

**Pengaruh Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fai UMSU)**

**Tri Novita Syahfitri<sup>1</sup>, Dilla Ariska<sup>2</sup>, Salsabila Syafa Azrah<sup>3</sup>, Rialdha Ismadillah<sup>4</sup>**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
[trinovita.s30@gmail.com](mailto:trinovita.s30@gmail.com)

**Abstract**

This study aims to determine the influence of Islamic financial knowledge and religiosity on students' decision to use Islamic banking services. The dependent variable in the study is the student's decisions, while the independent variables are knowledge of Islamic finance, brand of Islam and religiosity. The data for this study were collected through a questionnaire distributed to active ISP students in the class of 2021-2022 and 2022-2023 who transacted with Islamic banking. The research method used is quantitative. The population of this study consisted of active students from the ISP class 2021-2022 and 2022-2023 who transacted with Islamic banking, with data collected totaling 150 respondents. The data analysis tool used in this study used the partial least squares (PLS) method. The results of this study indicate that the Islamic financial literacy variable has a positive and significant impact on the students' decision to use Islamic banking services, while the religious variable has a positive but negative impact. insignificant to the student's decision. to use Islamic banking services.

**Keywords:** *Using Islamic Banking Services, Islamic Financial Literacy, Religiosity, and Student Decisions*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan dan keagamaan syariah terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah. Variabel yang terikat dalam penelitian ini adalah keputusan mahasiswa, sedangkan variabel bebasnya adalah pengetahuan keuangan Islam, merek Islam dan religiusitas. Data penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa aktif ISP angkatan 2021-2022 dan 2022-2023 yang bertransaksi di perbankan syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa aktif ISP angkatan 2021-2022 dan 2022-2023 yang bertransaksi dengan perbankan syariah, dengan data yang terkumpul berjumlah 150 responden. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian

ini menggunakan metode partial least square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah, sedangkan variabel religiusitas berpengaruh positif namun negatif. tidak penting bagi keputusan siswa. menggunakan layanan perbankan syariah.

**Kata Kunci: Menggunakan Jasa Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Keputusan Mahasiswa.**

## **Pendahuluan**

Saat ini, keuangan syariah berkembang pesat dengan banyaknya lembaga keuangan syariah yang menyediakan produk dan layanan keuangan berdasarkan hukum Islam. Perbankan syariah merupakan salah satu alternatif sistem kredit karena dalam perbankan syariah tidak ada suku bunga melainkan sistem bagi hasil. Keuangan Islam harus menjadi solusi untuk aktivitas keuangan yang mengarah pada riba, maysir dan gharar. Namun kenyataannya keuangan syariah masih memiliki pangsa pasar yang rendah (Djuwita & Yusuf, 2018).

Pertumbuhan market share atau pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat dari hasil yang dilansir OJK pada Snapshot Perbankan Syariah Juni 2019 mencapai 5,9%, meningkat dari tahun sebelumnya di tahun 2018 sebesar 5,70%. Jika melihat pangsa pasar perbankan syariah sebesar 5,9% yang masih jauh tertinggal dari pangsa pasar perbankan konvensional sebesar 94,1%, terlihat bahwa lembaga keuangan konvensional masih mendominasi sektor tersebut. keuangan hari ini. Pangsa pasar juga menjadi ukuran diterima tidaknya perbankan syariah oleh masyarakat umum, bahkan ada yang menyatakan tidak ada perbedaan antara sistem keuangan konvensional dan syariah. Nurrohmah & Purbayati, 2020). mayoritas penduduk muslim, seharusnya banyak masyarakat yang lebih tertarik menggunakan lembaga perbankan syariah, namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum menggunakan lembaga perbankan syariah sebagai sarana bertransaksi sehari-hari dan masih menggunakan jasa lembaga biasa yang mengandung transaksi rentenir yang dilarang dalam Alquran. tahun (Fauzi & Murniawaty, 2020). Rendahnya pangsa pasar ini disebabkan beberapa faktor, antara lain rendahnya pengetahuan keuangan masyarakat, khususnya pengetahuan keuangan syariah.

Tingkat literasi keuangan syariah yang rendah akan mempengaruhi adopsi dan penggunaan jasa keuangan syariah, sehingga menyebabkan pangsa pasar industri keuangan syariah, khususnya perbankan syariah. Literasi keuangan tidak hanya meningkatkan pengetahuan masyarakat, tetapi juga mengubah perilaku masyarakat untuk pengelolaan keuangan yang lebih baik, serta mampu dan cerdas memilih investasi yang halal dan menguntungkan. Keuntungan dapat mencegah investasi penipuan terjadi. Dengan adanya gerakan literasi keuangan syariah diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami lembaga jasa keuangan syariah, produk dan jasa keuangan syariah, termasuk fungsi, manfaat dan risikonya, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan syariah, serta hak untuk menggunakan produk dan layanan (Ruwaidah, 2020).

Namun pada kenyataannya masih banyak mahasiswa yang menggunakan perbankan tradisional karena kurangnya pengetahuan tentang perbankan syariah dan banyak persepsi bahwa perbankan syariah dan perbankan tradisional itu sama. Ketika orang menggunakan perbankan syariah karena kebutuhan untuk membayar manajemen universitas. Pentingnya literasi keuangan dalam membentuk keuangan syariah menuntut pemaksimalan pemahaman yang tepat tentang keuangan syariah bagi para cendekiawan, cendekiawan dan masyarakat umum yang akan memberikan dampak yang signifikan terhadap upaya literasi keuangan syariah. Mahasiswa yang merupakan mahasiswa perguruan tinggi memperoleh pengetahuan lebih, belajar di perguruan tinggi memegang peranan penting dalam pembentukan pengetahuan keuangan mahasiswa. Mahasiswa hidup di lingkungan dengan ekonomi yang beragam dan kompleks, sehingga kebutuhan akan pendidikan keuangan semakin meningkat. Keuntungan finansial untuk memiliki pengetahuan yang baik sejak dahulu kala. Kemakmuran di masa depan (Shobah, 2017). Dengan pengetahuan yang dimiliki, seorang mahasiswa harus sadar akan penggunaan bank syariah karena dengan kesadaran penggunaan bank syariah, mahasiswa tidak hanya akan mendorong masyarakat untuk beralih ke lembaga keuangan syariah tetapi juga dapat meningkatkan pangsa pasar bank syariah. .

Mengenai perbankan Islam, pengetahuan keuangan Islam menjadi penting dalam beberapa studi sebelumnya, dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi mendorong pertumbuhan ekonomi. Orang yang cerdas secara finansial dalam segala hal dapat dengan mudah meningkatkan kesejahteraan mereka dan dengan demikian juga dapat meningkatkan keputusan masyarakat tentang pilihan perbankan syariah mereka, yang secara tidak

langsung akan meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah (Handida & Sholeh, 2018).

Ada faktor lain yang membuat market share perbankan syariah tertinggal dari literasi keuangan umat Islam, yaitu Islamic brand. Diperlukan strategi yang baik untuk menyatukan lembaga keuangan syariah yang menggunakan branding syariah, bagian dari strategi pemasaran yang menggunakan label syariah, menggunakan identitas Islam, dan mungkin terbukti berbahaya dalam operasi dan produksi. Umat Islam harus selektif terhadap produk yang akan mereka gunakan dengan memperhatikan aspek-aspek yang benar, sehingga produk yang dijamin sesuai dengan prinsip syariah (Wijanarko & Rachamwati, 2020) cocok untuk umat Islam. Menurut Nasrullah (2015), penggunaan merek syariah dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian produk, termasuk pilihan produk dan layanan keuangan syariah.

Selain itu, jika nasabah beragama, mereka mungkin lebih memilih bank yang mematuhi hukum syariah dan menggunakannya sebagai standar keputusan pembelian mereka. Karena umat Islam lebih memilih jalan yang dibatasi oleh Allah dengan menghindari barang haram dan tidak pelit dan serakah, maka agama menjadi salah satu variabel yang membentuk konsumen. Akibatnya, perilaku konsumen harus mencerminkan hubungannya dengan Allah SWT (Wulandari, 2018). Ketika seorang Muslim berusaha untuk tidak mengkonsumsi atau menggunakan produk yang status kehalalannya dipertanyakan, dia tidak hanya mematuhi petunjuk Allah tetapi juga menjaga kesehatannya dengan melakukannya (Hafiz, 2017). Label produk halal memastikan kualitas dan kehalalan produk. Menurut penelitian Zuhirsyan dan Nurlinda (2018) yang dipublikasikan dalam jurnal "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah", pengaruh religiusitas searah dengan keputusan memilih bank syariah atau tidak, peran agama dapat mempengaruhi cara pandang dan perilaku seseorang karena baik buruknya penerapan nilai-nilai Islam sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi produk halal. Namun, kurangnya efek menguntungkan yang signifikan menunjukkan bahwa religiusitas memainkan peran kunci dalam mendorong keputusan untuk memilih bank syariah.

Nasabah pada umumnya memiliki prasyarat tersendiri dalam memilih produk, khususnya dalam memilih menggunakan perbankan syariah (Handida & Sholeh, 2018). Mirip dengan ini, setiap klien atau konsumen yang menggunakan produk dan layanan perbankan syariah pasti memiliki alasan untuk memilih produk dan layanan mana yang akan digunakan untuk

memenuhi permintaan mereka (Ruwaidah, 2020). Karena mahasiswa adalah kaum intelektual yang menempuh pendidikan tinggi, maka harus senantiasa meningkatkan kualitas pengetahuan dan kemampuannya, salah satunya adalah kemampuan pengelolaan uang yang baik. Siswa belajar bagaimana hidup mandiri, bertanggung jawab, dan mengelola keuangan pribadi mereka saat kuliah. Karena menabung di bank syariah merupakan salah satu langkah untuk menjaga pengelolaan keuangan, hal ini membuat mahasiswa semakin wajib melakukannya (Rahayu, 2020).

## **Tinjauan Literatur**

### **Literasi Keuangan Syari'ah**

Literasi keuangan Islam menurut Djuwita dan Yusuf (2018) merupakan perluasan dari literasi keuangan tradisional yang mencakup komponen-komponen yang sesuai dengan syariat Islam. Literasi keuangan Islam mencakup berbagai topik keuangan, termasuk pengelolaan uang dan aset, perencanaan keuangan, asuransi, dan investasi. Selain itu, di bidang bantuan sosial seperti zakat, shadaqah, infak, dan wakaf.

Minat bertransaksi atau menggunakan produk di bank syariah akan sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya literasi keuangan syariah. Mengingat agama Islam mendominasi di Malaysia dan syariah harus digunakan dalam transaksi sehari-hari untuk menghindari riba, minat masyarakat terhadap bank syariah masih cukup rendah jika dibandingkan dengan bank konvensional. Riba sangat bertentangan dengan ajaran Islam dalam konteks ini. Karena kurangnya sosialisasi dan informasi dari lembaga keuangan syariah, masyarakat belum sepenuhnya memahami literasi keuangan syariah di bank syariah. Akibatnya, masyarakat tidak mengetahui apa itu bank syariah dan barang-barang yang ditawarkannya.

Menurut Remund (2010), ada beberapa indikator literasi keuangan Islam, antara lain:

- a. Untuk dapat mengelola dana secara efektif, salah satu komponen literasi keuangan yang harus dimiliki seseorang adalah pengetahuan. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.
- b. Kemampuan dapat digambarkan sebagai kemampuan untuk membuat penilaian keuangan yang bijak ketika seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi. Salah satu keterampilan yang paling penting dalam konteks literasi keuangan adalah pengambilan keputusan.
- c. Sikap pribadi dalam pengelolaan keuangan, termasuk kemampuan untuk memahami sumber dana, memenuhi tanggung jawab, mengetahui cara

membuat akun di lembaga keuangan Islam, dan melaksanakan rencana keuangan pribadi jangka panjang.

- d. Memiliki keyakinan; tidak semua orang bisa meningkatkan rasa percaya diri saat mempersiapkan kebutuhan jangka panjang.

### **Religiusitas**

Menurut Al-Mawarid dalam Zuhirsyan & Nurlinda (2018), kata latin religio yang akar kata utamanya adalah religare yang artinya mengikat, dari sinilah asal kata religi. Sedangkan dalam bahasa Arab disebut tadayyun yang artinya “berhati-hati, patuh” dan “taqwa” yang artinya “taat”. Religiusitas adalah salah satu jenis agama yang telah diinternalisasikan oleh manusia di dalam hati mereka. Pengertian agama memuat beberapa syarat yang harus dipenuhi sebagai peta jalan bagaimana seharusnya perjalanan hidup agar manusia dapat menemukan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Islam adalah pandangan hidup yang menggunakan iman, syariah, dan moralitas untuk mengarahkan semua aspek keberadaan manusia (Lestari, 2015).

### **Pengambilan Keputusan**

Keputusan, menurut Hadari Nawawi dalam Raihan (2016), pada hakekatnya merupakan hasil pemikiran tentang sesuatu yang akan diwujudkan. Keputusan juga dapat dilihat sebagai hasil terbaik dalam memilih salah satu dari dua atau lebih pilihan yang tersedia. Dalam proses pengambilan keputusan, berbagai fakta, informasi, data, teori, dan pendapat dianalisis untuk mendapatkan hasil yang dianggap terbaik dan paling tepat. Proses pengambilan keputusan ini dapat diselesaikan baik secara mandiri maupun dengan bantuan atau keterlibatan orang lain.

Banyak penelitian sebelumnya telah membangun hubungan antara keputusan siswa untuk menggunakan layanan perbankan syariah dengan tingkat religiusitas dan literasi keuangan mereka. Penelitian berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Branding Islami, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Keuangan Syariah” dilakukan oleh Agus Wijanarko dan Lucky Rachmawati pada tahun 2020. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dampak afiliasi keagamaan, Islamic branding, dan literasi keuangan pada pilihan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Temuan mengungkapkan bahwa religiusitas, branding Islam, dan literasi keuangan meningkat masing-masing sebesar 53,9%, 96,8%, dan 37,8%, kemungkinan bahwa siswa akan memilih layanan keuangan Islam. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Islamic branding berpengaruh besar terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan variabel literasi keuangan

syariah dan variabel religiusitas tidak. Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa faktor literasi keuangan syariah, Islamic branding, dan religiusitas semuanya berdampak pada keputusan mahasiswa untuk menggunakan jasa keuangan syariah.

Kajian oleh Siti Homisyah Ruwaidah dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Tata Kelola Syariah Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah” (2020). Penelitian ini berusaha untuk memastikan apakah keputusan memilih menabung di bank syariah dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan syariah dan tata kelola syariah. Temuan menunjukkan bahwa literasi keuangan Islam dan tata kelola Islam secara signifikan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan layanan perbankan syariah, dan bahwa pengaruh literasi keuangan Islam dan tata kelola Islam pada keputusan ini dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan Islam, yang ditunjukkan oleh nilai dari koefisien regresi literasi keuangan, yang lebih besar untuk syariah daripada tata kelola syariah.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2023. Adapun tempat penelitian yang akan dilakukan di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penelitian ini diperoleh dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif FAI Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara angkatan 2021- 2022 dan 2022-2023. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 150 sampel. Responden dari penelitian ini memiliki kriteria yaitu mahasiswa yang pernah bertransaksi menggunakan bank syariah. Variabel bebas (independent variable) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Literasi keuangan syariah.

### **Hasil dan Pembahasan**

Responden berasal Fakultas Agama Islam yang terdiri dari program studi Pendidikan Agama Islam (PAI), Perbankan Syari’ah (PBS), Manajemen Bank Syari’ah (MBS) dan Pendidikan Anak Usia Dini (PIAUD).

#### **a. Evaluation Measurment (Outer Model)**

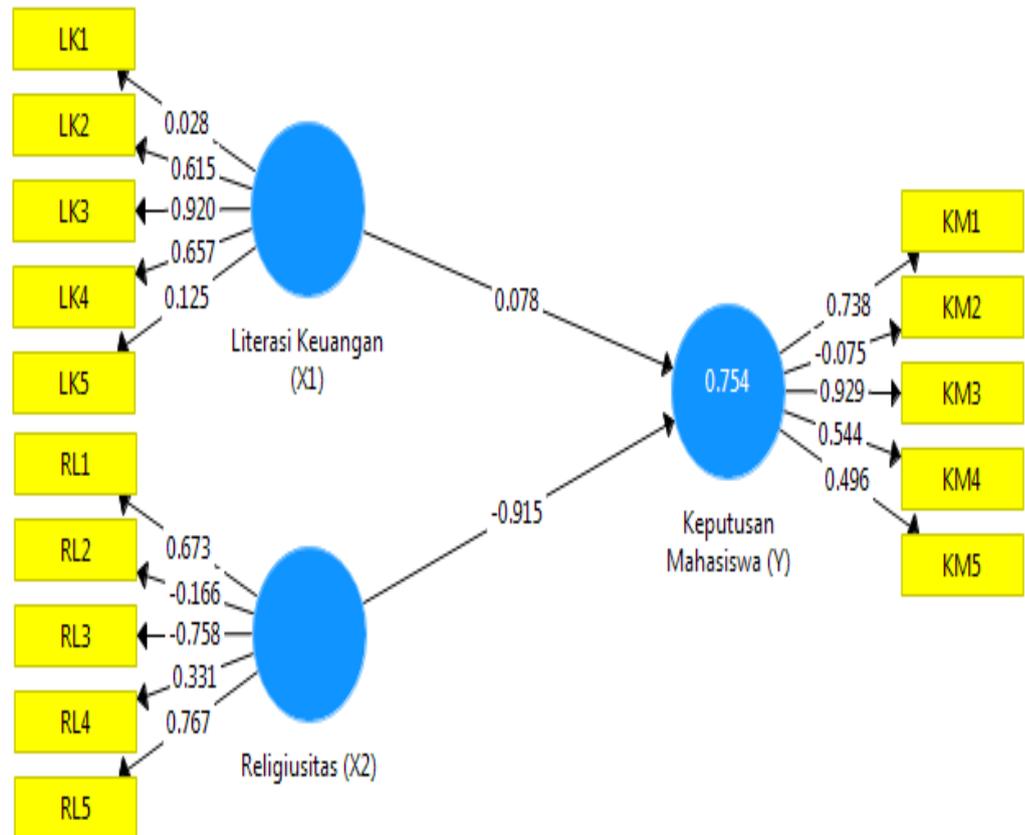
##### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini diolah menggunakan SmartPls 3.0. Untuk uji validitas konvergen ini dilihat dari skor AVE (average variance extracted) dengan nilai AVE harus  $< 0,5$ . Sebelum menguji nilai AVE, harus dilakukan terlebih dahulu melihat nilai

loading factor atau outer loading. Berikut ini hasil skor loading factor atau outer loading setiap indikator terhadap konstruksya:

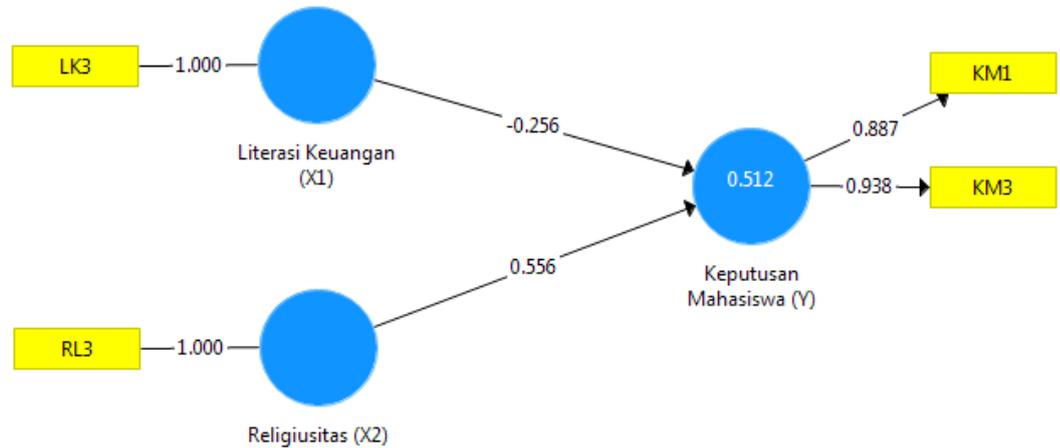
**Gambar 1. Hasil Pengukuran Loading Factor/OuterLoading**

1



Pada gambar 1 menjelaskan bahwa ada beberapa nilai loading factor yang masih di bawah 0,70 sehingga indikator yang memiliki nilai di bawah 0,70 menunjukkan bahwa indikator tersebut tidak valid. Untuk mengukur validitas konvergen dalam uji validitas, nilai loading factor harus di atas 0,70. Maka dari itu, untuk indikator yang memiliki nilai di bawah 0,70 harus dikeluarkan atau dihapus dan diperhitungkan ulang

**Gambar 2. Hasil Pengukuran Loading Factor/Outer Loading**



Pada gambar 2. di atas merupakan nilai loading factor setelah beberapa indikator yang tidak valid atau memiliki nilai di bawah 0,70 dikeluarkan atau dihapus. Setelah indikator dikeluarkan atau dihapus semua indikator sudah memiliki nilai di atas 0,70 sehingga semua indikator sudah memenuhi syarat convergent validity dan semua indikator sudah dinyatakan valid untuk bisa melanjutkan penelitian. Berikut dijelaskan nilai dari loading factor atau outer loading pada tabel berikut:

**Tabel 1 Nilai Loading Factor/Outer Loading**

Variabel	Indikator	Loading Factor/Outer Loading	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah(X1)	LKS1	0,028	Tidak Valid
	LKS2	0,615	Tidak Valid
	LKS3	0,920	Valid
	LKS4	0,657	Tidak Valid
	LKS5	0,125	Tidak Valid
Religiusitas (X2)	RL1	0,637	Tidak Valid
	RL2	0,166	Tidak Valid
	RL3	0,758	Valid
	RL4	0,331	Tidak Valid

	RL5	0,767	Valid
Keputusan Mahasiswa (Y)	KM1	0,738	Valid
	KM2	0,075	Tidak Valid
	KM3	0,929	Valid
	KM4	0,544	Tidak Valid
	KM5	0,496	Tidak Valid

**Gambar 3. Nilai AVE**

**Validitas dan Reliabilitas Konstruk**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Keputusan Mahasiswa (Y)	0.804	0.851	0.909	0.834
Literasi Keuangan (X1)	1.000	1.000	1.000	1.000
Religiusitas (X2)	1.000	1.000	1.000	1.000

Nilai AVE yang ideal dalam validitas konvergen bernilai 0,5 adapun nilai AVE yang didapat dari penelitian ini berdasarkan dalam gambar dihasilkan sebagai berikut:

- Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) sebesar 1,000 yang bermakna variabel literasi keuangan syariah memenuhi persyaratan validitas konvergen dan dapat diartikan bahwa variabel literasi keuangan syariah mewakili indikator-indikator dalam blok.
- Variabel Religiusitas (X2) sebesar 1,000 yang bermakna variabel religiusitas memenuhi persyaratan validitas konvergen dan dapat diartikan bahwa variabel religiusitas mewakili indikator-indikator dalam blok.
- Variabel Keputusan (Y) sebesar 0,834 yang bermakna variabel keputusan memenuhi persyaratan validitas konvergen dan dapat diartikan bahwa variabel keputusan mewakili indikator-indikator dalam blok.

Berdasarkan hasil factor loading yang sudah dijelaskan di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki nilai validitas konvergen pada loading factor dan nilai AVE sudah mempunyai nilai yang baik.

b. Uji Validitas Diskriminan

Untuk mengetahui apakah suatu indikasi pada suatu variabel sudah memiliki nilai yang lebih tinggi dari variabel lainnya, maka dilakukan uji Validitas Diskriminan. Berdasarkan kriteria Fornel Lacker, teknik HTMN, dan nilai Cross Loading dilakukan pengujian Validitas Diskriminan. Kriteria Fornel Lacker atau HTMN ditentukan dengan melihat korelasi antara variabel yang bersangkutan dengan variabel itu sendiri, dimana nilai korelasi tersebut tidak boleh lebih kecil dari variabel lainnya. Nilai Fornel Lacker Criterion atau HTMN tercantum dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 2 Fornel Lacker Criterion**

	KM (Y)	LKS (X1)	RL (X2)
KM (Y)	0,913		
LKS (X1)	-0,524	1,000	
RL (X2)	0,680	-0,482	1,000

Selain dengan menggunakan Fornel Lacker Criterion, mengukur discriminant validity juga dapat diketahui berdasarkan nilai cross loading dengan syarat nilai yang dimiliki variabel harus lebih besar dari nilai variabel lainnya. Berikut ini tabel nilai validitas diskriminan dengan cross loading:

**Tabel 3 Nilai Cross Loading**

	Keputusan Mahasiswa (Y)	Literasi Keuangan Syariah (X1)	Religiusitas (X2)
KM 1	0,887	-0,514	0,473
KM 3	0,938	-0,455	0,735
LKS 3	-0,524	1,000	-0,482
RL 3	0,680	-0,482	1,000

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai cross loading setiap variabel untuk semua indikator memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai variabel lainnya. Karena korelasi antara indikator konstruk lebih tinggi daripada korelasi dengan konstruk lainnya, maka dapat disimpulkan dari statistik ini bahwa mereka valid.

c. Uji Reabilitas

Teknik Composite Reliability dan Cronbach's Alpha digunakan untuk mengevaluasi uji reliabilitas. Nilai yang digunakan untuk menilai konsistensi indikator pada variabel nilai disebut reliabilitas komposit. Jika suatu variabel memiliki nilai composite reliability  $> 0,7$  dan nilai Cronbach's alpha  $> 0,7$  maka dapat dikatakan dapat dipercaya. Hasil pengujian alpha Cronbach dan reliabilitas komposit adalah sebagai berikut:

**Tabel 4 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha**

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Literasi Keuangan Syraiah (X1)	1,000	1,000
<i>Religiusitas</i> (X2)	1,000	1,000
Keputusan Mahasiswa (Y)	0.909	0,804

Data tabel 4 menunjukkan bahwa nilai composite reliability dan nilai cronbach's alpha telah memenuhi kriteria uji reliabilitas yaitu semua variabel memiliki nilai  $> 0,7$  sehingga diperoleh kesimpulan bahwa nilai reliabilitas semua variabel memiliki nilai yang baik.

## 2. Evaluation of Structural Model (Inner Model)

R-square untuk variabel dependen dan nilai koefisien jalur untuk variabel independen, yang kemudian dinotasikan berdasarkan nilai t-statistik, digunakan untuk mengukur inner model yang merupakan model struktural.

**Tabel 5 Nilai R-Square**

Variabel	R-Square
Keputusan (Y)	0,512

Rumus :

R-Square	x100
0,512	x100 = 51%

Berdasarkan hasil perhitungan rumus tersebut, variabel independen yaitu variabel literasi keuangan syariah dan religiusitas dapat mempengaruhi variabel dependen atau variabel pilihan dengan faktor sebesar 0,512 atau 51%. Sementara variabel lain yang belum teruji berdampak pada sisa 49% populasi. Koefisien jalur, juga dikenal sebagai uji koefisien jalur, dihitung mengikuti nilai R-Square.

**Tabel 6. Nilai Path Coefficient (Mean, STDEV, t-statistic)**

	<i>Path Coefficients</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>STDEV</i>	<i>t-statistic</i>
Literasi Keuangan Syariah (X1) -> Keputusan (Y)	0,256	0,263	0,089	2,864
Religiusitas (X2) -> Keputusam (Y)	0,556	0,551	0,073	7,637

Tabel 6 menunjukkan bahwa semua nilai koefisien jalur dari variabel independen ke variabel dependen adalah positif. Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lebih kuat dipengaruhi oleh angka koefisien jalur salah satu variabel bebas.

### 3. Hasil Uji Hipotesis

Nilai t-statistik (bootstrapping) dan PValues antara variabel independen dan variabel dependen menunjukkan uji hipotesis. Jika nilai t-statistik < 1,96 dan tingkat signifikansi P-value 0,05, maka hipotesis penelitian dapat diterima.

#### Koefisien Jalur

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik ...	P Values
Literasi Keuangan (X1) -> Keputusan Mahasiswa (Y)	-0.256	-0.263	0.089	2.864	0.004
Religiusitas (X2) -> Keputusan Mahasiswa (Y)	0.556	0.551	0.073	7.637	0.000

Berdasarkan hasil nilai gambar 4, dapat diketahui bahwa variabel religiusitas dan variabel literasi keuangan syariah hasilnya dapat diterima

sehingga dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan. Setelah melakukan perhitungan t-statistic dan P-Values, maka dapat dilanjutkan dengan melakukan uji predictive relevan dimana pada uji ini nilai yang digunakan untuk menentukan seberapa baik observasi yang dilakukan. Jika nilai yang didapat di atas 0 maka dinyatakan memiliki nilai observasi yang bagus.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel mahasiswa aktif FAI Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara angkatan 2021-2022 dan 2022-2023 yang pernah bertransaksi menggunakan bank syariah. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan smartPLS 3.0 menunjukkan nilai t-statistic sebesar 7,637 dimana nilai ini lebih besar dari t-statistic > 1.96 dan nilai P-values sebesar 0,000 dimana hasil ini lebih kecil dari nilai signifikan < 0,05. Besarnya pengaruh variabel religiusitas terhadap variabel keputusan dalam nilai path coefficients sebesar 0,056 bernilai positif. Berdasarkan hasil tersebut maka religiusitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. Hasil perhitungan variabel literasi keuangan syariah menunjukkan nilai t-statistic sebesar 2,864 dimana nilai ini lebih besar dari t-statistic > 1.96 dan nilai P-values sebesar 0,004 dimana hasil ini lebih kecil dari nilai signifikan < 0,05. Besarnya pengaruh variabel literasi keuangan syariah terhadap variabel keputusan dalam nilai path coefficients sebesar 0,256 bernilai negatif. Berdasarkan hasil tersebut maka religiusitas berpengaruh negatif tetapi signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Pada variabel literasi keuangan syariah terdapat pengaruh positif sebesar 0,556 dan signifikan sebesar 2,864 terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.
2. Pada variabel religiusitas terdapat pengaruh positif sebesar -0,256 tetapi tidak signifikan sebesar 7,637 terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

3. Variabel literasi keuangan syariah dan religiusitas berpengaruh secara simultan sebesar 51% terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Sedangkan sisanya sebesar 49% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

### **Daftar Pustaka**

- AJ Sari, R Pradesyah. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor, Malaysia dalam Melakukan Transaksi di Bank Islam. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 6 (1).
- Ancok, D dan Suroso F. N. (2020). Psikologi Islami Solusi Islam Atas ProblemProblem Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djuwita, D., & Yusuf, A, A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(1).
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473-486.
- Handida, R. D., & Sholeh, M. (2018). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 12(2), 84-90.
- Lestari M A. (2015). Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). Skripsi
- Nasrullah, M. 2015. Islamic Branding, Religiusitas Dan KeputusanKonsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*. 13 (2): 79-87.
- Nopitasari, E. (2017). Pengaruh Lokasi Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah. Skripsi.

- Nurrohmah, R, F., & Purbayati, R (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)* 3(3), 140-153.
- Rahayu Y (2020). Analisis Tingkat Literasi dan Inklusi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor Pada Perbankan Syariah. *Jurnal AKSARA PUBLIC Vol 4 No 4 (95-102)*.
- Raihan. (2016). Pengambilan Keputusan Dalam Kepemimpinan Manajemen Dakwah. *Jurnal Al-Bayan Vol 22, No. 34*.
- Ranto, D. W. P. (2016). Menciptakan *Islamic Branding* Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2).
- Remund, D.L. (2010). "Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy". *The Journal of Consumer Affairs (Vol. 44(2))*.
- Ruwaitah H S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam Vol. 1, No. 1, 79-106*.
- Santoso, I. (2019). Branding Islam dan Religiusitas Individu Pada Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. *BASKARA: Journal of Bussiness and Entrepreneurship*, 2(1), 1-12.
- Shobah, N. (2017). Analisis Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion. Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Wijanarko A & Rachmawati L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Vol. 3, No 1, 104-116*.
- Yunus, Nor, dkk. 2014. Muslim's Purchase Intention Toward Non Muslim's: Halal Puckaged Food Manufacturer. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*