106-121>
- Ali, M. Y. (2013). Halal Branding : A study of Muslim consumers Perspective. *Proceedings of the 2nd Global Islamic Marketing Conference, January*, 1–6. <https://www.researchgate.net/publication/236334075>
- Alserhan, B. A. (2010). Islamic branding: A conceptualization of related terms. *Journal of Brand Management*, 18(1), 34–49. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.18>
- Amri, K., Qurratul'aini, I., & Julianty, J. (2018). Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 31–41. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.459>
- Annisa, Y. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Di Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24(01), 9.
- Arief, M. H. R. (2020). *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah*.
- Braunstein, S., & Welch, C. (2002). Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy. *Federal Reserve Bulletin*, 88(11), 0–0. <https://doi.org/10.17016/bulletin.2002.88-11>
- Casriyanti. (2020). Pengaruh Religiusitas, Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah Casriyanti Sekolah Tinggi Agama Islam Pangeran Dharma Kusuma Segeran Indramayu. *Jurnal Mu'amalah Dan Ekonomi Syari'ah*, 2(1), 52–70.
- Effendi, A. (2014). Industri Perbankan Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif UU no. 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. *Wahana Akademika*, 1(2), 151–166.
- Fauzan, I. T. (2012). Pengaruh Religiusitas Dan Etika Kerja Islami Terhadap Motivasi Kerja. *Modernisasi*, 8(3), 206–232.
- Fitriya, E. (2017). Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 2(1), 31–41.
- Furnawati, R., Ferawati, R., & Mubyarto, N. (2022). Pengaruh pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Kabupaten Bungo. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(4), 743–750.

<https://bungokab.bps.go.id/>.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (p. 129).
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1968). *Patterns of Religious Commitment*.
- Guntur, M., & Kaban, R. F. (2021). The Effect Of Islamic Financial Literacy, Religiosity, And Lifestyle On Decision To Use Islamic Bank Products For Millennial Generation In Greater Jakarta. *Management Research Studies Journal*, II(2), 67–78.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Issue January). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hikmah, M. (2017). Tingkat Ketertarikan Masyarakat Muslim Terhadap Bank Syariah Di Yogyakarta, Indonesia. *Seminar Forum Ilmiah Keuangan Negara*, 4(1), 1. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/hukumislam/article/view/2678>
- Ilyas, R. (2015). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah ' ah. *Penelitian*, 9(FEBRUARI), 183–204.
- Intihan, I. (2022). Pengaruh Religiusitas, Transaksi Murabahah dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Dosen UNU Sumatera Barat). *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 91. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i1.29>
- Irsyad, H. M. (2006). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FIAI UII Dalam Memilih Layanan Bank (Syariah). *CWL Publishing Enterprises, Inc., Madison*, 2004(10), 352.
- Jaelani, I., & Mutaqin, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Lembaga Keuangan Syariah. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 3(1), 24. <https://doi.org/10.35194/eeki.v3i1.3099>
- Jalil, M. A., & Rahman, M. K. (2014). The impact of Islamic branding on consumer preference towards Islamic banking services: an empirical investigation in Malaysia. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 209–229. [https://www.academia.edu/7161105/The\\_Impact\\_of\\_Islamic\\_Branding\\_on\\_Consumer\\_Preference\\_towards\\_Islamic\\_Banking\\_Services\\_An\\_Empirical\\_Investigation\\_in\\_Malaysia](https://www.academia.edu/7161105/The_Impact_of_Islamic_Branding_on_Consumer_Preference_towards_Islamic_Banking_Services_An_Empirical_Investigation_in_Malaysia)
- Jelley, H. M. (1958). *A Measurment And Interpretation Of Money Management*.
- Jumani, Z. A., & Siddiqui, K. (2015). *Bases Of Islamic Branding In Pakistan : Perceptions Or Believes*. January 2012.
- Kamila, S., & . R. (2023). Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa



- Menggunakan Produk Bank Syariah. *Inspiratif Pendidikan*, 12(1), 208–223.  
<https://doi.org/10.24252/ip.v12i1.39210>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Malik, A. (1980). *Pengantar Statistika Pendidikan Teori dan Aplikasi*. 466.  
<https://doi.org/10.1145/2505515.2507827>
- Marini, Y., & Marina, N. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Humaniora*, 1(1), 1–14.
- Muhammad, Sirat, A. H., & Hadady, E. H. (2023). *The Effect of Islamic Financial Literacy on the Decision to Use Islamic Banking Services in the City of Ternate with Religion as a Moderating Variable*. 10(1), 177–189.
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.  
<https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Nasrullah, M. (2015). *Islamic Branding, Religiusitas, dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*. 13(79), 1–23.
- Niswaton, E. susilo. (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>
- Novita, D. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fai UMSU) Tri*. 4(1).
- Nurnasrina, A. P., & Putra, P. A. (2018). Manajemen pembiayaan bank syariah. In *Pekanbaru: Cahaya Pirdaus* (Issue February).  
[https://www.researchgate.net/profile/Popi-Putra/publication/348928953\\_Manajemen\\_Pembiayaan\\_Bank\\_Syariah/links/60178e4e6fdcc071ba91fe6/Manajemen-Pembiayaan-Bank-Syariah.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Popi-Putra/publication/348928953_Manajemen_Pembiayaan_Bank_Syariah/links/60178e4e6fdcc071ba91fe6/Manajemen-Pembiayaan-Bank-Syariah.pdf)
- Parida, R. (2018). *Pengaruh Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FAI UMSU)*. 1–130.
- Ramadhani, H. M., Rahmi, M., & Fathoni, M. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2(1), 689–704.
- Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, M. K. T. (2015). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.

- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Rusliani, H., Lestari, P., & Sari, N. (2023). *Analisis Perilaku Nasabah Nonmuslim Dalam Memilih Produk*. 1(4).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Tedy, & Yusuf, S. (2020). Literasi Keuangan Syariah pada Pendidikan Dasar: Tinjauan Teoritis dan Empiris. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2003), 1–7.
- Ulpah, M. (2020). Konsep Dalam Pembiayaan Perbankan Syariah, Vol. 3 No.2 Agustus 2020. *Madani Syari'ah*, 3(2), 147–160. <file:///C:/Users/Acer/Downloads/208-Article Text-297-1-10-20200831.pdf>
- Usman, E. (2016). *Psikologi Konsumen*. Raja Grafindo Persada.
- Wilson, J. A. J., Belk, R. W., Bamossy, G. J., Sandikci, Ö., Kartajaya, H., Sobh, R., Liu, J., & Scott, L. (2013). Crescent marketing, Muslim geographies and brand Islam: Reflections from the JIMA Senior Advisory Board. *Journal of Islamic Marketing*, 4(1), 22–50. <https://doi.org/10.1108/17590831311306336>
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130(December 2015), 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>
- Zamharira, N., Miftah, A. A., Syahrizal, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Uin, I., Thaha, S., & Jambi, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus: Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Uin Sts Jambi). *Journal of Islamic Financial Management*, 01(01), 48–63.