

## Pengaruh Literasi Perbankan Syariah Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Menabung Di Bank Syariah

**Muhammad Rizky Aldiansyah**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Muhammad Ridwan**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Arnida Wahyuni Lubis**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

JL. Williem Iskandar Psr V Medan Estate, Kec Percut Sei Tuan

Korespondensi penulis : [rizkyaldiansyah2912@gmail.com](mailto:rizkyaldiansyah2912@gmail.com)

**Abstrack** . This study aims to determine the effect of Islamic banking literacy and Islamic banking products on the interest of FEBI students at UIN North Sumatra to save in Islamic banks. This research was conducted at the Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University of North Sumatra with a sample of 68 respondents from the results after conducting the research. Data collection techniques were carried out using a questionnaire, while testing the instruments using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, and multiple linear regression tests. By using purposive sampling technique from calculating multiple linear regression. Based on the results of the analysis, it can be concluded that based on the results of the *t* test, there is a significant influence of Islamic banking literacy on interest, for the results of the *t* test of Islamic banking product variables ( $X_2$ ) there is a significant effect of product marketing on interest. Based on the results of the *F* test (simultaneous) Effect of Islamic Banking Literacy ( $X_1$ ), Islamic Banking Products ( $X_2$ ) have a significant effect on student interest.

**Keyword** : Islamic Banking literacy, Islamic Banking Product, Student Interest

**Abstrak**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Literasi Perbankan Syariah dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Menabung di Bank Syariah. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan sampel sebanyak 68 responden dari hasil setelah dilakukannya penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner, sedangkan pengujian terhadap instrumen menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji

heterokedastisitas, dan uji regresi linier berganda. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dari penghitungan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis dapat di tarik kesimpulan berdasar hasil uji t, terdapat pengaruh signifikan literasi perbankan syariah terhadap minat, untuk hasil uji t variabel produk perbankan syariah ( $X_2$ ) terdapat pengaruh signifikan produk perbankan terhadap minat. Berdasarkan hasil uji F (simultan) Pengaruh Literasi Perbankan Syariah ( $X_1$ ), Produk Perbankan Syariah ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa.

**Kata kunci:** Literasi Perbankan Syariah, Produk Perbankan Syariah, Minat Mahasiswa

## **A. LATAR BELAKANG**

Pemerintah terus berusaha untuk mencapai target market share sebesar 20% pada keuangan syariah sampai pada tahun 2023. Hal tersebut diungkapkan langsung oleh Gubernur Bank Indonesia, Perry Warijoyo pada Indonesia Sharia Economical Festival (ISEF) yang diadakan pada tahun 2018. Karena pada saat ini market share dari keuangan syariah saat ini belum dapat bersaing dengan keuangan konvensional. OJK mencatatkan, bahwa pangsa pasar keuangan syariah di Indonesia sebesar 5,59% pada Mei tahun 2019. Kemudian pada bulan April 2020 berada di angka 9,03% dari total aset industri keuangan nasional (Sebayang, 2018).

Agar dapat mencapai pangsa pasar yang telah di targetkan oleh pemerintah, diperlukannya dukungan oleh semua lembaga keuangan syariah itu sendiri. Salah satu peran besar yang harus dilakukan oleh lembaga keuangan syariah itu adalah perbankan syariah. Miftahudin (2020) yang menyatakan bahwa salah satu instrumen keuangan syariah yang sudah unggul adalah bank syariah.

Literasi keuangan menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam penting terkait dengan semakin banyaknya produk produk keuangan baru. Hal tersebut menuntut agar masyarakat memiliki pengetahuan lebih agar dapat menyikapi hal tersebut. Menjadi sesuatu yang sangat penting karena pengetahuan keuangan menentukan perilaku keuangan seseorang. Literasi keuangan menjadi modal dasar bagi masyarakat yang dapat di aplikasikan dalam kegiatan konsumsi, yaitu perilaku untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi (Bhushan, 2013).

Kesejahteraan merupakan ukuran dari kemakmuran/ kemajuan yang menjadi tujuan dalam aktivitas ekonomi. Hal tersebut dapat diukur dengan cara mengevaluasi secara

menyeluruh seperti: ketenagakerjaan, kemiskinan, dan kualitas hidup dari masyarakat yang kemudian di tunjukan oleh peningkatan pendapatan nasional (Yanti, 2020).

Berdasarkan strategi nasional literasi dan inklusi Otoritas jasa keuangan (2013) tujuannya adalah untuk menciptakan masyarakat Indonesia yang melek finansial yang akrab dengan lembaga keuangan syariah, percaya pada mereka, dan mampu memanfaatkan fitur produk mereka, manfaat, dan risiko serta hak dan kewajibannya.

Menurut data, tingkat literasi keuangan bagi mereka yang tidak memiliki ijazah SMA sebesar 5,87%. Orang-orang dengan hanya ijazah SMA atau kurang berada di urutan kedua dengan skor 11,44%. Dengan skor 76,08%, pengetahuan literasi keuangan masyarakat di tingkat sekolah menengah pertama (SMP dan SMA) menempati urutan kedua. Dan dengan nilai 77,69%, mereka yang memiliki gelar sarjana menjadi yang teratas dalam hal pengetahuan keuangan. Tabel indeks literasi keuangan dibagi menjadi enam kategori berbeda: (1) Perbankan, (2) Pasar Modal, (3) Dana Pensiun, (4) Lembaga Pembiayaan, (5) Pegadaian, dan (6) Asuransi.

Berdasarkan survei OJK 2013–2019, industri perbankan memiliki tingkat literasi keuangan yang paling tinggi yaitu sebesar 36,12%, naik dari 28,90% pada tahun 2016. Selain itu, tingkat literasi asuransi pada tahun 2019 sebesar 19,40%, naik dari 15,80% pada tahun 2016. Sementara itu, Pegadaian berada di urutan ketiga dengan indeks 17,81%, naik dari sebelumnya 16,80% indeks pada tahun 2016, diikuti oleh sektor lembaga keuangan di urutan keempat dengan indeks 15,17%, naik dari sebelumnya 13% indeks, sektor dana pensiun di urutan kelima dengan indeks 14,13%, naik dari sebelumnya 10,90% indeks, dan pasar modal di urutan terakhir dengan indeks 4,92%, naik dari sebelumnya 4,40%.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada mahasiswa/i jurusan perbankan syariah UIN Sumatera Utara dengan jumlah responden yang saya ambil sebanyak 40 orang, yaitu sebanyak 26 mahasiswa/i yang masih menggunakan bank konvensional sedangkan 14 mahasiswa/i yang sudah beralih dan menggunakan perbankan syariah. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada seorang mahasiswa yang masih menggunakan bank konvensional yaitu Nurhayani menyatakan bahwa “alasan masih menggunakan bank konvensional yaitu karena jarak bank syariah dengan tempat tinggal nya sangatlah jauh, jumlah ATM yang tersedia juga masih sangat terbatas dan aplikasi mobile bankingnya sering eror (tidak bisa digunakan) sehingga lebih memilih menggunakan bank konvensional.

Selanjutnya wawancara yang saya lakukan kepada Iqbal mahasiswa yang sudah menggunakan perbankan syariah menyatakan bahwa “ alasannya menggunakan bank syariah karena mengetahui bahwa tidak di benarkannya bagi seorang muslim menggunakan bank konvensional karena menerapkan sistem bunga dan telah belajar bagaimana bank syariah melakukan kegiatan usahanya sehingga tertarik untuk lebih menggunakan bank syariah dari pada bank konvensional (Nurhayani, 2022).

## **B. KAJIAN TEORITIS**

### **1. Pengertian Literasi Perbankan Syariah**

Menurut Organisation for Economic Co – operation and Development atau OECD yang dikutip dari muhammad ferdi (Ferd, et al., 2022) mengartikan literasi keuangan adalah kemampuan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman Anda tentang suatu topik dan risiko keuangan untuk membuat keputusan pengelolaan keuangan yang bijak. Ini juga termasuk memiliki keterampilan, motivasi, dan kepercayaan diri untuk melakukannya. Selain itu, untuk meningkatkan kualitas hidup di lingkungan sekitar.

Menurut Muhammad Iqbal Falevy (2022) literasi keuangan syariah dapat di jelaskan bahwa literasi keuangan syariah adalah sebuah pengetahuan yang dimiliki masyarakat yang sesuai dengan syariat islam tentang bagaimana mengelola dana. Dengan demikian itu mampu melakukan perubahan tindakan serta perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan serta dapat mensejahterahkan hidupnya.

Literasi perbankan syariah dapat didefinisikan sebagai kesadaran, pengetahuan, sikap dan tingkah laku dalam mengambil suatu keputusan terkait aktivitas perbankan yang dilakukan oleh seseorang dalam hal yang sangat spesifik yaitu perbankan syariah. Bisa diambil kesimpulan bahwa pengetahuan yang ada pada diri seseorang mengenai pemahamannya mengenai perbankan akan menimbulkan suatu kesadaran untuk menggunakan bank syariah.

Sangat penting bagi masyarakat umum untuk mengetahui dan mengetahui tentang lembaga keuangan Islam karena tanpa kedua faktor ini, seseorang tidak mungkin dapat menggunakan perbankan Islam. Bahkan mereka yang sudah mengenal dan mengetahui tentang bank syariah pun mungkin tidak selalu melakukan aktivitas perbankannya menggunakan perbankan syariah (Kahenni, 2019).

## **2. Indikator Literasi Perbankan Syariah**

Menurut Syahira (2022) membagi pengetahuan bank syariah menjadi empat indikator, yakni :

### **1) Pengetahuan tentang Karakteristik atau atribut Produk**

Memiliki sebuah ciri khas dalam suatu atribut produk. Dalam bank syariah, nasabah pada umumnya ketika ingin menggunakan produk tertentu melihat sebuah karakteristik dari produk terlebih dahulu. Jika seseorang ingin menggunakan produk yang ada di bank syariah tentunya ia akan mencari tahu mengenai produk yang akan di gunakan, jenisnya, nisbah, biaya, dan lain sebagainya.

### **2) Pengetahuan tentang manfaat produk**

Seorang nasabah tentu akan mencari tau apa manfaat yang di dapatkan ketika menggunakan sebuah produk. Dalam hal ini, manfaat yang di berikan oleh bank syariah adalah terhindarnya seseorang dari perbuatan riba. Tentunya jika seseorang menggunakan bank syariah maka akan terhindar dari hal hal tersebut.

### **3) Pengetahuan tentang kepuasan**

Sebuah hal yang dapat dirasakan ketika seseorang telah menggunakan suatu produk dari bank syariah. Agar tercapainya kepuasan dari nasabah, maka nasabah di harapkan dapat menggunakan produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

### **4) Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah**

Pengetahuan yang dimiliki oleh seorang nasabah mengenai konsep yang mendasari bank syariah. Seperti landasan atau ketentuan yang ada dalam bank syariah. Perbedaan dengan pengetahuan dan karakter produk, pengetahuan konsep dasar ini dapat ditemukan di seluruh bank syariah, sedangkan karakteristik hanya berlaku pada suatu bank.

## **3. Produk Bank Syariah**

Dikarenakan bersifat Syariah, perbankan Syariah produk-produknya tidak sama dengan perbankan konvensional, diantaranya bank ataupun nasabah tidak diperbolehkan menerima bunga. Jika terdapat hasil, maka hasil maka hasil itu akan dibagi diantara bank dengan pihak nasabah. Selain produk-produk tersebut dari bank Syariah wajib disesuaikan dengan ajaran - ajaran islam yang melarang riba.

Produk merupakan sesuatu yang dapat memberi kegunaan kepada konsumen baik untuk dapat mencukupi keperluan sehari – hari ataupun untuk dapat memenuhi keinginan seseorang. Tujuan dari suatu produk sendiri yaitu untuk memenuhi kebutuhan jaman maupun rohani (Daulay dan Nasution, 2016).

Ketentuan dalam Pasal 36 Peraturan BI NO.6/24/PBI/2004 sebagaimana telah diubah dengan peraturan BI NO.7/35/PBI/2005 menentukan bahwa bank umum Syariah wajib menerapkan prinsip Syariah dan prinsip kehati-hatian dalam melakukan kegiatan usahanya. Adapun produk – produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah adalah sebagai berikut :

1. Produk Penghimpun Dana ( Funding)

Penghimpun dana dalam perbankan syariah merupakan kegiatan dalam mengumpulkan ataupun pencarian dana menggunakan langkah mengajak masyarakat yang memiliki kelebihan uang untuk menyimpang uang yang mereka miliki berbentuk simpanan giro, tabungan, maupun deposito. Jenis simpanan yang ditawarkan pun cukup beragam seperti giro, tabungan, sertifikat deposito ataupun deposito berjangka dimana setiap jenis produk tersebut memiliki keunggulannya masing – masing.

2. Produk Penyaluran Dana ( Landing )

Pemberian uang yang terkumpul dari giro, tabungan, dan deposito kepada masyarakat umum dalam bentuk pinjaman disebut sebagai “penyaluran” uang (kredit). Meminjamkan adalah nama lain untuk proses mengarahkan uang dalam industri keuangan. Besarnya bunga deposito memiliki pengaruh yang signifikan terhadap besarnya bunga kredit. Bunga pinjaman meningkat berbanding lurus dengan bunga simpanan, begitu pula sebaliknya.

3. Produk Jasa

Produk-produk jasa perbankan syariah sangat bervariasi. Pada umumnya produk jasa menggunakan akad tabarru’, yang dimaksudkan tidak untuk mencari keuntungan, melainkan sebagai fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Oleh karena itu bank sebagai penyedia jasa hanya membebaskan biaya administrasi kepada nasabah (Irham & Rahma 2020). Layanan bank lain mencakup:

- a) Jasa penyeteroran biaya perkuliahan, kelistrikan, air, dan lainnya.
- b) Jasa pembayaran berupa biaya upah, pensiunan dan sejenisnya.
- c) Jasa pengiriman dana

- d) Jasa penagihan atau inkaso.
- e) Jasa penjualan mata uang asing (valas).
- f) Jasa kartu kredit.

#### **4. Minat Menabung**

Menurut (Putra, et al., 2021) mendefenisikan minat adalah motivasi untuk mencapai tujuan tertentu yang muncul dari dalam diri seseorang, terlepas dari tekanan luar. Minat adalah perasaan ketertarikan dan kebahagiaan terhadap sesuatu yang anda hargai. Proses penentuan apakah akan melakukan pembelian dan apa yang akan dibeli dikenal sebagai pilihan pembelian. Keputusan dibuat berdasarkan tindakan masa lalu, terutama pada kebutuhan dan dana yang tersedia. Menabung disarankan karena menunjukkan kesiapan kita untuk membuat rencana masa depan dan menghadapi keadaan yang tidak menyenangkan.

#### **5. Faktor – faktor yang mempengaruhi minat menabung**

Beberapa faktor yang memberi pengaruh terhadap munculnya minat secara umum terbagi atas 2 bagian yaitu:

##### 1) Faktor Internal

Faktor internal merupakan sebuah minat yang datang melalui diri setiap orang, selain itu dipusatkan oleh empati, rasa ingin tahu, dorongan, dan keperluan.

##### 2) Faktor Eksternal

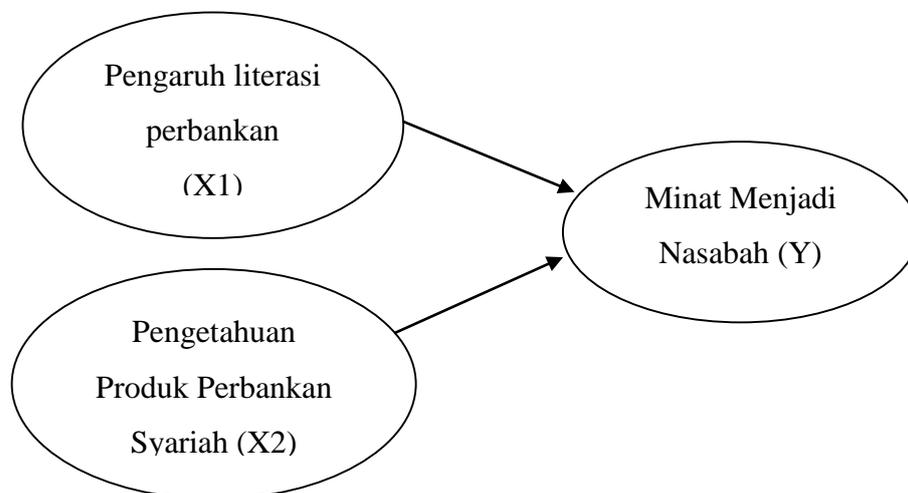
Faktor eksternal merupakan sebuah minat yang datang melalui luar diri berupa kerabat, teman, fasilitas dan situasi.

#### **6. Indikator Minat Menabung**

Menurut Chotifah (2018) indikator-indikator dari minat menabung antara lain:

- 1) Berminat dalam menemukan informasi tentang produk tabungan;
- 2) Memperhitungkan dalam membuka produk tabungan;
- 3) Ingin memiliki produk tabungan.

## 7. Kerangka Teoritis



Tingkat literasi dan pengetahuan produk perbankan syariah merupakan dua unsur yang bisa memberi pengaruh minat seseorang dalam menerapkan layanan bank syariah. Tingkat pengetahuan tentang perbankan syariah bersifat linier atau searah. Dengan kata lain, minat membuka rekening di bank syariah meningkat seiring dengan meningkatnya literasi perbankan syariah. Demikian pula, terdapat hubungan linier atau searah antara pemahaman produk perbankan syariah. Dengan kata lain, keinginan dalam menggunakan bank syariah tumbuh seiring dengan meningkatnya pengetahuan seseorang tentang produk-produk perbankan syariah.

### C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara dan tahapan yang dilaksanakan dalam pengumpulan data sebagai bentuk pemecahan permasalahan ataupun uji hipotesa. Penggunaan metode pada penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif yakni riset yang menampilkan ataupun uraian sebuah situasi ataupun fenomena dengan jelas menggunakan langkah memanfaatkan angket (kuesioner) yang dijadikan instrumen dalam mengumpulkan penjelasan dan data yang dibentuk menerapkan statistika, yakni analisa regresi linear berganda dalam melihat korelasi dengan linear dari dua ataupun lebih variabel independen dengan dependen.

Berdasarkan Sugiyono (2014) metode kuantitatif merupakan penggunaan metode pada data dengan wujud beberapa angka serta langkah pembahasan menggunakan pengujian

statistika, teknik kuantitatif dihitung secara matematik yang bisa dilaksanakan hingga mampu memperoleh sebuah kesimpulan yang diberlakukan pada umumnya di sebuah parameter.

## 1. Populasi

Menurut Nur Ahmadi Bi Rahmani (2016) populasi ataupun *universe* merupakan total seluruh cabang analisis dengan ciri yang dinilai. Selain itu adalah tempat generalisasi yang terbagi atas objek/subjek yang mempunyai bentuk dan karakter tertentu yang digunakan peneliti sehingga dipahami dan diambil sebuah kesimpulan. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa FEBI UIN-SU jurusan Perbankan Syariah angkatan tahun 2019 sebanyak 211 responden.

## 2. Sampel

Penelitian ini menerapkan teknik sampling yang merupakan langkah dalam menetapkan sampel dengan jumlah berdasarkan pada ukuran yang menjadi sumber data sesungguhnya, yang berfokus terhadap beberapa sifat serta populasi yang disebarkan guna didapatkan sampel yang menampilkan ataupun menjadi perwakilan suatu populasinya. Pada penelitian ini teknik dalam mengumpulkan sampel menerapkan cara *purposive sampling*. Menurut Ahmadi (2016) *purposive sampling* merupakan sebuah teknik yang dilakukan untuk melakukan pengambilan data dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang di inginkan untuk dapat menentukan jumlah sample yang akan di teliti.. Untuk total populasi yang sudah didapatkan bisa diterapkan dengan rumus Slovin dalam melakukan perhitungan total sampel yang dibutuhkan.

$$n = \frac{N}{(1+(N \times e^2))}$$
$$n = \frac{211}{(1+(211 \times 0.1^2))}$$
$$n = 67,84 = 68$$

Keterangan :

n = jumlah sample

N = jumlah populasi

$e^2$  = kelonggaran ketidak telitian kesalahan pengambilan sample yang dapat ditolerir.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara angkatan tahun 2019
2. Mahasiswa perbankan syariah
3. Mahasiswa yang menggunakan jasa lembaga perbankan

### **3. Defenisi Operasional**

Terdapat tiga variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu, literasi perbankan syariah (X1), produk (X2), dan minat mahasiswa UIN Sumatera Utara menabung di bank syariah. Kemampuan untuk dapat mengaplikasikan pemahaman terhadap konsep keuangan dalam hal ini menjadi lebih spesifik yaitu perbankan syariah merupakan defenisi literasi perbankan syariah. Sesuatu yang dapat dirasakan manfaatnya untuk dapat memenuhi kebutuhan disebut dengan produk. Intrumen pengetahuan dan produk digunakan untuk mengukur minat mahasiswa dalam penelitian ini.

### **4. Uji Validitas**

#### **a. Literasi Perbankan Syariah**

Pengujian validitas bagi variabel ini dilakukan dengan memberikan 68 responden sampel dengan hasil pengujian yang bisa dtinjau dalam tabel berikut :

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas Literasi Perbankan Syariah (X1)**

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,425	0,239	Valid
2	0,579	0,239	Valid
3	0,470	0,239	Valid
4	0,684	0,239	Valid
5	0,514	0,239	Valid
6	0,611	0,239	Valid
7	0,553	0,239	Valid
8	0,684	0,239	Valid
9	0,306	0,239	Valid
10	0,672	0,239	Valid

*Sumber : Hasil Olah data SPSS versi 20*

Berdasarkan data pada tabel 4.7 nilai  $r_{hitung}$  menampilkan bahwasanya dari 10 butir pernyataan dalam kuesioner dengan variabel literasi perbankan syariah (X1) dinyatakan bahwa semuanya memiliki keterangan valid. Karena memenuhi syarat dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan 10 pernyataan tersebut bisa dikatakan layak digunakan untuk dilakukan sebuah penelitian.

b. Uji Validitas Produk Perbankan Syariah

Pengujian validitas bagi variabel ini dilakukan dengan memberikan 68 responden sampel dengan hasil pengujian yang bisa ditinjau dalam tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Uji Validitas Produk Perbankan Syariah (X2)**

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,497	0,239	Valid
2	0,577	0,239	Valid
3	0,534	0,239	Valid
4	0,564	0,239	Valid
5	0,547	0,239	Valid
6	0,609	0,239	Valid
7	0,549	0,239	Valid
8	0,536	0,239	Valid
9	0,625	0,239	Valid
10	0,540	0,239	Valid

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 20*

Berdasarkan data pada tabel 4.8 nilai  $r_{hitung}$  menampilkan bahwasanya dari 10 butir pernyataan dalam kuesioner dengan variabel produk perbankan syariah (X2) dinyatakan bahwa semuanya memiliki keterangan valid. Karena memenuhi syarat dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan 10 pernyataan tersebut bisa dikatakan layak digunakan untuk dilakukan sebuah penelitian.

c. Uji Validitas Minat Menabung

Pengujian validitas bagi variabel ini dilakukan dengan memberikan 68 responden sampel dengan hasil pengujian yang bisa ditinjau dalam tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah**

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,396	0,239	Valid
2	0,643	0,239	Valid
3	0,553	0,239	Valid
4	0,553	0,239	Valid
5	0,372	0,239	Valid
6	0,515	0,239	Valid
7	0,344	0,239	Valid
8	0,554	0,239	Valid
9	0,477	0,239	Valid
10	0,539	0,239	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 20

Berdasarkan data pada tabel 4.9 nilai  $r_{hitung}$  menampilkan bahwasanya dari 10 butir pernyataan dalam kuesioner dengan variabel minat menabung (Y) dinyatakan bahwa semuanya memiliki keterangan valid. Karena memenuhi syarat dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan 10 pernyataan tersebut bisa dikatakan layak digunakan untuk dilakukan sebuah penelitian.

## 5. Uji Reabilitas Instrumen

Pengujian ini merupakan alat ukur dalam pengukuran sebuah angket (kuesioner) sebagai tolak ukur atas variabel ataupun konstruk. Angket tersebut dinyatakan reliabilitas apabila jawaban responden pada pernyataan menghasilkan jawaban tetap dari waktu ke waktu.

Suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reabilitas apabila memberi nilai *alpha cronchbach* di atas 0,6 hasil uji reabilitas nya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reabilitas**

No	Variabel	Crochbachs Alpha	Keterangan
1	Literasi Perbankan Syariah	0,754	Reliabel
2	Produk perbankan Syariah	0,753	Reliabel
3	Minat menjadi nasabah	0,655	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data dengan spss versi 20

Pada tabel 4.4 menampilkan bahwasanya hasil nilai *conbach's alpha* atas variabel literasi perbankan syariah sebesar (0,754), kontras variabel minat memperoleh nasabah (0,753) dan variabel produk perbankan syariah (0,655). Oleh karena itu, dapat dikatakan

bahwa nilai alpha Cronbach setiap variabel lebih dari (0,60). Kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini konsisten dan mantap, sesuai dengan penilaian reliabilitas.

Dari variabel literasi perbankan syariah output *reability* statistik di atas diperoleh nilai *alpha cronbach's* sebesar 0,754 dengan jumlah pernyataan yang diberikan kepada responden sebanyak 10 butir pernyataan. Dengan demikian nilai dari *alpha cronbach's* 0,754 > 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner bersifat reliabel

Dengan sebanyak 10 item pernyataan yang diberikan kepada responden, hasil reliabilitas statistik di atas dari variabel produk perbankan syariah menghasilkan nilai Cronbach's alpha sebesar 0,753. Hasilnya, alpha Cronbach adalah 0,753 > 0,60, menunjukkan reliabilitas kuesioner.

Statistik reliabilitas keluaran di atas diperoleh dari variabel minat siswa dengan menggunakan total 10 soal dan nilai Cronbach's alpha sebesar 0,655. Hasilnya, nilai Cronbach's alpha adalah 0,761 > 0,60 yang menunjukkan bahwa kuesioner tersebut kredibel.

## 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian ini merupakan penggunaan analisa dalam melihat adanya efek berbagai variabel X pada satu variabel dependen Y ditunjukkan dengan rumus berikut:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat menjadi nasabah

b<sub>0</sub> = Nilai konstanta

X<sub>1</sub> = Pengetahuan riba

X<sub>2</sub> = Pengetahuan produk perbankan syariah

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi

e = Standar eror

## 7. Uji Parsial T

Uji t-statistik secara dasar menampilkan besaran pengaruh satu variabel dependen saja dapat menjelaskan variasi variabel independen. Pengujian dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05 (Yamin & Kurniawan, 2009).

### 8. Koefisien korelasi

Penggunaan analisa koefisien korelasi berguna dalam melihat korelasi dari dua ataupun lebih variabel independen pada dependen. Penggunaan pengujian ini dijadikan tolak ukur untuk mengetahui kekokohan korelasi dari variabel dependen dengan independen pada sebuah penelitian.

### 9. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan pengujian yang mengukur seberapa besar pengaruh model terhadap variabel bebas. Jika nilai koefisien determinasi kecil, maka variabel bebas yang menjelaskan variabel terikat sangat sempit. Apabila pemberian nilai mengarah ke nilai 1, maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

#### 1. Uji Multikolinieraritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	13.277	6.372		2.084	.041		
Literasi Perbankan	.520	.110	.491	4.722	.000	.999	1.001
Produk	.182	.085	.224	2.151	.035	.999	1.001

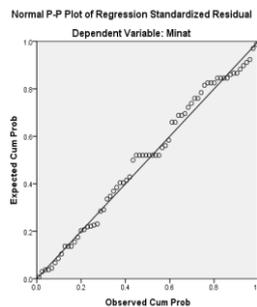
Berdasarkan tabel penghitungan pada tabel tersebut taraf tolerance menampilkan setiap variabel independen tidak terdapat mempunyai taraf VIF di atas 10 dan tidak terdapat yang di bawah nilai 0.01. Hal tersebut menampilkan data tidak adanya menunjukkan multikolinieritas dari literasi perbankan syariah (X<sub>1</sub>) 1,001 dan produk perbankan syariah (X<sub>2</sub>) = 1,001 Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

2. Uji Normalitas

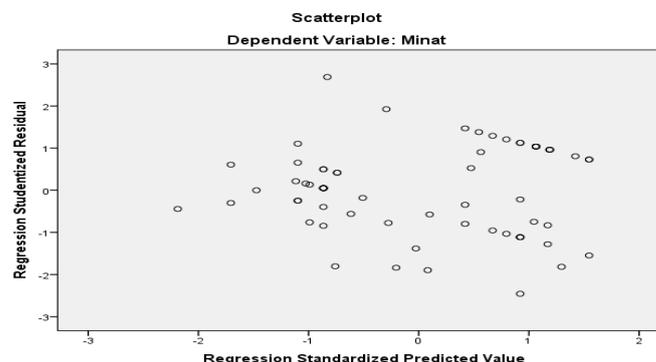
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	2.23413603
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.052
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.652
Asymp. Sig. (2-tailed)		.789

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas menampilkan bahwasanya tingkat signifikansi  $0,0789 > 0,05$ . Hal ini dapat dikatakan bahwa nilai signifikasnya lebih besar dari 0,05. Dapat di simpulkan bahawa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan berdistribusi normal.



3. Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan pengujian seperti pada gambar dapat dikatakan bahwa grafik scatterplot masing – masing persamaan tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas atau

acak. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas dapat juga dilihat melalui uji geletser

4. Uji Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 <sup>a</sup>	.298	.277	2.26825

Berdasarkan tabel di atas, koefisien determinasi memiliki nilai sebesar 0,298 atau 29,8%. Besarnya koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen literasi perbankan syariah (X1) dan produk perbankan syariah (X2) dapat menerangkan variabel dependen yaitu minat menggunakan bank syariah (Y) sebesar 29,8 %, sedangkan variabel lain yang bukan merupakan bagian dari model penelitian ini sebesar 70,2%.

5. Hasil Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.277	6.372		2.084	.041
Literasi Perbankan Syariah	.520	.110	.491	4.722	.000
Produk Perbankan Syariah	.182	.085	.224	2.151	.035

1) Pengujian Literasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan dengan aplikasi spss, diperoleh angka  $t_{hitung}$  literasi perbankan syariah sebesar  $4,722 > 1,997 t_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 > 0,05$ , sehingga dapat di simpulkan bahwa ( $H_{a1}$ ) diterima. Artinya variabel literasi perbankan syariah berpengaruh terhadap variabel minat menjadi nasabah bank syariah.

2) Pengujian Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan dengan aplikasi spss, diperoleh angka  $t_{hitung}$  produk perbankan syariah  $2,151 > 1,997 t_{tabel}$  dan nilai signifikansinya sebesar  $0,035 < 0,05$ . Hal tersebut menampilkan variabel produk bank syariah memberikan pengaruh nyata pada variabel minat sebagai nasabah perbankan syariah yang sama dengan ( $H_{a2}$ ) diterima.

6. Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	142.108	2	71.054	13.810	.000 <sup>b</sup>
Residual	334.421	65	5.145		
Total	476.529	67			

Berdasarkan hasil uji F pada variabel di atas diperoleh bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 13,810 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah sebesar 3,14. Hal ini berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $13,810 > 3,14$ ). Hal tersebut menampilkan variabel produk bank syariah dengan bersamaan memberikan pengaruh nyata pada variabel minat sebagai nasabah perbankan syariah yang sama dengan ( $H_{a4}$ ) diterima.

7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.277	6.372		2.084	.041
Literasi Perbankan Syariah	.520	.110	.491	4.722	.000
Produk Perbankan Syariah	.182	.085	.224	2.151	.035

Adapun penjelasan dari persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

- 1) Jika variabel literasi perbankan syariah dan barang perbankan syariah diambil nol, maka variabel minat menggunakan bank syariah sebagai nasabah memiliki nilai konstanta ( ) sebesar 13,277 satuan.
- 2) Koefisien regresi literasi bank syariah senilai 0,520 yang menampilkan asumsi variabel bernilai tetap, masing-masing peningkatan satu item variabel literasi bank syariah dapat mengalami kenaikan minat menggunakan perbankan syariah senilai 0,520 item.
- 3) Dengan asumsi variabel lain tetap, maka koefisien regresi produk perbankan syariah (2) sebesar 0,182 yang berarti bahwa setiap kenaikan variabel produk bank syariah dapat meningkatkan minat membuka rekening pada bank syariah sebesar 0,182 item.

## **PEMBAHASAN**

Pemahaman kapasitas pengetahuan tentang literasi perbankan syariah dan barang-barang perbankan syariah dibahas dalam kaitannya dengan minat mahasiswa perbankan syariah di UIN Sumatera Utara untuk menjadi nasabah bank syariah.

### **1. Pengaruh tentang Literasi perbankan Syariah terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Menjadi nasabah Bank Syariah**

Literasi perbankan syariah memberi pengaruh pada minat mahasiswa. Karena semangkin meningkatkan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dapat menunjang minat dengan menabung dalam perbankan syariah, sehingga bank tersebut memberi fasilitas secara lengkap guna mudah untuk melakukan akse bagi mahasiswa terhadap semua fitur yang diberikan oleh bank syariah. Apalagi bahwa bank syariah menjalankan sistem operasinya tidak menggunakan prinsip yang haram/bunga.

Dengan literasi perbankan syariah yang baik, maka minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah meningkat, selaras dengan studi yang dilakukan Ismanto (2018), dimana literasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Pencegahan masalah keuangan menjadi lebih mudah dengan memiliki literasi keuangan. Masalah keuangan tidak semata-mata disebabkan oleh pendapatan rendah. Masalah keuangan juga bisa berkembang jika ada manajemen keuangan yang buruk, seperti penggunaan kredit yang tidak tepat, dan tidak ada persiapan keuangan.

Ketersediaan pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu orang mengelola keuangan mereka secara pribadi, memungkinkan mereka untuk menikmati nilai waktu dari uang secara maksimal dan meningkatkan manfaat yang mereka terima, yang akan meningkatkan standar hidup mereka.

## **2. Pengaruh Produk Perbankan Syariah terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara menjadi Nasabah bank Syariah**

Produk perbankan syariah mempengaruhi kemauan mahasiswa untuk menggunakannya sebagai nasabah. Mahasiswa dapat mengetahui tentang berbagai produk perbankan syariah sebagai akibat dari keberadaan produk perbankan syariah, dan ketersediaan produk tersebut dapat meningkatkan kualitas produk sehingga akan meningkatkan kemanfaatan dan minat mahasiswa untuk menggunakannya. mereka sebagai konsumen Bank Islam.

Selaras dengan studi yang dilakukan oleh Aswad & Patimbangi (2022) yang membuktikan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah

Konsumen yang memiliki pengetahuan produk memiliki pengetahuan tentang barang atau jasa yang akan mereka gunakan. Semakin cepat konsumen memutuskan untuk memperoleh suatu barang, maka semakin banyak pula pengetahuan dan informasi yang mereka miliki tentang produk yang dimilikinya.

## **3. Pengaruh Literasi Perbankan Syariah dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Edukasi dan produk perbankan syariah terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Sumut untuk menggunakan bank syariah secara simultan. Minat adalah dorongan atau keinginan seseorang terhadap objek tertentu. Setiap orang memiliki kepentingan, yang kadang-kadang berbeda dari kepentingan orang lain. Seseorang dapat menemukan bahwa motivasi dan minat berhubungan erat. dan dapat berubah berdasarkan kebutuhan. Orang menjadi tertarik ketika mereka tertarik pada sesuatu karena memenuhi kebutuhan mereka atau mereka percaya bahwa apa yang mereka pelajari memiliki makna pribadi bagi mereka.

Dengan adanya literasi yang cukup produk perbankan yang mampu untuk memenuhi kebutuhan, akan menumbuhkan minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Diperkuat dengan studi yang dilakukan oleh Darmawan, dkk (2019) yang membuktikan bahwa produk memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2020) yang membuktikan bahwa literasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Akhmad Darmawan, S.E.,M.si, Ninik Dewi Indah Sari, Sri Rejeki, M. R. A. dan R. Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah".Penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis*, 18(01), No.1.
- Aqwa Naser Daulay dan M. Lathief Ilhamy Nasution. (2016). *Manajemen Perbankan Syariah dan Pemasaran Bank Syariah*. Febi UIN-SU Press.
- Aswad, A., & Patimbangi, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.30863/akunsyah.v1i1.2987>
- Bhushan, P. dan M. (2013). Financial Literacy and its Determinants. *International Association of Scientific Innovation and Research*, 4, 155–160.
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1), 65–75. <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>
- Fauzi, R. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1), 37–46.
- Ferdi, M., Amri, M., & Zaenal, M. (2022). *Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial Literasi dan Inklusi Keuangan dalam Perekonomian Indonesia: Suatu Aplikasi Panel Data*. 1, 51–70.
- Irham, M., & Rahma, T. I. F. (2020). Analisis Persepsi Dosen Tamu Terhadap Perbankan Syariah Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *J-EBIS*, 5(1), 64–65.
- Ismanto, K. (2018). Literasi Masyarakat dan Dampaknya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Human Falah*, 5(1), 14–27.
- Kahenni. (2019). *Analisis Literasi Perbankan Syariah Pada Tenaga Kependidikan UIN Walisongo Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Masyhuridan M Zainuddin. (2008). *Metedologi Penelitian – Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. PT Refika Aditama.

- Miftahudin. (2020). *Pangsa Pasar Keuangan Syariah Naik Jadi 9,03% di April 2020*.
- Muhammad Ikbal Falevy. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI MAHASISWA JABODETABEK TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN PERBANKAN SYARIAH. *Perbankan Syariah*, 5.
- Nur Ahmadi Bi Rahmani. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Nurhayani. (2022). *Hasil Wawancara*.
- Nursantri Yanti. (2020). Peran Perbankan Syariah Terhadap Kesejahteraan di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 20, No. 1, 83.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*.
- Putra, M. D., Ningsih, G. R., & Amelia, F. (2021). Analisis Minat Masyarakat Menabung Emas pada Unit Pegadaian Syariah Selayo Solok. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 41. <https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2709>
- Sebayang, R. (2018). BI Targetkan Industri Syariah Capai Market Share 20%. *CNCN Indonesia*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA.
- Syahira, S. (2022). *Pengaruh Literasi Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z Di Jakarta*. 11.