

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIOSITAS DAN
DIRECT SELLING PROMOTION TERHADAP MINAT
MAHASISWA MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah D.I Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENDAPATKAN GELAR
STRATA SATU (S1)**

OLEH :

LUTFI ALFARIZ

NIM. 20108020002

PEMBIMBING :

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



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-762/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : *PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIOSITAS DAN DIRECT SELLING PROMOTION TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah D.I Yogyakarta)*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LUTFI ALFARIZ
Nomor Induk Mahasiswa : 20108020002
Telah diujikan pada : Jumat, 17 Mei 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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: 6659370ad3d54



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

Valid ID: 665839913a416



Penguji II
Fitri Zaelina, S.E.I.M.E.K
SIGNED

Valid ID: 6655791117cd5



Yogyakarta, 17 Mei 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6654902b04eca

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Lutfi Alfariz

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah menimbang, meneliti, memberi petunjuk, mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Lutfi Alfariz Alfariz

NIM : 20108020002

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Religiositas, dan *Direct selling promotion* Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah D.I Yogyakarta).

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas Perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 25 Mei 2024

Pembimbing,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



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

NIP.19870412 201903 2 006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfi Alfariz

NIM : 20108020002

Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Religiositas, dan *Direct selling promotion* Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah D.I Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terjadi adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Dengan surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi.

Yogyakarta, 25 Mei 2024

Penyusun,



Lutfi Alfariz

NIM. 20108020002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

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

Nama : Lutfi Alfariz
NIM : 20108020002
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, RELIGIOSITAS DAN *DIRECT SELLING PROMOTION* TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH DI YOGYAKARTA)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non-eksklusif ini UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media, 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, 2 Mei 2024



(Lutfi Alfariz)

HALAMAN MOTTO

“Frui Ignem Oblivisci Calor”

Nikmati apinya lupakan panasnya

Manyalaaa abangkuhh!!!



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam yang selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada Kedua orang tua yang saya cintai dan saya sayangi, terutama Ibunda saya Siti Hamidah yang tiada hentinya mendukung dan memotivasi saya agar senantiasa berjuang untuk menjadi putra kebanggaan keluarga, bangsa dan negara.

Terima kasih kepada Ibu Rifaatul Indana, S.E.I., M.E. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada saya.

Terima kasih kepada Almamater UIN Sunan Kalijaga, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan saya kesempatan dan ruang belajar.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
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.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es titik atas
ج	Jim	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha titik di bawah
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Žal	ž	zet titik di atas
ر	Rā'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es titik di bawah
ض	Dād	ḍ	de titik di bawah
ط	Tā'	ṭ	te titik di bawah
ظ	Zā'	ẓ	zet titik di bawah
ع	'Ayn	...'	koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	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	Waw	w	we
هـ	Hā'	h	ha
ء	hamzah	...'	apostrof
ي	Yā'	y	ye

II. Konsonan Rangkap (Syaddah)

متعقدین	ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

III. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	ditulis	<i>hibah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	ditulis	<i>ni' matullah</i>
زكاة الفطر	ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

IV. Vokal Pendek

َ	Fathah	ditulis	a
Contoh: ضَرَبَ			<i>ḍaraba</i>
ِ	Kasrah	ditulis	i
Contoh: فَوِّمَ			<i>fahima</i>

ُ	Dammah	ditulis	u
Contoh: كُتِبَ			<i>kutiba</i>

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + Alif Contoh: جاهلية	ditulis	ā (garis di atas) <i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + Alif maqsur Contoh: يسعى	ditulis	ā (garis di atas) <i>yas'ā</i>
3.	Kasrah + Ya mati Contoh: مجيد	ditulis	ī (garis di atas) <i>majīd</i>
4.	Dammah + Wawu mati Contoh: فرود	ditulis	ū (dengan garis di atas) <i>furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + Ya mati Contoh: بينكم	ditulis	<i>ai</i> <i>bainakum</i>
2.	Fathah + Wawu mati Contoh: قول	ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

VII. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

أ أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
--------	---------	------------------

القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf syamsiyah, ditulis sama dengan huruf qamariyah

الشمس	ditulis	<i>al-Syams</i>
السماء	ditulis	<i>al-Samā'</i>

IX. Huruf Besar

Huruf besar dalam tulisan latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

X. Penulisan Kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذوى الفرود	ditulis	<i>Żawi al-furud</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl al-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ “. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah- limpahkan kehadiran junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, Keluarga dan para Sahabatnya.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terealisasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin., MA selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
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 kedua orang tua tercinta. Terimakasih atas segala doa, bimbingan, dukungan, motivasi dan pengorbanan serta kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
8. Kepada pemilik nama Ning Addilana Nurul Falasifa, terimakasih atas dukungan dan motivasi serta doa yang diberikan kepada penulis.

9. Teman- teman Perbankan Syariah Angkatan 2020 yang telah memberikan banyak pengalaman dan memori berharga selama perjalanan saya di kampus.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan do'a, motivasi dan terlibat dalam penulisan tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi saya dan juga pihak-pihak yang nantinya melakukan penelitian yang sama.

Yogyakarta, 2 Mei 2024

Peneliti



Lutfi Alfariz



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LITERATURE REVIEW	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Teori Perilaku Konsumen.....	12
2. Literasi Keuangan.....	17
3. Religiositas	20
4. <i>Direct Selling Promotion</i>	23
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Pengembangan Hipotesis	30
D. Kerangka Teoritis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis dan Desain Penelitian.....	34
B. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	34

1. Sumber Data	34
2. Teknik Pengumpulan Data	35
C. Populasi dan Sampel	36
D. Variabel Penelitian	39
E. Teknik Analisis Data	40
1. Instrumen Penelitian	41
2. Uji Asumsi Klasik	42
3. Uji Regresi Linier Berganda	43
4. Uji Ketepatan Model	44
5. Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Data Penelitian	48
B. Analisis Deskriptif	49
C. Analisis Statistik Deskriptif Variabel	52
D. Uji Kualitas Data	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	55
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	57
1. Uji Normalitas	57
2. Uji Multikolinieritas	60
3. Uji Heteroskedastisitas	60
4. Uji Regresi Linier Berganda	62
F. Hasil Uji Hipotesis	64
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
2. Uji F	64
3. Uji T	65
G. Pembahasan	66
1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah	67
2. Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah	69
3. Pengaruh <i>Direct Selling Promotion</i> Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74

A. Kesimpulan	74
B. Implikasi Penelitian.....	75
C. Keterbatasan Penelitian dan Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	lxxxi



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Dana Pihak Ketiga	2
Gambar 1.2 Mayoritas Penduduk Berdasarkan Agama di D.I Yogyakarta	4
Gambar 1.3 Grafik Indeks Literasi Keuangan Nasional	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	33
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara Dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbesar.....	1
Tabel 2.1 Indeks Literasi keuangan di Indonesia.....	19
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert	35
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Perbankan Syariah D.I.Y	37
Tabel 3.3 Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Asal Institusi	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	51
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji R ²	64
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	65

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, religiositas dan *direct selling promotion* terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah D.I Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini yaitu 85 mahasiswa dari program studi perbankan syariah se D.I Yogyakarta meliputi empat universitas yaitu UIN Sunan Kalijaga, Universitas Ahmad Dahlan, Universitas Alma Atta serta STIE Hamfara. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan pendekatan bersifat lapangan yang berfokus pada hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih melalui data dalam bentuk angka dan menganalisisnya dengan metode statistik. Aplikasi yang digunakan yaitu SPSS 23.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, dan *direct selling promotion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah, sedangkan variabel religiositas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Religiositas, *Direct Selling Promotion*, dan Minat Menabung



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of financial literacy, religiosity and direct selling promotion on student interest in saving in Islamic banking in Yogyakarta. The sample in this study were 85 students from Islamic banking study programs in D.I Yogyakarta covering four universities, namely UIN Sunan Kalijaga, Ahmad Dahlan University, Alma Atta University and STIE Hamfara. The data collection technique used a questionnaire with a Likert scale. The data analysis technique used by researchers is the Statistical Program for Social Science (SPSS) with a field approach that focuses on the relationship or influence between two or more variables through data in numerical form and analyzes it with statistical methods. The application used is SPSS 23.0. The results of this study indicate that the variables of literasi keuangan, and direct selling promotion have a positive and significant influence on student interest in saving in Islamic banking, while the religiosity variable does not have a significant influence on student interest in saving in Islamic banking.

Keywords: Literasi keuangan, Religiosity, Direct Selling Promotion, and Saving Interest



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor perbankan merupakan bagian terpenting dari ekonomi bangsa. Saat ini terdapat dua jenis bank yang beroperasi di Indonesia yakni Bank Konvensional dan Bank Syariah. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, Bank didefinisikan sebagai lembaga yang menerima simpanan dari masyarakat umum dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat umum untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak melalui kredit atau cara lain. Sedangkan perbankan syariah adalah jenis layanan keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip yang berlandaskan dalam Al-Quran dan Al-Hadis (Khaerul Umam, 2013). Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara dengan jumlah umat Islam terbesar di dunia sehingga berpotensi masyarakat memiliki minat menggunakan perbankan syariah. Dapat kita lihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Negara Dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbesar

Negara	Nilai/ Juta Jiwa
Indonesia	231,06
Pakistan	212,3
India	200,02
Bangladesh	153,68
Nigeria	107
Mesir	87,4
Iran	82,5
Turki	74,42
Aljazair	41,53

Sudan	39,6
-------	------

Sumber : Databoks

Berdasarkan data diatas masyarakat Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim yang besar diantara negara-negara di dunia, sehingga perbankan syariah di Indonesia memiliki prospek dan kapasitas yang signifikan dalam memperluas dan pengembangan usaha. Kantor Otoritas Jasa Keuangan (OJK) DIY per akhir 2015, posisi aset perbankan syariah di Yogyakarta mencapai nilai Rp4,8 Triliun. Adapun penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) mencapai porsi Rp3,9 Triliun dan penyaluran pembiayaan mencapai Rp3,1 Triliun. Pertumbuhannya sebesar 8% diketahui lebih tinggi hampir dua kali lipat dibanding rata-rata nasional yang hanya 4,5% (jogja.tribunnews.com, 2016). Jumlah bank syariah di DIY sebanyak 60 bank. Perinciannya adalah 47 Bank Umum Syariah (BUS) dan 13 Unit Usaha Syariah (UUS).



Gambar 1.1 Data Dana Pihak Ketiga

Berdasarkan data diatas, Dana Pihak Ketiga (DPK) mengalami peningkatan dari 2016-2018. Peningkatan ini dapat mengindikasikan pertumbuhan atau perubahan dalam hubungan dengan pihak ketiga, seperti pemberi pinjaman, mitra bisnis, atau kreditur lainnya. Namun peningkatan belum cukup signifikan dan dirasa harus lebih ditekankan lagi sehingga nasabah lebih loyal menggunakan perbankan syariah dalam hal menabung (OJK, 2018).¹

Perkembangan aset dan jumlah kantor yang cukup pesat merupakan kemajuan yang baik terhadap popularitas perbankan syariah di DIY sehingga dana pihak ketiga mengalami peningkatan serta memberikan peluang bagi para mahasiswa untuk menggunakan jasa layanan perbankan syariah. Dalam menghadapi pertumbuhan tersebut, perbankan syariah tetap menerapkan strategi yang berhati-hati dan selektif dalam menganalisis dan menjaga stabilitas sistem keuangan. Oleh karena itu, perbankan syariah memperkuat struktur personalianya melalui pelatihan-pelatihan rutin untuk memahami nasabah dan calon nasabah. Hal tersebut yaitu metode mobilisasi massa untuk meningkatkan kesadaran akan riba dan menyediakan sistem ekonomi yang sesuai dengan hukum Islam.

Menurut Agustianto (2014), menjelaskan lebih dari 100 juta orang berpotensi menjadi konsumen perbankan syariah. Perilaku individu dapat dilihat dari sikap sehingga dapat menggambarkan persepsi terhadap norma-

¹ Sumber Data Otoritas jasa keuangan (Sharia banking statistics)

norma sosial. Kesalahpahaman umum tentang perbankan syariah 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). Lembaga keuangan perbankan 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).

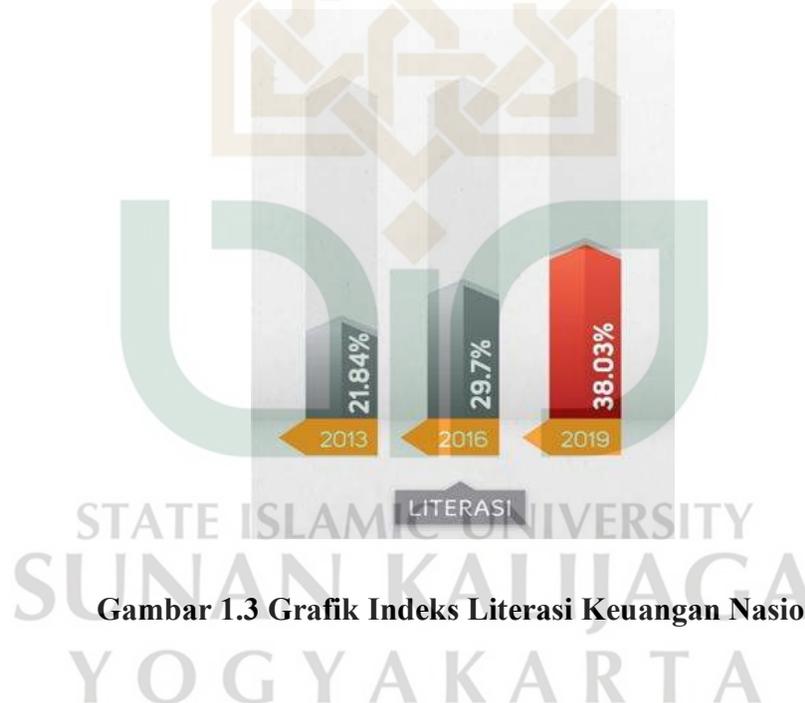


Gambar 1.2 Mayoritas Penduduk Berdasarkan Agama di D.I Yogyakarta

Berdasarkan data diatas, terdapat fenomena yaitu populasi muslim di DIY mengalami peningkatan dalam minat menggunakan layanan perbankan syariah. Minat mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor (Agus Wijanarko & Lucky Rachmawati, 2020) menyatakan bahwa ada tiga faktor utama mempengaruhi minat konsumen dalam membeli barang dan jasa termasuk

layanan keuangan syariah: strategi pemasaran, perbedaan individu, dan literasi keuangan konsumen. Minat merupakan aspek dari *inner self* seseorang dan bukan sekedar mencorakkan tindakan individu dalam menjalankan kegiatan yang menarik bagi mereka. Selain itu, minat memiliki makna yang luas, karena dengan minat akan mampu merubah sesuatu yang belum jelas menjadi lebih jelas (Rusdianto et al, 2017).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melakukan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada 76 lokasi di Indonesia dengan jumlah responden 14.634 (Ojk.go.id. 2022).



Gambar 1.3 Grafik Indeks Literasi Keuangan Nasional

Kepala OJK DIY Parjiman mengatakan bahwa indeks literasi DIY tercatat sebesar 58,53% yang lebih tinggi dari nasional sebesar 38,03%. Sedangkan dari inklusi keuangannya mencapai 76,12% lebih rendah sedikit dari dari nasional sebesar 76,19% yang artinya sudah banyak masyarakat

D.I Yogyakarta yang mengakses produk jasa keuangan tetapi pemahamannya masih kurang.

Menurut Ruwaidah dalam Arifin & Mukhlis (2022), menjelaskan bahwa tingkat pangsa pasar disebabkan kurangnya pemahaman tentang literasi keuangan yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Peningkatan literasi keuangan dapat memengaruhi pemahaman mahasiswa sehingga meningkatkan individu dalam memilih layanan perbankan syariah seperti menabung dan memilih produk perbankan lainnya yang menguntungkan (Zamharira et al., 2021). Tingkat literasi masyarakat yang rendah dapat memengaruhi pasar, sehingga perlu ditingkatkan agar nasabah bank syariah paham akad dan produk sesuai syariat Islam (Tedy & Yusuf, 2020).

Terkait dengan literasi keuangan yang bersifat rasional, antusiasme terhadap perbankan syariah juga dihubungkan dengan aspek internal masing-masing individu. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha melihat dari sisi religiusitas dari masing-masing individu.). Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Purnomo (2021), menyatakan bahwa minat menabung dan religiusitas dilihat dari cara orang memilih produk. Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama (Rachmatullah & Solekah, 2021). Selain religiusitas, faktor *direct selling promotion* merupakan faktor yang mendasar dalam pengembangan perbankan syariah.

Strategi *direct selling promotion* yang menggunakan pemasar sebagai alat yang menjualkan produk secara langsung kepada pelanggan. (Simamora, 2001) juga menyatakan bahwa *direct selling promotion*, juga dikenal sebagai promosi penjualan langsung, mengacu pada setiap situasi di mana seseorang menawarkan barang dan orang lain membeli barang dengan kontak tatap muka langsung. Kegiatan penjualan langsung ini juga mencakup promosi produk melalui penjualan langsung yang dilakukan oleh perbankan yang mana menggunakan tenaga pemasar untuk menjualkan dan menawarkan produk perbankan syariah dan menarik konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Echchabi dan Aziz (2012) mengatakan bahwa alasan responden kurang minat terhadap perbankan syariah yang lebih didasarkan pada fasilitas dan produk perbankan syariah yang kurang menarik. Kecocokan keuntungan pribadi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah. Di sisi lain, mereka masih loyal terhadap layanan perbankan konvensional karena ada beberapa layanan yang belum bisa disediakan oleh perbankan syariah.

Dengan adanya strategi *direct selling promotion* yang diharapkan memiliki peran signifikan untuk memperluas perkembangan perbankan syariah sehingga dapat meningkatkan exposure yang lebih dimasa yang akan datang. Setiap perilaku mahasiswa bervariasi dan perbedaan ini menjadi subjek penelitian yang menarik yang dapat dihubungkan dengan tingkat pemahaman literasi keuangan mahasiswa dan tingkat religiositas.

Dari uraian diatas, penulis berpendapat bahwa jika literasi keuangan mahasiswa tentang perbankan syariah masih rendah, maka minat mahasiswa juga rendah. Hal ini bisa dipastikan akan menghambat perkembangannya secara khusus di D.I Yogyakarta dan umumnya Indonesia. Padahal sebagian besar mahasiswa memiliki minat untuk menjadi nasabah perbankan syariah. Namun nyatanya minat ini tidak dibarengi dengan pemahaman yang memadai.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini memiliki perbedaan karena adanya variasi dalam penelitian masing-masing pada variabel independennya yakni literasi keuangan, religiositas dan *direct selling promotion* terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah. Lebih lanjut, objek, periode waktu dan variabel yang dijadikan acuan dalam penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya. Oleh sebab itu, peneliti memilih untuk memasukkan variabel ini kedalam penelitian ini untuk mengeksplorasi kembali faktor-faktor serta memastikan ketiga variabel tersebut dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam menabung di perbankan syariah. Dengan demikian, berdasarkan pemahaman masalah ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Religiositas dan *Direct Selling Promotion* Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah D.I Yogyakarta)”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang penulis paparkan diatas, maka permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Literasi Keuangan memiliki pengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menggunakan Produk Tabungan Perbankan Syariah?
2. Apakah Religiositas memiliki pengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menggunakan Produk Tabungan Perbankan Syariah?
3. Apakah *Direct Selling Promotion* memiliki pengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menggunakan Produk Tabungan Perbankan Syariah?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis paparkan diatas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Apakah Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menggunakan Produk Tabungan di Perbankan Syariah
2. Untuk Mengetahui Apakah Religiositas Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menggunakan Produk Tabungan di Perbankan Syariah
3. Untuk Mengetahui Apakah *Direct Selling Promotion* Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menggunakan Produk Tabungan di Perbankan Syariah

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan penelitian intelektual yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan kompetensi pada disiplin ilmu.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsi pemikiran untuk mengembangkan ilmu dibidang keuangan khususnya perbankan syariah terkait tabungan di Bank Syariah.

3. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi terkait hal-hal yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Syariah, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk terus meningkatkan kualitas di dunia Perbankan Syariah

D. Sistematika Pembahasan

Bab-bab yang saling berkaitan akan dibahas secara rinci dalam penelitian ini. Sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, definisi, dan tujuan penelitian dibahas dalam bagian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini membahas variabel yang diteliti, serta kerangka dan hubungan variabel, tinjauan literatur, dan pengembangan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bagian ini membahas jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, definisi variabel operasional, dan metode analisis data yang digunakan oleh peneliti.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas karakteristik responden, temuan penelitian, dan ulasan yang diusulkan, disertai dengan implementasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi rekomendasi dan kekurangan dari penelitian ini. Ini juga akan menjawab semua masalah yang muncul dari hasil penelitian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui proses pengumpulan, pengolahan dan analisis data mengenai tingkat literasi keuangan, religiositas dan *direct selling promotion* terhadap minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah, dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Variabel literasi keuangan (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah (Y). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa terhadap perbankan syariah, semakin besar juga jumlah mahasiswa yang tertarik untuk menabung di perbankan syariah.

Oleh sebab itu, literasi keuangan menjadi salah satu aspek penting dari pendidikan keuangan mahasiswa, karena jika tidak ada literasi keuangan, manajemen keuangan juga tidak dapat dilakukan.

2. Variabel religiositas (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah (Y).

hal ini disebabkan oleh fakta bahwa keinginan untuk menabung di perbankan syariah tidak hanya ditentukan oleh religiositas semata, namun juga oleh ketersediaan dana yang cukup untuk ditabung. Oleh sebab itu, jika seseorang tidak memiliki kelebihan dana untuk ditabung, minat untuk menabung juga tidak akan terpenuhi.

3. Variabel *direct selling promotion* (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah. Oleh karena itu, semakin baik dan efektifnya komunikasi, daya tarik, kesopanan, keramahan, pemahaman produk dan strategi pemasaran yang dimiliki oleh para pemasar atau sales person. Dengan demikian, semakin besar nilai positif yang diberikan kepada calon nasabah sehingga muncul ketertarikan menggunakan layanan perbankan syariah.. Hal ini memungkinkan calon nasabah untuk mendapatkan informasi tentang berbagai macam program promosi menarik dari perbankan syariah secara langsung melalui pemasaran langsung. Sebagai hasilnya, daya tarik tersebut dapat meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan dan menabung di perbankan syariah pada saat itu juga.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan pada hasil temuan diatas, terdapat beberapa implikasi baik secara teoritis maupun secara praktisnya atau kebijakan, sebagai berikut:

1. Dari segi teori, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi sebagai literatur yang informatif dan ilmiah yang dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh literasi keuangan, religiositas, *direct selling promotion* dan minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah.
2. Secara praktis atau kebijakan, berdasarkan temuan diatas perbankan syariah harus mengembangkan dan memperluas program literasi

keuangan lebih khusus kepada mahasiswa untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap produk dan layanan perbankan syariah. Kemudian perbankan syariah harus mengimprove strategi promosi yang lebih unggul lagi dengan fokus pada aspek-aspek yang dapat meningkatkan minat mahasiswa dan masyarakat umum, seperti kejelasan informasi dan keuntungan finansial yang didapatkan. Oleh karena itu, perbankan syariah juga harus memperhatikan faktor-faktor yang memperkuat minat menabung dan membantu masyarakat secara luas lebih memahami produk dan layanan bank syariah.

3. Bagi calon nasabah, tidak perlu merasa khawatir atau cemas ketika ingin menabung atau menggunakan layanan perbankan syariah. Dikarenakan perbankan syariah menawarkan kemudahan bagi nasabahnya, seperti dari proses pembukaan rekening yang mudah, dan tidak ada biaya administrasi bulanan serta pelayanan yang tentunya optimal.

C. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penulis telah berusaha sebaik mungkin untuk menghasilkan hasil yang sesuai dengan harapan selama penulisan skripsi ini, Namun selama proses penulisan skripsi ini, penulis menemukan beberapa kendala yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Sedikit nya sampel yang digunakan, hanya sebatas yang berdomisili di D.I Yogyakarta

2. Responden hanya sebatas mahasiswa perbankan syariah yang terdapat di 4 kampus meliputi, UIN SUKA, UAD, ALMA ATA dan STEI HAMFARA.
3. Hanya menggunakan variabel literasi keuangan, religiositas dan *direct selling promotion* untuk menilai dan mengukur minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah.
4. Adanya faktor-faktor eksternal yang tidak teridentifikasi atau dikontrol dalam penelitian ini, yang dapat mempengaruhi hasil tetapi tidak dimasukkan dalam analisis.

Oleh karena itu. Saran untuk penelitian mendatang adalah sebagai berikut:

1. Pertama, diharapkan dengan adanya keterbatasan tersebut dapat menjadi rujukan perbaikan pada penelitian selanjutnya agar bisa menghasilkan penelitian yang lebih baik kedepannya.
2. Responden dapat diperluas lagi tidak hanya di D.I Yogyakarta, melainkan Se- Jawa Tengah ataupun provinsi lainnya.
3. Penelitian dimasa depan dapat mengembangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah. Sebagai contoh, variabel promosi melalui media sosial dapat ditambahkan sebagai variabel moderasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Wijanarko, & Lucky Rachmawati. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiositas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–13.
- Arifin, M. N., and I. Mukhlis. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Religiositas Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Usaha Rakyat Di Bank Syariah Indonesia Malang Soetta.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan* vol. 2, no. 1, 2022, pp. 68–78, <https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p68-78>.
- Ates, S., Coskun, A., Sahin, M. A., & Demircan, M. L. (2016). Dampak Literasi Keuangan pada Bias Perilaku Investor Saham Individu: Bukti dari Bursa Istanbul. *Business and Economics Research Journal*, 07(03), 1-19.
- Al-Kharis dan Wahyuni, Sri. (2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menabung di PT Bank Central Asia, TBK di Jakarta. Jakarta: Alumni dan Dosen FEB, IKPIA, Perbanas Jakarta.
- Abdul Rouf, M. 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang.
- Ahmad Fauzi, I. M. (2020). Pengaruh Religiositas dan Literasitas Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal unnes*, 484.
- Abhimantra, Ananggadipa dkk., (2013). “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah” *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur dan Teknik Sipil)*, Vol. 5
- Bhushan, P. & Medury, Y (2013) Literasi keuangan and its determinants. *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBA)*, 4(2), 155–160.
- Dinasari, A. A. R., & Budiadi, S. (2015). Pengaruh Personal Selling Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Konsumen Menabung Britama Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Sidoarjo. *Jurnal Mahasiswa*, 1–8.
- Echchabi, A., & Aziz, H. A. 2012. Empirical Investigation of Customers’ Perception and Adoption Towards Islamic Banking Services in Morocco. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(6), 849–858. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2012.12.6.1942>.
- Iranati, R. B. O. (2017). Pengaruh Religiositas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan). *Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Lubis. (2018). Penerapan Etos Kerja Islami Pada Karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pematangsiantar. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*
- Iien Rohmatun Nisa. 2021. “Analisis Tingkat Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat Menabung Dan Produk Tabungan Pada Bank Syariah.” *Economic Bosowa Journal* 7(003): 509– 5020.

- Mukharomah Siti Ainun, Cahyono Heru & Purnomo Dwi Sodik (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *Jurnal Manajemen Dan Sain* 6 (2).
- Malik, A. (1980). *Pengantar Statistika Pendidikan Teori dan Aplikasi*. 466.
<https://doi.org/10.1145/2505515.2507827>
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>
- Purnomo, R. B. (2021). Pengaruh Religiositas, Lokasi Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 346–356.
- Parida, R. (2018). Pengaruh Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FAI UMSU). 1–130.
- Rachmatulloh, D. P., & Solekah, N. A. (2021). *Anteseden Keputusan Menabung di Bank Syariah : Literasi Keuangan Syariah , Religiositas dan Kualitas Layanan (Studi tentang Generasi Milenial)*.
- Rusliani, H., Lestari, P., & Sari, N. (2023). Analisis Perilaku Nasabah Nonmuslim Dalam Memilih Produk. 1(4).
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2017). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43.
- Rasyid, Rosyeni (2012) ANALISIS TINGKAT LITERASI KEUANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG.
- Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, M. K. T. (2015). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tedy, & Yusuf, S. (2020). Literasi Keuangan Syariah pada Pendidikan Dasar: Tinjauan Teoritis dan Empiris. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2003), 1–7
- Widiapraja, Bagus., Haryono., & Fatah, Abdul. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung pada Bank BRI Syariah di Jombang. *Bharanomics*, 1(2).
- 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.

Zakaria, Livia Deni, et al. (2020) “Pengaruh Religiositas, Fasilitas Layanan, Literasi Keuangan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, vol. 09, no. 11, 2020, pp. 25–26.

Artikel

Agustianto. (2014). Membangun Literasi Keuangan Syariah. Diakses online pada laman: <http://www.agustiantocentre.com/?p=1674> diakses pada tanggal 24 september 2023.

Bank Indonesia, ‘Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008’, Retrieved from Produk Hukum: <Http://Data hukum. Pnri. Go. Id/Undang-Undang/2008/Uu-No11-Tahun-2008-Ite. Pdf, 2008>.

OJK, O. J. (2019). SP Survei OJK 2019 indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Meningkatkan. Jakarta: OJK.

Roen, Ferry. 2012. “Teori dan Perilaku Organisasi Bisnis Penjualan Langsung (Direct Selling)”. Tersedia pada <http://perilakuorganisasi.com/bisnis-penjualan-langsung-directselling.html> (diakses tanggal 21 september 2023).

Buku

Abdul Rachman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar dalam Prespektif Islam, (Jakarta: Prenada Media, 2004)

Anwar Sanusi. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Agus Eko Sujianto. 2009. Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0. Jakarta : PT. Prestasi Pustaka

Chen, Haiyang and Ronald P. Volpe. 1998. An Analysis Of Personal Financial Literacy Among College students Financial. Services Review. Vol. 7. No. 2.

Glock, C. Y., & Stark, R. (1968). Patterns of Religious Commitment.

Hawkins, D.I., & Mothersbaugh, D.L. 2010. Consumer behavior. New York: Mc Graw-Hill.

Khaerul Umam. (2013). Manajemen Perbankan Syariah. Bandung: CV Pustaka Setia

Kotler Philip dan Gary Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi 12, Jakarta: Erlangga, 2008.

Sunyoto, Suyanto (2011) Analisis Regresi dan Uji Hipotesis. Yogyakarta: Caps

Simamora, Bilson. 2001. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Edisi 4. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.