



Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

The Effect of Sharia Financial Literacy, Islamic Branding, and Religiosity on the Decision of Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda to Use Islamic Banking Services.

Siti Robi'ah Auliak Mahmudah

UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: auliamahmudah31@gmail.com

Abstract:

This research aims to determine the influence of sharia financial literacy, Islamic branding and religiosity on the decision to use sharia banking services at the Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo Islamic Boarding School. The method used in this research is a quantitative method. The data source was obtained from mahasantri respondents using data collection techniques, namely distributing questionnaires. The sample for this research is students at the Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo Islamic Boarding School who currently use and have used sharia banking services. The sampling technique is using purposive sampling. This research analyst used data instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests and hypothesis tests. The results of the research prove that partially, sharia financial literacy and religiosity have a positive and significant effect on students' decisions, while Islamic branding has a positive but not significant effect on decisions. mahasantri use sharia banking services. Simultaneously, sharia financial literacy, Islamic branding and religiosity have a positive and significant effect on students' decisions to use sharia banking services. The magnitude of the influence of sharia financial literacy, Islamic branding and religiosity is 61.8% as indicated by the coefficient of determination value and the rest is influenced by other variables.

Keywords: Islamic Financial Literacy, Islamic Branding, Religiosity

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, *Islamic branding* dan religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo. Metode yang digunakan penelitian ini ialah metode kuantitatif. Sumber data diperoleh dari responden mahasantri dengan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran angket. Sampel penelitian ini ialah mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo yang sedang menggunakan dan pernah menggunakan jasa perbankan syariah. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *purposive sampling*. Analisis penelitian ini menggunakan uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial, literasi keuangan syariah dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri, sedangkan *Islamic branding* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah. Secara simultan literasi keuangan syariah, *Islamic branding* dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah. Besarnya pengaruh literasi keuangan syariah, *Islamic branding* dan religiusitas adalah sebesar 61,8% yang ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi dan selebihnya dipengaruhi dengan variabel lain.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Religiusitas.

PENDAHULUAN

Bank merupakan organisasi yang memiliki peran sangat penting dan strategis dalam perkembangan perekonomian negara, karena perbankan adalah inti sistem keuangan dari setiap negara. Peran bank ada dua yaitu mengumpulkan dana langsung dari mereka yang mempunyai dana lebih dan mendistribusikan dana langsung kepada mereka yang membutuhkan.¹ Peran jasa keuangan dan perbankan pada perekonomian manusia saat ini tidak dapat dipisahkan. Pesatnya perkembangan perbankan pada tiap periode menjadi tolak ukur keberhasilan perekonomian negara dan mendorong berdirinya banyak bank, baik bank konvensional maupun bank syariah.

Statistik perkembangan jumlah aset dan jumlah bank pada bank syariah dan bank konvensional tahun 2018 – 2023 dapat dilihat di website hasil laporan OJK, bahwa presentase jumlah aset bank syariah hanya 7%, dibandingkan dengan jumlah aset bank konvensional yang persentasenya mencapai 93%. Jika dilihat dari persentase jumlah bank dari bank syariah hanya 31%, sedangkan bank konvensional persentasenya mencapai 69%. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah aset dan jumlah bank dari kedua bank tersebut perbankan konvensional masih sangat mendominasi daripada perbankan syariah.

Pada saat ini pengenalan produk-produk syariah minim dan menyebabkan masyarakat lebih banyak menggunakan bank konvensional, karena tidak akan mendapat keuntungan jika menggunakan bank syariah, maka dari itu sebagian besar penduduk Indonesia lebih mempercayakan hartanya kepada bank konvensional.² Padahal mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan di Indonesia ini juga banyak sekali memiliki pondok pesantren yang sangat mendukung untuk kemajuan perbankan syariah.

Perkembangan perbankan syariah sangat membutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) agar perkembangannya menjadi pesat. Macam-macam SDM antara lain ialah masyarakat Islam, perguruan tinggi keagamaan Islam dan pesantren. Salah satu SDM yang digunakan ialah pesantren. Pesantren adalah aset pendidikan dan budaya Islam di Indonesia. Peran pesantren tidak pernah diragukan lagi dalam sejarah pendidikan Islam. Pesantren juga telah memberikan kontribusi sangat besar untuk kemajuan pendidikan, perekonomian dan pembentukan sumber daya manusia. Pesantren layak untuk menjadi penggerak di bidang ekonomi syariah. Di sisi lain kemajuan perkembangan perekonomian Islam di Indonesia ini juga membutuhkan peran pesantren, karena dari dulu hingga sekarang pesantren masih

¹ Yudo Kisworo, Hartini Salama, dan Gemala Paramita, "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Market Share Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional (Studi Kasus BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, BCA Syariah dengan Bank BRI Tbk, BNI Tbk, Mandiri Tbk dan BCA Tbk)," *Journal of Information System, Applied, management, Accounting and Research* 5, no. 1 (2021): 1–12.

² Kisworo, Salama, dan Paramita.

menjadi lembaga pendidikan Islam terbesar dan sangat berpengaruh untuk sekitarnya.³

Pesantren memiliki peran penting dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia dan negara-negara mayoritas berpenduduk muslim lainnya. Peran pentingnya ialah seperti pesantren bisa menjadi sebagai pusat informasi tentang produk dan layanan perbankan syariah kepada masyarakat, pesantren dapat menjalin kemitraan dengan lembaga-lembaga keuangan syariah untuk mengembangkan produk sesuai dengan prinsip syariah dan juga sebagai pusat konsultasi syariah yang dapat memberikan arahan tentang aspek hukum dan etika dalam perbankan syariah kepada lembaga keuangan syariah.⁴ Peran seorang santri sebagaimana disyaratkan oleh perbankan syariah ini berguna untuk meningkatkan kemajuan operasional.

Indonesia adalah negara yang mampu mengembangkan inklusi keuangannya. Mempunyai tujuan untuk mengurangi hambatan yang dihadapi masyarakat ketika menggunakan layanan perbankan syariah. Inklusi keuangan merupakan proses meningkatkan akses dan memberikan pemahaman kepada masyarakat terkhusus masyarakat yang tidak paham seputar bank dalam penggunaan layanan jasa keuangan formal dengan cara meminimalisir berbagai macam hambatan untuk pengaksesannya.⁵

Dalam kajian terdahulu pada penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen perbankan syariah diantaranya ialah persepsi, literasi keuangan syariah, minat, religiusitas, kualitas layanan, lingkungan sosial dan Islamic branding. Namun faktor yang mempengaruhi keputusan mahasantri pada penelitian ini diambil tiga yaitu literasi keuangan syariah, Islamic branding dan religiusitas.

Literasi keuangan yang baik diperlukan karena masyarakat akan memperbaiki sikap dalam mengelola keuangan secara cerdas dan bijak. Selain itu menghimbau kepada masyarakat agar tidak mengikuti investasi bodong yang sering terjadi di kalangan masyarakat serta memilih investasi menguntungkan dan halal.⁶ Semakin tinggi pengetahuan keuangan seseorang maka berkurang pula kesalahan dalam mengelola keuangan. Kehadiran budaya pengetahuan tentang keuangan syariah mempengaruhi pengambilan keputusan mengenai penggunaan layanan perbankan syariah. Terlihat bahwa ketika seseorang ingin mengambil keputusan dalam penggunaan suatu produk, maka orang tersebut tentunya akan mencari informasi

³ A Sopian, H Basri, dan A Suhartini, "Peran Pesantren Alam Khoiro Ummah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam," *Journal Analytica Islamica* 11, no. 2 (2022): 353–64.

⁴ Dhiyaul Aulia Zulni et al., "Eksplorasi Peran Pesantren Dalam Menjawab Modernitas Bank Syariah," *Tamwil* 8, no. 2 (2022): 47, <https://doi.org/10.31958/jtm.v8i2.6932>.

⁵ Yuni Noor Annisa, Sugeng Setyadi, dan Samsul Arifin, "Faktor-Faktor Penentu Inklusi Keuangan di Indonesia Periode Tahun 2012-2016," *Tirtayasa Ekonomika* 14, no. 1 (2019): 150, <https://doi.org/10.35448/jte.v14i1.5425>.

⁶ Rozaq Muhammad Yasin, Nurzahroh Lailiyah, dan Mochamad Edris, "Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial," *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2021): 75, <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.4117>.

terlebih dahulu dan mencari tahu seperti apa dan bagaimana produk tersebut, barulah bisa mengambil keputusan untuk menggunakan produk.

Literasi keuangan syariah adalah kecerdasan seseorang untuk mengelola keuangan secara sehat dan mengatur konsep keuangan dengan sebaik-baiknya berdasarkan asas-asas syariah supaya dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Otoritas Jasa Keuangan telah melakukan penelitian mengenai literasi keuangan syariah, khususnya bertujuan untuk mengukur pemahaman tentang produk, lembaga dan layanan keuangan syariah serta korelasinya dengan tingkat inklusi keuangan.⁷

Selain literasi keuangan syariah, perbankan syariah juga membutuhkan strategi yang baik untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat. Strategi yang digunakan ialah strategi Islamic branding. Islamic branding sebuah lembaga kegunaannya untuk membuat konsumen tertarik dengan produk atau layanan yang dicari dan memenuhi kebutuhan pasar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Sementara itu, strategi Islamic branding membantu membangun loyalitas konsumen untuk mempersatukan nilai-nilai Islam dan meningkatkan citra merek.⁸

Selain islamic branding, faktor mempengaruhi keputusan konsumen pada penggunaan layanan perbankan syariah yaitu religiusitas. Seorang konsumen muslim tidak akan lepas dari perilaku religiusnya dalam setiap aktivitas, termasuk dalam penggunaan jasa. Jika seseorang menjadikan aturan agama sebagai petunjuk dalam kehidupannya, mereka akan selalu mempertimbangkan segala tindakannya sesuai dengan syariat⁹, terutama dengan memilih produk perbankan yang sesuai dengan syariat Islam untuk menghindari ketidakjelasan, riba, penipuan dan keserakahan.

Keputusan konsumen merupakan keputusan seseorang untuk menentukan pilihan mengenai tindakan pembelian barang, jasa atau keputusan setelah melalui suatu proses.¹⁰ Proses pengambilan keputusan berawal dari adanya suatu kebutuhan yang akan dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terhubung dengan sejumlah alternatif, sehingga memerlukan penilaian dengan tujuan untuk sampai pada alternatif terbaik yang dipahami konsumen. Dalam proses ini konsumen membutuhkan informasi, jumlah dan tingkat kepentingan informasi tergantung pada kebutuhan konsumen sesuai kondisi yang dihadapi.¹¹

⁷ Anggytania, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Tanjung Balai Karimun kabupaten Karimun," 2022, 18.

⁸ Rihfenti Ernayani, "Peningkatan Minat Penggunaan Produk Keuangan Syariah Melalui Islamic Branding dan Literasi Keuangan Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2023): 2.

⁹ Gina Khairunnisa dan Zakiah Zahara, "Pengaruh Islamic Branding Dan Perilaku Religius terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bsm Palu," *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 7, no. 3 (2021): 1–2, <https://doi.org/10.22487/jimut.v7i3.240>.

¹⁰ Yuda Pratama, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank BSI di Kotabumi Lampung Utara)," 2021, 44.

¹¹ Nelly Fauziyah, "Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah atau Bank Konvensional," 2020.

Sebagai salah satu komponen masyarakat, mahasantri yang layak menjadi pertimbangan dari bank untuk bekerja sama dalam mengembangkan perbankannya dan juga menambah jumlah nasabah mereka. Mahasantri yang digunakan oleh penulis ini ialah mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak, dimana Pondok Pesantren ini merupakan salah satu dari sekian banyak pondok pesantren di kabupaten Ponorogo. Metode yang digunakan ialah metode Salafiyah Haditsah dengan maksud untuk melestarikan metode lama yang baik dan mengembangkan metode baru yang lebih baik. Metode ini diterapkan di PPDH Mayak dengan bentuk pendidikan formal dan non formal. Pendidikan formal meliputi : Madrasah Diniyah, Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah. Sedangkan pendidikan informal dilakukan dengan kegiatan pengajian kitab-kitab kuning salafi yang mu'tabaroh. Dengan metode tersebut, santri PPDH Mayak dapat mempelajari ilmu pengetahuan agama Islam secara utuh, dalam arti tidak hanya mempelajari ilmu pengetahuan agama Islam seperti syari'at, tauhid dan tasawwuf dalam rangka Tafaqquh fiddiin, tetapi juga mempelajari ilmu pengetahuan agama Islam yang bersifat umum seperti fisika, kimia, biologi dan lain-lain dalam rangka Tafakkur fi kholqillah. Hal ini menjadi ciri khas dari Pondok Pesantren Darul Huda Mayak itu sendiri. Dengan adanya ilmu yang mengarah pada syariat-syariat Islam, maka bisa menjadi jaminan terhadap pengaruh kehidupan sehari-hari mahasantri khususnya dalam melakukan transaksi perekonomian berbasis syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui keputusan Mahasantri dalam menggunakan jasa perbankan syariah dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah, Islamic branding dan religiusitas sehingga penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat judul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah".

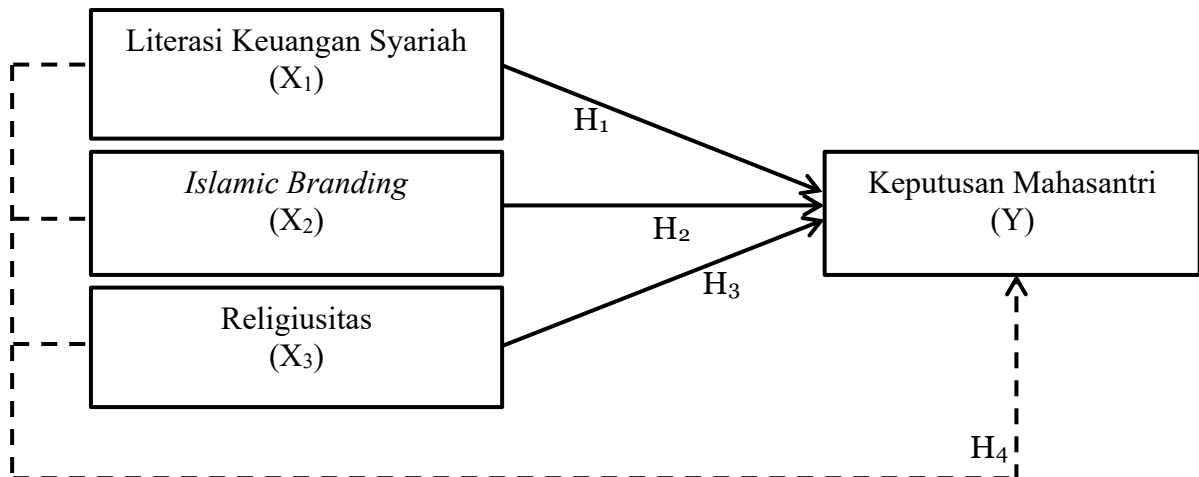
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan hipotesisnya ialah hipotesis asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis permasalahan hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya.¹² Lokasi penelitian bertempat di Pondok Pesantren Darul Huda terletak di Jl. Ir. H. Juanda VI No. 38 Mayak Tonatan Ponorogo. Populasi dalam penelitian ini ialah mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo yang berjumlah 233 mahasantri. Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*. Jumlah responden untuk sampel penelitian ini bagi mahasantri yang sedang menggunakan dan pernah menggunakan jasa perbankan syariah berjumlah 127 responden sesuai dengan ketentuan kriteria. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada mahasantri PPDH Mayak Tonatan Ponorogo yang

¹² Luky Triana Oktafia, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge, dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Menabung di Bank Muamalat KCU Purwokerto" (2022).

menggunakan dan pernah menggunakan jasa perbankan syariah dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait literasi mahasantri terhadap bank syariah. Metode analisis statistik dalam penelitian ini ialah menggunakan program pengolahan data bernama SPSS versi 25.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



HASIL DAN PEMBAHASAN

Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Berdiri sejak tahun 1968 oleh Al-Maghfurlah KH. Hasyim Sholeh dengan menggunakan metode *Salafiyatil Haditsah* dengan maksud bahwa Pondok Pesantren Darul Huda melestarikan hal-hal lama yang baik dan mengembangkan hal-hal baru yang lebih baik dan bermanfaat. Dengan metode tersebut santri-santri pondok pesantren Darul Huda dapat mempelajari ilmu-ilmu agama secara utuh dalam arti mempelajari ilmu-ilmu agama seperti Syari'at, Tauhid dan Tasawwuf, dalam rangka *Tafaqquh fiddin* juga mempelajari ilmu-ilmu umum seperti Fisika, Kimia, Biologi dan lain-lain dalam rangka "*Tafakkur fi kholqillah*". Sehingga dengan metode tersebut akan membentuk santri yang mempunyai jiwa keagamaan yang teguh serta dapat hidup secara fleksibel dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara pada zaman yang serba modern ini.¹³

Saat ini Pondok Pesantren Darul Huda Mayak diasuh oleh KH. Abdus Sami' Hasyim. Adapun untuk Kepala Madrasah Miftahul Huda dipimpin oleh Agus H. Ahmad Saifuddin Rofii. Untuk Kepala MTs Darul Huda dipimpin oleh Ust. M. Syamsi Hasan, S.E. Sedangkan Kepala MA Darul Huda oleh Ust. Umar Salim, M.A.¹⁴ Responden dalam penelitian ini adalah mahasantri santri dari pondok pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo dengan data sebagai berikut:

¹³ Bayu Pra Setyo, "Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo Tahun 1968-2003" (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/43722/>.

¹⁴ Setyo.

Tabel 1
Karakteristik Responden

Berdasarkan	Kategori	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	17	13,4%
	Perempuan	110	86,6%
	Total	127	100%
Usia	18	8	6,3%
	19	16	12,6%
	20	23	18,1%
	21	52	41%
	22	22	17,3%
	23	4	3,1%
	24	2	1,6%
	Total	127	100%

Sumber : Data diolah microsoft excel 2010

Berdasarkan tabel 1, dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah keseluruhan responden yang ada di PPDH Mayak berjumlah 127 mahasantri. Jenis kelamin perempuan lebih banyak yaitu dengan jumlah 110 (86,6%), sedangkan laki-laki hanya berjumlah 17 (13,4%) dengan total keseluruhan 100%. Untuk responden berdasarkan usia, mahasantri yang berusia 21 tahun menempati tingkat pertama dengan jumlah sebanyak 52 orang (41%), sedangkan usia 24 tahun menempati peringkat terakhir yaitu dengan jumlah 2 orang (1,6%).

A. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan mengukur suatu kuesioner apakah valid atau tidak. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,793	0,174	Valid
	X1.2	0,835	0,174	Valid
	X1.3	0,813	0,174	Valid
	X1.4	0,848	0,174	Valid
	X1.5	0,816	0,174	Valid
	X1.6	0,765	0,174	Valid
	X1.7	0,763	0,174	Valid
	X1.8	0,804	0,174	Valid

Islamic Branding (X2)	X2.1	0,755	0,174	Valid
	X2.2	0,869	0,174	Valid
	X2.3	0,840	0,174	Valid
	X2.4	0,819	0,174	Valid
	X2.5	0,802	0,174	Valid
	X2.6	0,667	0,174	Valid
	X2.7	0,834	0,174	Valid
Religiusitas (X3)	X3.1	0,812	0,174	Valid
	X3.2	0,845	0,174	Valid
	X3.3	0,888	0,174	Valid
	X3.4	0,891	0,174	Valid
	X3.5	0,855	0,174	Valid
	X3.6	0,780	0,174	Valid
	X3.7	0,754	0,174	Valid
	X3.8	0,857	0,174	Valid
	X3.9	0,849	0,174	Valid
Keputusan Mahasantri (Y)	Y.1	0,788	0,174	Valid
	Y.2	0,828	0,174	Valid
	Y.3	0,889	0,174	Valid
	Y.4	0,828	0,174	Valid
	Y.5	0,797	0,174	Valid
	Y.6	0,871	0,174	Valid
	Y.7	0,850	0,174	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 2 maka hasil dari seluruh pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai rhitung > rtabel.

2. Uji Reliabilitas

Setelah melaksanakan uji validitas, selanjutnya melakukan uji reliabilitas untuk menentukan apakah responden yang sama dapat beberapa kali menggunakan setiap pernyataan dalam kuesioner. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70, maka dikatakan reliabel.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,922	Reliabel
<i>Islamic Branding</i> (X2)	0,902	Reliabel
Religiusitas (X3)	0,946	Reliabel
Keputusan Mahasantri (Y)	0,925	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 3, diketahui *Cronbach's Alpha* pada variabel literasi keuangan syariah sebesar 0,922, *Islamic branding* 0,902, religiusitas 0,946 dan keputusan konsumen 0,925. Dapat disimpulkan keempat variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* secara keseluruhan lebih besar dari 0,70.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah persamaan regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Penelitian ini memakai teknik *Kolmogorov Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Hasil uji normalitas sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Standardized Residual	,077	127	,064	,979	127	,047
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4, diketahui nilai sig sebesar 0,064 dimana hasilnya lebih besar dari 0,05. Sehingga uji normalitas penelitian ini dapat disimpulkan bahwa distribusinya normal.

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik ialah bebas dari multikolinieritas. Jika VIF kurang dari 10 dan *tolerance value*

lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 5,

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Literasi Keuangan Syariah	,343	2,912
Islamic Branding	,238	4,203
Religiusitas	,364	2,744

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa hasil perhitungan mempunyai nilai VIF < 10 dan tolerance value > 0,10. Variabel literasi keuangan syariah nilai VIF ialah 2,912 < 10, *Islamic branding* 4,203 < 10 dan religiusitas 2,744 < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* residual antara pengamatan satu ke pengamatan lain. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 6

Tabel 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,353	1,194		1,972	,051
	Literasi Keuangan Syariah	-,009	,049	-,026	-,183	,855
	Islamic Branding	,123	,080	,272	1,541	,126
	Religiusitas	-,083	,046	-,267	-1,815	,072
a. Dependent Variable: ABS_RES2						

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 6, diketahui nilai sig variabel literasi keuangan syariah 0,855, *Islamic branding* 0,126 dan religiusitas 0,072. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami heteroskedastisitas karena nilai sig > 0,05.

C. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda ialah suatu teknik analisis yang dipakai untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 7,

Tabel 7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,880	1,869		1,541	,126
	Literasi Keuangan Syariah	,283	,084	,320	3,365	,001
	Islamic Branding	,115	,129	,102	,894	,373
	Religiusitas	,338	,072	,436	4,721	,000

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, dapat diinterpretasikan yaitu :

- Nilai a sebesar 2,880 menyatakan bahwa rata-rata keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah mengalami peningkatan tanpa adanya variabel literasi keuangan syariah, *Islamic branding* dan religiusitas.
- b₁ (nilai koefisien regresi X₁), Setiap kenaikan 1 satuan, maka variabel literasi keuangan syariah akan mempengaruhi keputusan mahasantri sebesar 0,283.
- b₂ (nilai koefisien regresi X₂), Setiap kenaikan 1 satuan, maka variabel *Islamic branding* akan mempengaruhi keputusan mahasantri sebesar 0,115.
- b₃ (nilai koefisien regresi X₃), Setiap kenaikan 1 satuan, maka variabel religiusitas akan mempengaruhi keputusan mahasantri sebesar 0,338.

2. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Pengujian koefisien determinasi dipakai untuk menghitung besarnya pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,786 ^a	,618	,608	3,23568

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 1.8, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,618 atau 61,8%. Dengan demikian disimpulkan bahwa besarnya kontribusi variabel literasi keuangan syariah, *Islamic branding* dan religiusitas terhadap keputusan mahasantri sebesar 0,618 (61,8%). Sedangkan sisanya yaitu 0,382 (38,2%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

D. Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan ketentuan nilai thitung > ttabel. Variabel independen dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika sig < 0,05. Berikut hasil pengujian t dapat dilihat pada Tabel 9,

Tabel 9
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,880	1,869		,126
	Literasi Keuangan Syariah	,283	,084	,320	,001
	Islamic Branding	,115	,129	,102	,373
	Religiusitas	,338	,072	,436	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Mahasantri

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 1.9, disimpulkan bahwa :

- Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri, karena memiliki nilai sig 0,001 < dari 0,05.
- Islamic branding* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan mahasantri, karena memiliki nilai sig 0,373 > dari 0,05.

- c. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri, karena memiliki nilai sig $0,000 < \text{dari } 0,05$.

2. Uji f (Uji Simultan)

Uji f menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Memiliki syarat jika sig $< 0,05$ maka variabel independen secara simultan dinyatakan berpengaruh signifikan atas variabel dependen. Hasil pengujian f dapat dilihat pada Tabel 10,

Tabel 10
Hasil Uji f (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2079,132	3	693,044	66,196	,000 ^b
	Residual	1287,765	123	10,470		
	Total	3366,898	126			
a. Dependent Variable: Keputusan Mahasantri						
b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding						

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 1.10, dapat diambil kesimpulan bahwa nilai sig $0,000 < \text{dari } 0,05$. Jadi literasi keuangan syariah, Islamic branding dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasantri.

E. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Mahasantri Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan juga membantu seseorang dalam mengatur dana dengan baik. Umat Islam juga diperintahkan untuk menggunakan akal dan pengetahuannya dalam pengambilan keputusan termasuk mengelola keuangan, sehingga keputusan menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kualitas hidup di masa sekarang dan kedepannya sesuai dengan jalur syariat Islam.¹⁵

Dari hasil penelitian ini, pemahaman tentang keuangan syariah diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini terjadi karena nilai sig kurang dari $0,05$ yaitu sebesar $0,001$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima.

¹⁵ Oktafia, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge, dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Menabung di Bank Muamalat KCU Purwokerto."

F. Pengaruh *Islamic Branding* terhadap Keputusan Mahasantri Menggunakan Jasa perbankan Syariah

Hasil penelitian ini, diketahui bahwa *Islamic branding* terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah berpengaruh positif dan tidak signifikan. Hal ini dikarenakan nilai sig sebesar $0,373 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 di terima dan H_2 ditolak. Tidak signifikan *Islamic branding* terhadap keputusan mahasantri dikarenakan strategi *Islamic branding* pada bank yang ada di sekitar daerah PPDH Mayak kurang brandingnya dan mahasantri tidak melihat suatu produk dari identitas halalnya saja, tetapi menurut keyakinan, informasi yang didapat serta literasi keuangan mereka tentang perbankan syariah.

G. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Mahasantri Menggunakan Jasa Perbankan syariah

Religiusitas dan ketaatan pada agama dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Umat Islam dituntut untuk berhati-hati menentukan produk mana yang akan digunakan dengan memperhatikan setiap aspeknya dengan cermat supaya produk tersebut sesuai prinsip syariah. Maka dari itu religiusitas dapat mempengaruhi keputusan mahasantri untuk menggunakan jasa perbankan syariah, karena bank tersebut dianggap beroperasi sesuai prinsip syariah dan tidak melanggar larangan agama seperti praktik riba.¹⁶

Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini terjadi karena nilai sig kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000, sehingga disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_3 diterima.

H. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasantri Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Hasil penelitian diperoleh nilai signifikan literasi keuangan syariah, *Islamic branding* dan religiusitas secara simultan terhadap keputusan mahasantri ialah kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000, artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dapat disimpulkan literasi keuangan syariah, *Islamic branding* dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah di PPDH Mayak. Kemudian nilai R^2 sebesar 0,618 (61,8%), sedangkan sisanya 0,382 (38,2%) dipengaruhi oleh variabel lainnya.

¹⁶ Ainiyatul Fitriyah, Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan *Islamic Branding* terhadap Keputusan Nasabah Menabung Melalui Kepercayaan Di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Jember, 2023.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Semakin baik pemahaman tentang keuangan syariah, semakin tinggi kecenderungan mahasantri untuk menggunakan layanan tersebut. Islamic Branding berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap keputusan mahasantri. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun branding Islami memiliki nilai positif, faktor ini belum cukup kuat untuk memengaruhi keputusan secara dominan. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri. Tingkat ketaatan dan kesadaran beragama menjadi salah satu motivasi utama dalam memilih perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip syariat. Secara simultan, literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah. Ketiga variabel ini secara bersama-sama menjelaskan 61,8% dari keputusan tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya literasi keuangan dan pendekatan berbasis religiusitas untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah di kalangan pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggytania. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Tanjung Balai Karimun kabupaten Karimun," 2022, 18.
- Annisa, Yuni Noor, Sugeng Setyadi, dan Samsul Arifin. "Faktor-Faktor Penentu Inklusi Keuangan di Indonesia Periode Tahun 2012-2016." *Tirtayasa Ekonomika* 14, no. 1 (2019): 150. <https://doi.org/10.35448/jte.v14i1.5425>.
- Ernayani, Rihfenti. "Peningkatan Minat Penggunaan Produk Keuangan Syariah Melalui Islamic Branding dan Literasi Keuangan Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2023): 2.
- Fauziyah, Nelly. "Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah atau Bank Konvensional," 2020.
- Fitriyah, Ainiyatul. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Islamic Branding terhadap Keputusan Nasabah Menabung Melalui Kepercayaan Di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Jember, 2023.
- Khairunnisa, Gina, dan Zakiyah Zahara. "Pengaruh Islamic Branding Dan Perilaku Religius terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bsm Palu." *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 7, no. 3 (2021): 1–2. <https://doi.org/10.22487/jimut.v7i3.240>.
- Kisworo, Yudo, Hartini Salama, dan Gemala Paramita. "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Market Share Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional (Studi Kasus BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, BCA Syariah dengan Bank BRI Tbk, BNI Tbk, Mandiri Tbk dan BCA Tbk)." *Journal of Information System, Applied, management, Accounting and Research* 5, no. 1 (2021): 1–12.
- Oktafia, Luky Triana. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge, dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Menabung di Bank Muamalat KCU Purwokerto," 2022.

- Pratama, Yuda. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank BSI di Kotabumi Lampung Utara),” 2021, 44.
- Setyo, Bayu Pra. “Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo Tahun 1968-2003.” UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/43722/>.
- Sopian, A, H Basri, dan A Suhartini. “Peran Pesantren Alam Khoiro Ummah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam.” *Journal Analytica Islamica* 11, no. 2 (2022): 353–64.
- Yasin, Rozaq Muhammad, Nurzahroh Lailiyah, dan Mochamad Edris. “Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial.” *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2021): 75. <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.4117>.
- Zulni, Dhiyaul Aulia, Mardian Suryani, Aulia Rahmi Alkahf, dan Galih Aisia. “Eksplorasi Peran Pesantren Dalam Menjawab Modernitas Bank Syariah.” *Tamwil* 8, no. 2 (2022): 47. <https://doi.org/10.31958/jtm.v8i2.6932>.