

punya bina

by By Turnitin

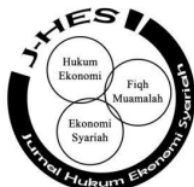
Submission date: 15-Jun-2024 06:14PM (UTC+0100)

Submission ID: 236398032

File name: VYCNQjbb9pq0jrMc9gbQ.pdf (384.26K)

Word count: 4298

Character count: 27694



1

J-HES

Jurnal Hukum Ekonomi Syariah

Volume ... | Nomor ... | Bulan Tahun Terbitan
p-ISSN: 2549-4872 | e-ISSN: 2654-4970

4

PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK BANK ISLAM THAILAND DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI SANGKHOM ISLAM WITTAYA SCHOOL THAILAND

24

Sabrinah Nurfalah Hasanah¹, Andi Amri², Mitra Sami Gultom³^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA | sabrinahnh02@gmail.com

Abstrak

12

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pengaruh religiusitas, kepercayaan dan literasi keuangan Syariah⁶ terhadap keputusan untuk menggunakan produk Bank Islam Thailand dengan minat sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan di Yayasan Sangkhom Islam Wittaya School dengan menggunakan pendekatan asosiatif serta sampel jenuh sebanyak 52 dengan penyebaran kuesioner¹¹ melalui Google Form. Hasil dari pengolahan data penyebaran kuesioner ini menunjukkan bahwasanya H1 Religiusitas, Kepercayaan dan Literasi¹¹ Keuangan Syariah mempengaruhi terhadap Keputusan Menggunakan, H2 Bahwasanya Religiusitas, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Syariah tidak mempengaruhi terhadap Minat dan H4 bahwasanya Keputusan menggunakan mempengaruhi Minat.

Kata Kunci: Kepercayaan; Keputusan Menggunakan; Literasi Keuangan Syariah; Minat; Religiusitas.

13

Abstract

The aim of this study was to learn about the influence of Sharia religiousness, beliefs and financial literacy²⁹ the decision to use the products of the Thai Islamic Bank with interest as an intervening variable. The research was conducted at the Wittaya School Foundation of Sangkhom Islam using an as³⁴ative approach as well as a saturated sample of 52 with the dissemination of questionnaires through Google Form. The results of the data processing of dispersal of this questionnaire showed that H1 Religiousness, Beliefs and

Literacy of Sharia Financial affects Usage Decisions, H2 That Religiosity, Belief and Literation of Sharial Financial does not affect Interests and H4 that Usage decisions affect Interest.

Keywords: *Belief; Decision-Using; Shariah Financial Literacy; Interest; Religiousness.*

PENDAHULUAN

Indonesia dan Malaysia merupakan negara yang memiliki jumlah penganut agama Islam tertinggi di Asia Tenggara. Berdasarkan data *The Royal Islamic Strategic Studies Centre "The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2024"* diperoleh jumlah penduduk yang beragama Islam di Indonesia berada di urutan pertama yaitu sebesar 240,622,084 Juta Jiwa, kedua negara Malaysia sebesar 21,785,913 Juta Jiwa, dan ketiga negara Filipina sebesar 7,509,592 Juta Jiwa sementara negara Thailand yaitu sebesar 3,877,213 Juta Jiwa diurutan keempat. Dari gambaran angka diatas dapat disimpulkan bahwasanya Indonesia dan Malaysia menjadi negara urutan teratas untuk tingkat penduduk yang menganut agama Islam. Dalam sebuah negara masyarakat berperan penting guna mengembangkan negaranya, karena segala sesuatu peningkatan yang ada negara tersebut yang menjadi titik tumpu adalah masyarakatnya. Pembangunan ekonomi mengarah terhadap aturan yang ada di masyarakat, sistem ekonomi budaya, adat istiadat dan kepercayaan yang ada (Batubara, 2021).

Setiap negara mayoritas muslim dapat menggunakan keuangan syariah untuk menerapkan praktik dan aktivitas keuangan berdasarkan prinsip syariah. Sekaligus berfungsi sebagai metode baru untuk menghindari dan melindungi perbankan yang tidak terkendali, yang

memiliki elemen yang menarik (Ridwan et al., 2023). Negara yang memiliki masyarakat minoritas muslim di seluruh dunia untuk memungkinkan lembaga non-riba untuk berkembang di banyak negara (Ridwan et al., 2023). Salah satu Negara minoritas muslim yang berada di Asia Tenggara adalah Thailand di urutan ke-4 dengan jumlah penduduk beragama Islam sebanyak 3,877,213 Juta Jiwa. Penduduk yang beragama Islam didominasi pada daerah Thailand bagian selatan seperti Pattani, Hat Yai, Yala, Narathiwat, Satun dan Songkhla.

Munculnya Bank Syariah di negara Thailand diawali dengan pemikiran pemerintah negara Thailand pada tahun 1994 yang kesepakatan dengan penandatanganan *Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle-IMT-GT Project*. Dengan melakukan penandatanganan proyek ini maka pemerintah negara Thailand diharuskan untuk membuat sebuah rencana pembangunan (*Development plan*) yang ditujukan untuk daerah Thailand Selatan, karena tujuan utama dari proyek ini umat muslim (Prof. Dr. Sutan Remy Sjahdeini, 2018).

Produk yang disediakan oleh Bank Islam negara Thailand yaitu berupa produk pembiayaan dan penyimpanan (tabungan). Temuan dari wawancara peneliti dengan salah satu guru Yayasan Sangkhom Islam Wittaya School membuktikan hal tersebut dan melihat di Website yang dimiliki oleh Islamic Bank Of Thailand (<https://www.ibank.co.th/th>).

Masyarakat dapat memilih produk-produk yang dimiliki oleh Bank Islam sesuai pada latar belakangnya masing-masing. Seperti Minat yang merupakan bentuk rasa ketertarikan yang muncul dari diri pribadi seseorang yang bisa dipengaruhi oleh banyak faktor. Hal ini bisa mempengaruhi seseorang ataupun sekumpulan orang untuk menggunakan atau membeli sesuatu yang kemudian menimbulkan keputusan menggunakan produk ataupun keputusan menggunakan jasa. Rasa minat yang kemudian berakhir dengan keputusan menggunakan juga dilatar belakangi oleh beberapa alasan bisa seperti Religiusitas, Kepercayaan dan Literasi Keuangan syariah.

Religiusitas bisa menjadi hal yang melatarbelakangi masyarakat dalam menggunakan produk Bank Islam. Pada negara mayoritas muslim perkembangan Bank Syariah sangatlah mudah, akan tetapi bagi negara yang minoritas muslim tidaklah mudah. Thailand adalah negara dengan minoritas muslim namun sudah terdapat ciri-ciri dari dunia perbankan untuk mulai menggunakan sistem perbankan syariah (Dini Selasi, Cory Vidiati, 2015). Menurut penelitian (Salim et al., 2021) Religiusitas berdampak positif pada keputusan mahasiswa guna memakai layanan Perbankan Syariah. Serupa dengan hal tersebut, studi yang dilakukan oleh (Parastika et al., 2021) menunjukkan bahwa Religiusitas secara positif mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menyimpan uang di Bank Syariah dengan minat sebagai variabel intervening. Akan tetapi dalam penelitian oleh (Sarah & Artant, 2020) mengatakan bahwasanya variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Nilai selanjutnya yang bisa menjadi latar belakang rasa minat dan keputusan menggunakan produk Bank Islam adalah kepercayaan. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Usvita, 2021) mengatakan bahwasanya variabel kepercayaan mempengaruhi Keputusan Menabung yang sejalan dengan yang dikatakan dalam penelitian (Wildan & Albari, 2023) bahwa kepercayaan mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji.

Faktor yang menjadi latar belakang adanya minat dan keputusan menggunakan masyarakat adalah Literasi Keuangan Syariah. Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Delvi Delviana Saragi & Rahmi, 2022) mempengaruhi secara positif terhadap Keputusan yang sejalan dengan yang dikatakan oleh (Salim et al., 2021) yang menyatakan bahwasanya Literasi Keuangan Syariah mempengaruhi secara positif terhadap Keputusan Mahasiswa.

Dalam penelitian terdahulu masih terdapat kekurangan seperti variabel yang digunakan serta objek yang dijadikan penelitian sudah banyak dikaji oleh peneliti-peneliti lain sehingga dalam penelitian yang sekarang melakukan perubahan terhadap beberapa variabel serta objek yang dijadikan penelitian, agar terdapat pembaruan dalam penelitian serta hal yang diteliti tidak selalu berpatokan pada variabel ataupun objek tersebut.

Peneliti sudah melakukan wawancara sebelumnya secara langsung pada objek penelitian yaitu salah satu guru yang menjadi pengurus di Koperasi Syariah milik Yayasan tersebut terkait minat penggunaan produk-produk Bank Syariah dikatakan bahwasanya guru-guru disana masih

kurang memahami tentang prinsip-prinsip syariah yang ada dalam bank syariah. Oleh sebab itu dengan penjelasan diatas, maka akan dibuat penelitian terkait dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Islam dengan Minat Sebagai Variabel Intervening di Sangkhom Islam Wittaya School Thailand”

Kajian Pustaka

Minat

Menurut Holland (1997, dalam Nastiti & Laili, 2020) minat didefinisikan sebagai kegiatan atau hal-hal yang menimbulkan rasa keingintahuan, menarik perhatian, dan menghasilkan kepuasan serta kepuasan bagi seseorang, sejalan dengan pendapat menurut Sandjaja (Nastiti & Laili, 2020) minat adalah bentuk emosi yang mendorong seseorang untuk mencari dan mencoba aktivitas tertentu.. Sehingga dapat kita simpulkan bahwasanya minat adalah rasa yang muncul dari diri seseorang yang kemudian menimbulkan seseorang untuk mencari tahu dalam bidang tertentu.

Keputusan Menggunakan

Menurut Morgan dan Ceullo (1984, dalam Syaekhu, 2021) mengatakan bahwasanya keputusan ialah kesimpulan yang dibuat setelah pertimbangan dilakukan, di mana salah satu kemungkinan dipilih dan kemungkinan lainnya dikesampingkan, sedangkan menurut Mc Kenzie (Syaekhu, 2021) mengatakan bahwa keputusan ialah pilihan nyata. Kata pilihan dalam pengertian tersebut dimaknai sebagai tujuan termasuk cara

untuk mencapai tujuan tersebut, sehingga dari dua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwasanya keputusan merupakan pilihan yang didapatkan setelah dilakukan pertimbangan dengan melakukan cara yang dipilih untuk mencapai tujuan.

Religiusitas

Subandi (2013, dalam Hasyim, 2017) mengatakan bahwasanya religiusitas sebagai keberagamaan yang ada dalam diri seseorang, hal ini senada dengan pendapat Anshori (1987, dalam Alwi, 2014)) mengatakan bahwa religi atau agama memiliki arti yang berbeda dengan religiusitas. Agama merujuk pada unsur baku yang terkait dengan hak dan kewajiban, akan tetapi religiusitas merujuk dalam unsur keagamaan yang telah ditanamkan dalam hati seseorang. Dapat ditarik kesimpulan dari dua pengertian tersebut bahwasanya antara agama dengan religiusitas itu berbeda karena agama adalah bentuk kepercayaan, sedangkan religiusitas adalah bentuk aspek-aspek kepercayaan.

Kepercayaan

Menurut Rousseau dkk, (1998, dalam luh Aqnez Sylvia, 2021) memberikan penjelasan tentang kepercayaan, yang merupakan kondisi psikologis dimana seseorang pasrah untuk menerima kekurangan mereka dengan mengandalkan perilaku atau niat orang lain yang positif, kemudian pengertian lainnya yang dikemukakan oleh Mayer (1995, dalam luh Aqnez Sylvia, 2021) bahwa kepercayaan ialah keinginan seseorang dalam menerima perilaku atau sebuah tindakan yang diberikan oleh pihak lain dengan pikiran bahwasanya pihak lain tersebut akan memberikan perlakuan yang diinginkan

oleh dirinya. Dapat disimpulkan dari dua pengertian tersebut bahwasanya kepercayaan merupakan bentuk pasrah seseorang yang menerima tindakan dari pihak lain dengan memiliki harapan terhadap tindakan yang dilakukan oleh pihak lain tersebut.

Literasi Keuangan Syariah

menurut Hidayat da Hamdani (2016, dalam Mustofa, 2021) literasi keuangan syariah merupakan pengetahuan yang berdasarkan pada sistem keuangan Islam yang kemudian dipraktikkan pada pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keuangan. Sedangkan menurut Isnurhadi (2013, dalam Asyhad, 2017) Literasi Keuangan Syariah adalah bentuk pengetahuan dan kesadaran akan bank syariah yang menjadi prasyarat untuk seseorang dalam menggunakan produk-produk bank syariah. Dapat disimpulkan dari dua pengertian diatas bahwasanya literasi keuangan syariah merupakan hal yang berasal dari pengetahuan terkait penggunaan produk yang berdasarkan pada prinsip-prinsip Islam.

Kerangka Konseptual

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

H1 terdiri dari :

- 1) Religiusitas (X1) mempengaruhi Keputusan Menggunakan (Y), seperti penelitian yang dilakukan sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Parastika et al., 2021) bahwsanya Religiusitas berdampak positif keputusan menggunakan, kemudian penemuan studi yang dilakukan oleh (Salim et al., 2021) yang mengatakan bahwa Religiusitas

berdampak positif dalam menggunakan dan studi yang telah dilakukan oleh (Wulandari, 2021) yang mengatakan bahwa variabel Religiusitas berdampak positif pada keputusan pembelian.

- 2) Kepercayaan (X2) berdampak positif pada keputusan menggunakan (Y), seperti studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Savitri et al., 2022) yang mengemukakan bahwa kepercayaan berdampak positif terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih E-Wallet, serta sejalan dengan temuan studi yang dilakukan oleh (Wildan & Albari, 2023) yang mengatakan bahwasanya Kepercayaan berdampak positif pada keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji serta temuan studi yang dilakukan oleh (Usvita, 2021) mengatakan bahwasanya variabel Kepercayaan berdampak positif terhadap keputusan menabung pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat.
- 3) Literasi Keuangan Syariah (X3) berdampak positif pada keputusan menggunakan (Y), seperti temuan studi yang dilakukan oleh (Salim et al., 2021) yang mengatakan bahwa Literasi Keuangan Syariah berdampak positif pada keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa Perbankan Syariah serta (Delvi Delviana Saragi & Rahmi, 2022) yang mengatakan bahwasanya Literasi Keuangan Syariah berdampak positif pada

keputusan mahasiswa S-1 Unisba dalam Menggunakan Produk Bank Syariah.

H2 terdiri dari :

- 1) Religiusitas (X1) mempengaruhi Minat (Z), sama seperti hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Fauzi & Murniawaty, 2020) mengatakan bahwasanya Variabel Religiusitas mempengaruhi Minat menjadi Nasabah di Bank Syariah, kemudian penelitian (Chairunnisyah et al., 2020) berpengaruh positif terhadap minat Ibu muslim kota medan serta (Mumammad Richo Rianto & Tutiek Yoganingsih, 2020) mengatakan bahwasanya Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri-Bekasi.
- 2) Pengaruh Kepercayaan (X2) berdampak positif terhadap Minat (Z), hipotesis ini sependapat dengan temuan penelitian oleh (Rahmani & Erpurini, 2020) yang mengatakan bahwasanya Kepercayaan berdampak positif terhadap Minat masyarakat dalam Berzakat, kemudian temuan penelitian oleh (Ardianto et al., 2020) mengatakan bahwa Kepercayaan berdampak positif terhadap Minat beli ulang dan penelitian yang telah dilakukan oleh (Pringgadini & Basiya, 2022) yang mengatakan bahwasanya Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan E-Payment.
- 3) Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X3) berdampak positif pada Minat (Z), hipotesis ini

sependapat dengan temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tehupelasuri et al., 2021) yang mengatakan bahwasanya variabel Literasi Keuangan Syariah berdampak positif terhadap Minat, kemudian penelitian yang telah dilaksanakan oleh (Faizah & Sa'diyah, 2022) bahwasanya Literasi Keuangan Syariah berdampak positif terhadap minat mahasiswa dalam menabung di Bank Syariah dan penelitian yang telah dilakukan oleh (Fauzi & Murniawaty, 2020) mengatakan bahwasanya Literasi Keuangan Syariah berdampak positif terhadap minat menjadu nasabah.

H4 terdiri dari :

- 1) Keputusan Menggunakan (Y) berdampak positif terhadap Minat (Z)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dan kuantitatif. Pendekatan asosiatif adalah pendekatan yang menghubungkan atau menjelaskan tentang hubungan dua variabel atau lebih, akan tetapi tidak bisa memberikan bukti untuk menjelaskan variabel apa yang menjadi penyebab serta variabel mana yang menjadi akibat. Teknik data yang dilakukan dalam penelitian ini berbentuk data primer yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner kepada karyawan serta guru di Yayasan Sangkhom Islam Wittaya School dengan menggunakan Google Form dengan sampel jenuh sebanyak 52 orang. Kuesioner adalah salah satu

instrument yang diterapkan untuk pengumpulan data-data berupa pertanyaan yang harus diisi oleh para responden.

Dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner didalamnya tingkat pengukuran dengan skala likert dengan skala 1 (satu) hingga 5 (lima). Menurut Sugiyono (2017, dalam Okaviantari dkk., 2023) skala ini digunakan untuk menentukan bagaimana konsumen atau kelompok melihat fenomena social dalam hal sikap, pandangan serta persepsi. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* atau SEM dalam analisis data yang disebut model persamaan struktural memungkinkan pengujian simultan suatu hubungan

(Gardenia, 2011). Peneliti menggunakan alat bantuan untuk menganalisis data yaitu IBM-SPSS 27 dan *SmartPLS 3*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tujuan dari uji validitas adalah untuk menentukan validitas atau tidak validitas sebuah instrument yang disediakan (Janna & Herianto, 2021). Setelah melakukan uji validitas dan nilai yang didapatkan oleh peneliti nilai signifikan $<0,05$, sehingga selanjutnya dilakukan uji Reabilitas dengan nilai yang didapatkan oleh peneliti setiap variabel sebagai berikut :

Tabel 1: Pengukuran Nilai R

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Ket
Religiusitas (X1)	0,869	19	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,901	12	Reliabel
Literasi Keuangan Syariah (X3)	0,789	10	Reliabel
Keputusan Menggunakan (Y)	0,920	10	Reliabel
Minat (Z)	0,871	10	Reliabel

Seperti pada table diatas, setiap variabel yang diolah dalam penelitian ini memiliki nilai minimum 0,7 hingga 1, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel. Selain itu untuk hasil validitas dan daya beda juga sudah memenuhi uji instrument penelitian dimana nilai yang diperoleh dari setiap item pertanyaan minimal 0,3, sehingga penelitian ini bisa dilanjutkan ke tahapan selanjutnya.

Deskripsi Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan guna mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti memiliki pengaruh atau tidak. Uji hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi *Smart PLS 3*. Uji hipotesis yang dilakukan pertama dengan *Bootstrapping* hasilnya sebagai berikut:

Tabel 2: Hasil Jalur Koefisien

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (IO/STDEV)	P Values

Religiusitas (X1) → Keputusan Menggunakan (Y)	-0.414	-0.300	0.198	2.092	0.037
Kepercayaan (X2) → Keputusan Menggunakan (Y)	0.304	0.297	0.121	2.502	0.013
Literasi Keuangan Syariah (X3) → Keputusan Menggunakan (Y)	0.459	0.439	0.118	3.877	0.000
Religiusitas (X1) → Minat (Z)	-0.017	-0.019	0.118	0.143	0.887
Kepercayaan (X2) → Minat (Z)	0.182	0.168	0.115	1.587	0.113
Literasi Keuangan Syariah (X3) → Minat (Z)	0.072	0.071	0.130	0.554	0.580
Keputusan Menggunakan (Y) → Minat (Z)	0.708	0.716	0.125	5.668	0.000

Berdasarkan hasil di tabel tersebut nilai uji hipotesis yang dapat diterima apabila jika nilai *P Values* < 0.05. maka Kesimpulan dari hipotesis tersebut sebagai berikut:

Table 3: Hasil Hipotesis

Hipotesis		Path Coefficient	T Statistics (IO/STDEV)	P Values	Hasil Uji
H ₁	Diduga Religiusitas mempengaruhi Keputusan Menggunakan	-0.414	2.095	0.037	Diterima
	Diduga Kepercayaan mempengaruhi Keputusan Menggunakan	0.304	2.492	0.013	Diterima
	Diduga Literasi Keuangan Syariah mempengaruhi Keputusan Menggunakan	0.459	3.320	0.001	Diterima
H ₂	Diduga religiusitas mempengaruhi minat	-0.017	0.143	0.887	Ditolak
	Diduga Kepercayaan mempengaruhi Minat	0.182	1.587	0.113	Ditolak
	Diduga Literasi Keuangan Syariah mempengaruhi Minat	0.072	0.554	0.580	Ditolak
H ₄	Diduga keputusan menggunakan	0.708	5.668	0.000	Diterima

	mempengaruhi minat				
--	--------------------	--	--	--	--

Pembahasan

Hubungan Religiusitas terhadap Keputusan Menggunakan

Religiusitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan menggunakan. Dengan hasil tingkat kepengaruh sebesar -0.414 serta nilai P Values yang dimiliki sebesar 0.037 yang mengakibatkan nilai hipotesisnya diterima. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwasanya religiusitas memiliki pengaruh dalam keputusan menggunakan. Keputusan untuk menggunakan produk Bank Islam Thailand adalah sebuah keputusan yang dipilih oleh responden. Temuan dari penelitian ini konsisten dengan penelitian Parastika dkk (2021), Salim dkk (2021) dan Wulandari (2021) yang menemukan bahwa variabel religiusitas secara positif mempengaruhi Keputusan Menggunakan.

Hubungan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan

Dengan tingkat nilai pengukuran 0.2704 dan nilai P 0.013, Kepercayaan memiliki dampak positif yang substansial terhadap Keputusan Menggunakan, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa hasil temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmani & Erpurini (2020), Ardianto dkk (2020) dan Pringgadini & Basiya (2022), yang menemukan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh positif pada

Keputusan Menggunakan produk Bank Islam Thailand. Hal ini karena hasil dari nilai olah data menjelaskan bahwa variabel Kepercayaan yang dimiliki responden memiliki pengaruh positif pada Keputusan Menggunakan produk.

Hubungan Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan

Dengan nilai P 0.001 dan nilai tingkat pengukuran 0.459, Literasi Keuangan Syariah secara signifikan mempengaruhi Keputusan Menggunakan, mendukung hipotesis bahwa Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan berpengaruh. Dengan diterimanya hipotesis dari Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan maka dapat disimpulkan bahwasanya Literasi Keuangan Syariah yang dimiliki oleh responden ini berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan produk Bank Islam Thailand. Dengan demikian, dapat disimpulkan dari hasil pemrosesan data bahwa penelitian ini mendukung temuan studi oleh Salim dkk (2021) dan Delvi Delviana Saragi & Rahmi (2022), yang mengemukakan bahwa Literasi Keuangan Syariah secara positif mempengaruhi Keputusan Menggunakan.

Hubungan Religiusitas terhadap Minat

Dengan tingkat nilai -0.017 dan nilai P 0.887, Religiusitas tidak menunjukkan pengaruh terhadap Minat serta dalam tes hipotesis antara

Religiusitas dengan Minat ditolak. Dengan ditolaknya hubungan variabel tersebut maka variabel Religiusitas yang dimiliki oleh responden tidak akan berpengaruh terhadap Minat responden tersebut. Hal ini bertentangan dengan temuan studi yang dilakukan oleh Fauzi & Murniawaty (2020), Chairunnisyah dkk (2020) dan Mumammad Richo Rianto & Tutiek Yoganingsih (2020) yang menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki dampak yang positif pada Minat, akan tetapi hasil penelitian berbeda merupakan hal yang wajar karena terdapatnya perbedaan seperti perbedaan objek penelitian, sampel serta populasi.

Hubungan terhadap Minat

Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat dengan nilai tingkat ukur yang dimiliki sebanyak 0.182 serta *P Values* sebanyak 0.113 sehingga uji hipotesis antara variabel Kepercayaan dengan Minat ditolak karena tidak sesuai dengan batas minimum yang telah ditetapkan. Dengan ditolaknya hasil uji hipotesis tersebut maka variabel Kepercayaan yang dimiliki oleh para responden tidak memiliki hubungan dengan Minat yang dimiliki oleh Responden dalam penggunaan produk Bank Islam Thailand. Dengan demikian, penelitian ini bertentangan dengan temuan penelitian Rahmani & Erpurini (2020), Ardianto dkk (2020) dan Pringgadini & Basiya (2022), yang mengemukakan bahwa kepercayaan secara positif mempengaruhi minat.

Hubungan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat

Dengan tingkat nilai pengukuran 0.072 dan nilai *P* 0.580, Literasi Keuangan Syariah tidak memiliki efek

terhadap Minat, oleh karena itu nilai tes hipotesis yang berkaitan dengan hubungan antara variabel Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat ditolak. Hal ini jelas dari tidak diterimanya hipotesis ini bahwa setiap Literasi Keuangan Syariah responden tidak memiliki pengaruh terhadap Minat para responden untuk produk Bank Islam Thailand. Penelitian dari Tehupelasuri dkk (2021), Faizah & Sa'diyah (2022) dan Fauzi & Murniawaty (2020) menunjukkan bahwa, bertentangan dengan kesimpulan penelitian yaitu Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat memiliki efek yang positif.

Hubungan Keputusan Menggunakan terhadap Minat

Dengan nilai yang diukur 0.708 dan *P Values* 0.000, Keputusan untuk Menggunakan secara positif mempengaruhi Minat, mendukung hipotesis bahwa ada hubungan antara keduanya. Dengan itu dapat diketahui bahwasanya Keputusan Menggunakan yang dimiliki oleh para responden berpengaruh terhadap Minat para Responden dalam penggunaan produk.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwasanya pada hipotesis H_1 yang terdiri dari Hubungan Religiusitas (X_1) terhadap Keputusan Menggunakan, Kepercayaan (2) terhadap Keputusan Menggunakan dan Literasi Keuangan Syariah (X_3) terhadap Keputusan Menggunakan memiliki hasil hipotesis yang sama yaitu diterima dan hubungannya berpengaruh positif, akan tetapi pada hipotesis H_2 yang terdiri dari hubungan Religiusitas (X_1) terhadap Minat (Z), Kepercayaan (X_2) terhadap Minat (Z)

dan Literasi Keuangan Syariah (X3) terhadap Minat (Z) memiliki hasil hipotesis yang sama yaitu di tolak sehingga hubungan antar variabelnya tidak berpengaruh terhadap variabel Minat (Z). Pada hubungan variabel Keputusan Menggunakan (Y) terhadap Minat (Z) memiliki hasil hipotesis yang diterima sehingga hubungan antar variabel tersebut memiliki hubungan yang positif.

Saran untuk penelitian selanjutnya agar bias mengembangkan variabel yang digunakan dalam penelitian serta menggunakan sampel yang lebih banyak agar penelitiannya lebih diketahui seberapa banyak dampak dari penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, S. (2014). Perkembangan Religiusitas Remaja. *Kaukaba Dipantara*, 128.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Asyhad, M. dan W. A. H. (2017). *Urgensi Literasi Keuangan Syariah Pada Pendidikan Dasar*. 13(7), 126–143.
- Batubara, M. W. (2021). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1494–1498.
- Chairunnisyah, K., AK, M. F., & Wathan, H. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Ibu Muslim Kota Medan Dalam Mengkonsumsi Produk Makanan Halal. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi ...)*, 1(1).
- Delvi Delviana Saragi, & Rahmi, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Mahasiswa S-1 Unisba dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 87–94. <https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.1180>
- Dini Selasi, Cory Vidiati, A. M. (2015). Pertumbuhan Bank Syariah di ASEAN : Dalam Sejarah. *Intellectual Capital Disclosure*, 19 No. 1, 39–50.
- Faizah, N., & Sa'diyah, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 253–266.
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473–486. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>
- Gardenia, Y. (2011). Metode Structural Equation Model (Sem) Pada Pengukuran

- Kualitas Website Pemesanan Makanan Online. *Jsi*, 4(3), 410–419.
- Hasyim, A. F. dan K. S. (2017). *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Terhadap Homoseksual Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala*. 000.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (Ddi)*, 18210047, 1–12.
- luh Aqnez Sylvia, S. S. S. T. M. S. (2021). *Servant Leadership (Kepemimpinan Yang Menghamba)*. Penerbit Adab.
- Mumammad Richo Rianto, & Tutiek Yoganingsih. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri - Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 76–83. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i2.405>
- Mustofa. (2021). Analisis Literasi Keuangan Syariah Dan Perilaku Menabung Mahasiswa. *Uny*, 2016, 183–191.
- Nastiti, D., & Laili, N. (2020). *Asesmen Minat dan Bakat: Teori dan Aplikasinya* (E. W. Maryam (ed.)). UMSIDA Press.
- Okaviantari, K. A. R., Ekawati, N. W., Yasa, N. N. K., & Suasana, G. A. K. G. (2023). *Persepsi Risiko & Pengetahuan Produk Untuk Membangun Sikap Positif Dan Niat Beli : Konsep dan Aplikasi*. Media Pustaka Indo.
- Parastika, P., 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), 177–187. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>
- Pringgadini, S. A., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 574–584. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>
- Prof. Dr. Sutan Remy Sjahdeini, S. H. (2018). *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Kencana.
- Rahmani, H. F., & Erpurini, W. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Penerapan Teknologi Aplikasi Zakat Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berzakat. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 639–648. <https://doi.org/10.22437/jsosh.v4i2.11324>
- Ridwan, M., Khoirunnisa, A., Ak'nes, E., Tamara, A. D., Efrilian, L., Aisyah, N., & Adita, R. (2023). Analisis Perkembangan Ekonomi Islam di Asia Tenggara. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 18(1), 25–38.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>

- Sarah, S. F., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>
- Savitri, A., Purwanti, I., & Syamsuddin. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan). *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 194–201.
- Syaekhu, A. dan S. (2021). *Teori Pengambilan Keputusan*. Zahir Publishing.
- Tehupelasuri, N. B., Askandar, N. S., & Mahsuni, A. W. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang. *E-Jra*, 10(06), 52–59.
- Usvita, M. (2021). Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i1.339>
- Wildan, T., & Albari. (2023). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Muamalat menggunakan Produk Medan Buku. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(1), 551–563.
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo). *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 31–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.754>

punya bina

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Surabaya University

Student Paper

5%

2

repository.iainpalopo.ac.id

Internet Source

1%

3

dspace.uii.ac.id

Internet Source

1%

4

repository.uinsaizu.ac.id

Internet Source

1%

5

uia.e-journal.id

Internet Source

1%

6

123dok.com

Internet Source

1%

7

jim.unisma.ac.id

Internet Source

1%

8

Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf
Tangerang

Student Paper

1%

9

Submitted to IAIN Purwokerto

Student Paper

<1%

10

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

<1 %

11

riset.unisma.ac.id

Internet Source

<1 %

12

Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang

Student Paper

<1 %

13

e-journal.iain-palangkaraya.ac.id

Internet Source

<1 %

14

Dessy Damayanthi, Efrita Norman, Desy
Kurnia Ramadhanti. "Analisis Tingkat
Pengetahuan, Lokasi dan Literasi Keuangan
Syariah terhadap Minat Masyarakat
Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia
Cabang Kabupaten Belitung", Reslaj : Religion
Education Social Laa Roiba Journal, 2023

Publication

<1 %

15

Siti Aisyah, Zahrani Fendiana, Stevani Adinda
Nurul Huda, Nur Azifah. "ANALISIS
PENGARUH PEMAHAMAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENJADI
PESERTA ASURANSI SYARIAH SERTA PERSEPSI
MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI MASYARAKAT
JABODETABEK)", Jurnal Ilmiah Multidisiplin,
2024

Publication

<1 %

16	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
17	journal.politeknik-pratama.ac.id Internet Source	<1 %
18	Nabilatul Karimah, Dhani Ichsanuddin Nur. "DAMPAK LITERASI KEUANGAN, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENABUNG PADA GURU SMP NEGERI DI KECAMATAN KANDAT KABUPATEN KEDIRI", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2023 Publication	<1 %
19	eprints.ukmc.ac.id Internet Source	<1 %
20	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
21	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
22	Submitted to Universitas Bung Hatta Student Paper	<1 %
23	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
24	repository.uhamka.ac.id Internet Source	<1 %

25	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
26	Ihrom Jaelani, Kikin Mutaqin. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH", El-Ecosy : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 2023 Publication	<1 %
27	Tiara Brescia Putri, Citra Savitri, Syifa Pramudita Fadilla. "Pengaruh Konten Pemasaran dan E-Wom pada Media Sosial Tiktok Shop terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kabupaten Karawang", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2023 Publication	<1 %
28	Usnan Usnan. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru", MONEY: JOURNAL OF FINANCIAL AND ISLAMIC BANKING, 2024 Publication	<1 %
29	es.scribd.com Internet Source	<1 %
30	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %

31

Student Paper

<1 %

32

eprints.usm.my

Internet Source

<1 %

33

ijins.umsida.ac.id

Internet Source

<1 %

34

journal.uc.ac.id

Internet Source

<1 %

35

journal.unpar.ac.id

Internet Source

<1 %

36

jurnal.stie-sbi.ac.id

Internet Source

<1 %

37

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

<1 %

38

doaj.org

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On