

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah

H Hindiana¹, Nining Wahyuningsih², Mohammad Iqbal³

^{1,2,3}) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Abstract

This study aims to analyze the influence of Islamic financial literacy, religiosity, and trust levels on customer decision-making regarding the use of Islamic banking products among Bank Muamalat customers at the Kuningan branch office. This research is motivated by the rapid development of the Islamic banking industry, yet the level of Islamic financial literacy and inclusion in Indonesia remains relatively low, with a Sharia literacy index of 43.42% and a Sharia financial inclusion index of 13.41%, according to the 2025 National Survey on Financial Literacy and Inclusion (SNLIK) published by the Financial Services Authority. Bank Muamalat was selected as the research object due to its role as a pioneering Islamic bank in Indonesia and its involvement in the Sharia Literacy Movement (GEULIS) program. The Kuningan branch office was selected purposively based on research accessibility and the characteristics of productive-age customers relevant to the community's Islamic financial literacy. This research uses a quantitative approach using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS). The research data was obtained by distributing questionnaires to 144 respondents, customers of Bank Muamalat KCP Kuningan, using a simple random sampling technique. Data analysis was performed using the SmartPLS application. The results showed that Islamic financial literacy did not significantly influence customer decision-making (path coefficient = 0.102; p-value = 0.295 > 0.05). Conversely, religiosity had a positive and significant effect (path coefficient = 0.188; p-value = 0.012 < 0.05), and trust level had a positive and significant effect on customer decision-making (path coefficient = 0.688; p-value = 0.000 < 0.05). Trust level was the most dominant variable, based on the highest path coefficient value and an adjusted R² of 0.749 in the model. Customer trust level was the primary factor driving customer decisions in using Islamic banking products, followed by religiosity. Practical recommendations for Bank Muamalat include improving service transparency to strengthen trust, collaborating with religious institutions to enhance religiosity, and integrating sharia literacy education programs with other supporting factors. These findings also provide strategic input for the Financial Services Authority and the sharia banking industry.

Keywords: Sharia Financial Literacy, Religiosity, Trust Level, Customer Decision-Making

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah pada nasabah Bank Muamalat KCP Kuningan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan industri perbankan syariah, namun tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah di Indonesia masih tergolong rendah, dengan indeks literasi syariah sebesar 43,42% dan inklusi keuangan syariah sebesar 13,41% berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025

Article History:

History: Received : 13/03/2026; Revised: 13/05/2026; Accepted : 11/06/2026

Corresponding Author: Ahmad Maimun (hhindiana214@gmail.com)

All current issues and full text available at: <https://journal.sebi.ac.id/index.php/jeps>

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan. Bank Muamalat dipilih sebagai objek penelitian karena perannya sebagai pelopor bank syariah di Indonesia dan keterlibatannya dalam program Gerakan Literasi Syariah (GEULIS), sedangkan KCP Kuningan dipilih secara purposive berdasarkan aksesibilitas penelitian serta karakteristik nasabah usia produktif yang relevan dengan kondisi literasi keuangan syariah masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 144 responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat KCP Kuningan dengan teknik simple random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah (path coefficient = 0,102; p-value = 0,295 > 0,05). Sebaliknya, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan (path coefficient = 0,188; p-value = 0,012 < 0,05), serta tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah (path coefficient = 0,688; p-value = 0,000 < 0,05), dengan tingkat kepercayaan sebagai variabel yang paling dominan berdasarkan nilai path coefficient tertinggi dan Adjusted R² model sebesar 0,749. Tingkat kepercayaan nasabah menjadi faktor utama pendorong keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah, diikuti religiusitas. Saran praktis bagi Bank Muamalat mencakup peningkatan transparansi pelayanan untuk memperkuat kepercayaan, kolaborasi dengan lembaga keagamaan guna tingkatkan religiusitas, serta program edukasi literasi syariah yang terintegrasi faktor pendukung lain. Temuan ini juga memberi masukan strategis bagi Otoritas Jasa Keuangan dan industri perbankan syariah.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Tingkat Kepercayaan, Pengambilan Keputusan Nasabah.

PENDAHULUAN

Secara konseptual, perbankan syariah hadir tidak hanya sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan ekonomi yang berlandaskan nilai keadilan, transparansi, dan keberlanjutan sesuai prinsip Islam. Karakteristik fundamental yang membedakannya dengan bank konvensional adalah larangan tegas terhadap praktik *riba*, *gharar* (ketidakpastian), dan *maisir* (spekulasi). Sebagai alternatif yang inklusif, operasional bank syariah menerapkan mekanisme transaksi berdasarkan hukum Islam, seperti sistem bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*), jual beli (*murabahah*), serta akad sewa (*ijarah*). Penerapan prinsip-prinsip tersebut tidak sekadar menjamin kehalalan transaksi bagi nasabah, melainkan juga menekankan aspek keseimbangan dalam sistem keuangan (Maimun & Tzahira, 2022). Keselarasan nilai-nilai agama inilah yang kemudian memicu tren positif pada perkembangan ekonomi syariah di Indonesia seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat Muslim.

Gambar 1. Pengembangan Keuangan Syariah di Indonesia



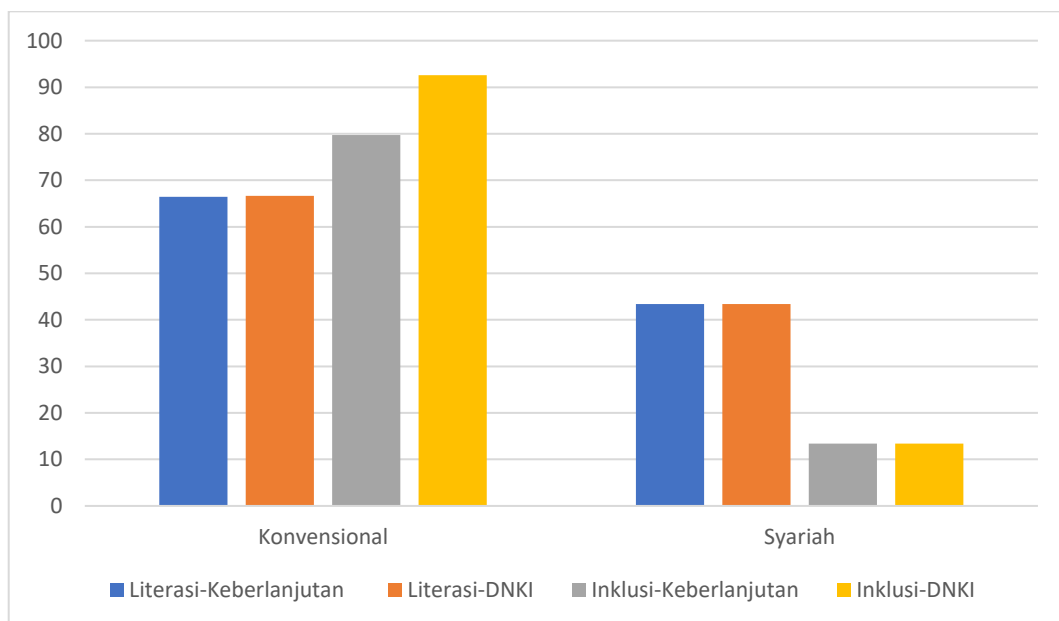
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2026), diolah dari YouTube

Tren positif tersebut terkonfirmasi oleh akselerasi pesat industri perbankan syariah nasional, meskipun pencapaian potensinya masih dihadapkan pada anomali penetrasi pasar yang belum optimal. Indikator pertumbuhan industri ini tercermin dari total aset keuangan syariah yang menyentuh angka Rp3.100 triliun per Desember 2025, mencatatkan peningkatan sebesar 8,61% secara *year-on-year* (yoy) berdasarkan catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Otoritas Jasa Keuangan, 2026). Eskalasi tersebut didorong oleh peningkatan kesadaran masyarakat serta dukungan regulasi OJK dan pemerintah yang berkesinambungan dalam memperkuat inklusi keuangan syariah (Rahman, 2023; Yudi et al., 2024). Namun ironisnya, sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia masih menyisakan kesenjangan yang signifikan antara besarnya potensi pasar dengan realitas penggunaan layanannya (Yusuf & Muchlis, 2024). Dalam merespons tantangan tersebut, Bank Muamalat memegang posisi strategis sebagai pelopor yang terus mengembangkan inovasi produk guna

mengskalasi kepercayaan dan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah menjadi krusial untuk menjembatani kesenjangan pasar sekaligus mendukung keberlanjutan industri ini (Ardhanari & Viphindrartin, 2022; Rahmawati et al., 2025).

Salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah adalah literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep, prinsip, serta produk keuangan yang berlandaskan syariah sehingga mampu mengambil keputusan keuangan yang tepat dan rasional (Romdhoni, 2025). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan produk keuangan syariah karena individu yang memiliki pengetahuan yang baik cenderung lebih memahami manfaat, risiko, dan mekanisme produk yang ditawarkan (Setiawan et al., 2026). Namun demikian, beberapa penelitian juga menunjukkan hasil yang berbeda. Misalnya, (Lestari et al., 2023) menemukan bahwa literasi keuangan syariah tidak selalu secara langsung memengaruhi minat menabung di bank syariah karena adanya faktor lain seperti persepsi manfaat, aksesibilitas layanan, maupun preferensi nasabah terhadap produk konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan syariah dan keputusan penggunaan produk perbankan syariah masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Diagram 1. Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2025)

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan melalui Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional mencapai 66,46%, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 80,51%. Namun, tingkat literasi keuangan syariah masih berada pada angka 43,42%,

sementara tingkat inklusi keuangan syariah hanya mencapai sekitar 13,41%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun terdapat peningkatan pemahaman masyarakat terhadap sektor keuangan secara umum, literasi dan pemanfaatan produk keuangan syariah masih relatif rendah dibandingkan dengan potensi pasar yang ada. Rendahnya tingkat literasi tersebut dapat berdampak pada kurangnya kepercayaan masyarakat serta rendahnya keputusan penggunaan produk bank syariah (Najah et al., 2024).

Selain literasi keuangan, faktor religiusitas juga diyakini memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan keuangan syariah. Religiusitas mencerminkan tingkat keyakinan serta komitmen seseorang dalam menjalankan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi (Aisyah, 2025; Ardiyanto & Widana, 2024). Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memilih produk keuangan yang bebas dari riba dan sesuai dengan prinsip syariah karena dianggap lebih memberikan keberkahan serta ketenangan dalam bertransaksi (Fadillah et al., 2024). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan bank syariah (Fathurrohman, 2020; Fitriyah, 2021). Namun demikian, penelitian lain menemukan hasil yang berbeda, yaitu religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (Chusniah & Samsuri, 2023; Zuhirsyan & Nurlinda, 2021). Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peran religiusitas dalam memengaruhi keputusan nasabah masih menjadi perdebatan dalam literatur akademik.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah tingkat kepercayaan nasabah terhadap lembaga perbankan syariah. Kepercayaan merupakan fondasi utama dalam hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan karena berkaitan dengan persepsi keamanan, transparansi, serta integritas lembaga (Mastura & Ibrahim, 2020). Nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap bank syariah cenderung lebih yakin untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan. Kepercayaan tersebut dibangun melalui transparansi informasi, kualitas pelayanan, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (Rahman, 2023; Salsabila, 2025). Namun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah (Rahmawati & Mochlasin, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa faktor kepercayaan masih perlu dianalisis lebih mendalam dalam konteks perilaku nasabah bank syariah.

Berdasarkan kajian literatur dan temuan empiris sebelumnya, dapat diketahui bahwa penelitian mengenai literasi keuangan syariah, religiusitas, dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan penggunaan produk bank syariah telah banyak dilakukan. Namun demikian, terdapat beberapa kesenjangan penelitian (research gap). Pertama, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya mengkaji pengaruh satu atau beberapa variabel secara terpisah, sehingga belum banyak penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut secara simultan dalam menjelaskan

keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah. Sebagai contoh, penelitian (Haerany & Aneza, 2024) hanya menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat penggunaan layanan keuangan syariah. Penelitian lain telah mengkaji kombinasi beberapa variabel seperti religiusitas, kepercayaan, dan fitur layanan dalam mempengaruhi keputusan nasabah, namun belum memasukkan aspek literasi keuangan syariah sebagai variabel yang diteliti (Setyoningsih & Bahjahtulloh, 2023). Selain itu, terdapat pula penelitian yang hanya berfokus pada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah tanpa mempertimbangkan variabel religiusitas dan literasi keuangan syariah secara simultan (Ardhanari & Viphindartin, 2022). Kedua, hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang tidak konsisten terkait pengaruh religiusitas dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan nasabah, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Sebagai contoh, penelitian (Ardiyanto & Widana, 2024) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Namun, penelitian lain menunjukkan religiusitas bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Casriyanti, 2020; Rachmawati, 2020; Zuhirsyan & Nurlinda, 2021). Sementara itu, variabel kepercayaan dalam penelitian lain justru ditemukan memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam menentukan keputusan nasabah (Ardhanari & Viphindartin, 2022; Rahman, 2023). Ketiga, kajian empiris yang secara khusus meneliti perilaku nasabah pada Bank Muamalat, khususnya pada tingkat kantor cabang pembantu seperti KCP Kuningan, masih relatif terbatas. Pemilihan Bank Muamalat sebagai fokus penelitian didasarkan pada posisinya sebagai pelopor perbankan syariah di Indonesia di tengah masih rendahnya tingkat literasi keuangan syariah masyarakat. Berdasarkan observasi pra-penelitian di KCP Kuningan, sebagian nasabah belum sepenuhnya memahami karakteristik, manfaat, dan risiko produk perbankan syariah, serta belum mampu membedakan produk syariah dengan produk konvensional. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan literasi keuangan syariah yang berpotensi memengaruhi keputusan nasabah, khususnya terkait aspek religiusitas dan tingkat kepercayaan terhadap produk bank syariah. Beberapa penelitian yang ada menunjukkan bahwa kajian pada Bank Muamalat umumnya berfokus pada variabel tertentu, seperti strategi komunikasi pemasaran terhadap keputusan nasabah pada Bank Muamalat KCP Sumenep (Insiyah et al., 2025), serta pengaruh reputasi bank dan inovasi produk terhadap keputusan nasabah pada Bank Muamalat KCP Rancaekek (Kartika & Rakhman, 2025). Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) dengan mengintegrasikan variabel literasi keuangan syariah, religiusitas, dan tingkat kepercayaan dalam menganalisis pengambilan keputusan nasabah pada Bank Muamalat KCP Kuningan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah pada Bank Muamalat KCP Kuningan.

KAJIAN LITERATUR

Literasi Keuangan Syariah

Literasi secara umum diartikan sebagai kemampuan individu dalam memahami, menafsirkan, mengevaluasi, serta memanfaatkan informasi secara efektif dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. UNESCO (2005) menjelaskan bahwa literasi tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis dan analitis dalam memahami informasi. Sementara itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024), mendefinisikan literasi sebagai tingkat pemahaman individu terhadap konsep-konsep keuangan dasar, termasuk kemampuan dalam mengelola risiko serta mengambil keputusan keuangan secara tepat untuk mencapai kesejahteraan finansial. Dalam konteks penelitian ini, literasi menjadi variabel penting karena berperan dalam memengaruhi perilaku nasabah melalui peningkatan pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan.

Literasi keuangan syariah terdiri dari tiga indikator utama, yaitu pengetahuan, perilaku, dan sikap. Indikator pengetahuan berkaitan dengan pemahaman individu terhadap konsep dasar keuangan syariah (Wijaya & Ali, 2024). Indikator perilaku berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam praktik keuangan sehari-hari (Pangestuti & Ardelia, 2024). Sementara itu, indikator sikap mencerminkan pandangan, kesadaran, serta komitmen individu dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan (Nuraini et al., 2023).

Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan syariah menjadi faktor penting dalam mendorong pemahaman serta penggunaan produk perbankan syariah di masyarakat. Literasi yang baik akan membantu nasabah dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat, sesuai dengan prinsip syariah, serta meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki individu, maka semakin baik kemampuan nasabah dalam memahami, mengevaluasi, dan bersikap positif terhadap produk bank syariah, sehingga keputusan yang diambil oleh nasabah menjadi lebih tepat.

H1: literasi Keuangan Syariah (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah (Y).

Religiusitas

Religiusitas merupakan tingkat keyakinan dan penghayatan individu terhadap ajaran agama yang dianutnya, yang tercermin melalui sikap, kepercayaan, serta praktik ibadah dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam hubungan vertikal dengan Allah maupun hubungan horizontal dengan sesama manusia (Suryadi & Hayat, 2021).

Religiusitas merupakan konstruk multidimensional yang terdiri dari beberapa dimensi utama. Menurut (Rehman & Shabbir, 2010), dimensi religiusitas meliputi dimensi ideologis, ritual, intelektual, konsekuensi, dan pengalaman. Dimensi ideologis berkaitan dengan keyakinan individu terhadap ajaran agama. Dimensi ritual mencerminkan pelaksanaan ibadah formal. Dimensi intelektual berkaitan dengan tingkat pengetahuan individu mengenai ajaran agama, sedangkan dimensi konsekuensi mencerminkan sejauh mana ajaran agama diterapkan dalam perilaku sehari-hari. Sementara itu, dimensi pengalaman berkaitan dengan penghayatan dan

pengalaman spiritual individu dalam menjalankan ajaran agama. Dalam konteks keuangan syariah, dimensi-dimensi tersebut mendorong individu untuk memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam sebagai bentuk kepatuhan terhadap nilai-nilai agama (Ma'zumi et al., 2020; Santi et al., 2023).

Dengan demikian, religiusitas tidak hanya mencerminkan tingkat keimanan individu, tetapi juga berperan dalam membentuk perilaku ekonomi dan keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Oleh karena itu, nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih produk bank syariah karena selaras dengan nilai-nilai syariah yang diyakini.

H2: Religiusitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah (Y).

Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan atau harapan yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu produk, layanan, maupun lembaga yang menyediakan layanan tersebut (Hidayati et al., 2024). Dalam konteks perbankan syariah, kepercayaan mengacu pada tingkat keyakinan nasabah terhadap bank sebagai lembaga keuangan yang menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, mampu menjaga keamanan dana, memberikan pelayanan secara jujur dan transparan, serta memenuhi hak dan kewajiban nasabah secara profesional.

Indikator kepercayaan nasabah mencakup beberapa aspek penting, yaitu kepercayaan terhadap pelayanan bank, kepercayaan terhadap kompetensi bank, kepercayaan terhadap karyawan bank, serta kepercayaan terhadap kemampuan bank dalam memenuhi harapan nasabah (Al Qaisi & Alrosan, 2020). Kepercayaan terhadap pelayanan bank berkaitan dengan persepsi nasabah mengenai kualitas layanan. Kepercayaan terhadap kompetensi bank mencerminkan keyakinan nasabah terhadap kemampuan manajemen dalam mengelola dana dan risiko secara profesional sesuai dengan prinsip syariah. Kepercayaan terhadap karyawan bank berkaitan dengan integritas, profesionalisme, dan kejujuran karyawan dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada nasabah. Sementara itu, kepercayaan terhadap kemampuan bank dalam memenuhi harapan nasabah mencakup keyakinan bahwa bank mampu memenuhi komitmen yang telah disepakati.

Dengan demikian, kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan keyakinan, loyalitas, serta keberlanjutan hubungan antara nasabah dan bank, sehingga mendukung pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan syariah secara berkelanjutan. Oleh karena itu, nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung lebih memilih produk bank syariah karena merasa aman, yakin, dan percaya bahwa dana mereka dikelola sesuai dengan prinsip syariah.

H3: Tingkat Kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah (Y).

Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan (*decision making*) merupakan suatu proses yang dilakukan individu untuk menilai, mempertimbangkan, dan memilih satu alternatif terbaik di antara berbagai pilihan yang tersedia (Nitanto et al., 2024). Secara konseptual, pengambilan keputusan merupakan proses mental atau kognitif yang mengarahkan individu pada pemilihan tindakan tertentu sebagai solusi atas suatu kebutuhan atau permasalahan. Dalam konteks keuangan syariah, pengambilan keputusan merujuk pada proses yang dilalui nasabah dalam menentukan pilihan untuk menggunakan produk dan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam (Muhdar et al., 2023).

Dalam penelitian ini, pengambilan keputusan nasabah diukur melalui beberapa indikator utama, yaitu indikator situasional, emosional, rasional, praktikal, interpersonal, dan lingkungan. Indikator situasional berkaitan dengan kondisi tertentu yang memengaruhi keputusan nasabah (Haya et al., 2025). Indikator emosional berkaitan dengan perasaan individu (Haya et al., 2025; Mubarak et al., 2025). Indikator rasional berkaitan dengan pertimbangan logis yang dilakukan individu (Haya et al., 2025; Virginia et al., 2024). Indikator praktikal berkaitan dengan aspek kemudahan penggunaan produk. Indikator interpersonal berkaitan dengan pengaruh dari lingkungan sosial. Selain itu, indikator lingkungan mencakup faktor eksternal yang lebih luas (Chusniah & Samsuri, 2023; Ibrahim, 2024).

Dengan demikian, pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah merupakan suatu proses yang sistematis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor-faktor tersebut meliputi aspek kognitif, religius, emosional, dan sosial yang secara bersama-sama memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan prinsip syariah (Ibrahim, 2024).

METODE PENELITIAN

Sumber dan teknik pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang didasarkan pada filsafat positivisme untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Muamalat KCP Kuningan yang menggunakan produk perbankan syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, jumlah responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah 144 responden, sehingga telah memenuhi kriteria ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

Instrumen dan Operasional Variabel

Kuesioner yang akan disebar, diukur dengan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Untuk lebih detail terkait instrumen penelitian ada dibawah ini:

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pernyataan	Referensi
Literasi Keuangan Syariah (X1)	Pengetahuan keuangan syariah	Saya memahami prinsip-prinsip syariah yang digunakan dalam keuangan syariah. Saya mengetahui bahwa keuangan syariah melarang praktik <i>riba</i> (bunga) dan <i>gharar</i> (ketidakjelasan) dalam transaksi keuangan.	(Nuraini et al., 2023; Pangestuti & Ardelia, 2024; Wijaya & Ali, 2024)
	Perilaku keuangan syariah	Saya dapat menjelaskan karakteristik produk tabungan syariah yang ditawarkan oleh bank syariah. Saya dapat membedakan antara tabungan konvensional dan tabungan syariah berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang digunakan.	
	Sikap keuangan syariah	Saya percaya bahwa penggunaan uang harus sesuai dengan etika dan moral dalam Islam. Saya yakin bahwa produk keuangan syariah dapat digunakan sebagai salah satu alternatif untuk perencanaan keuangan masa depan.	
Religiusitas (X2)	Ideologis	Saya memiliki keyakinan yang kuat bahwa Islam adalah agama yang benar dan saya berusaha mengikuti ajarannya. Saya percaya bahwa keimanan kepada Allah SWT sebagai satu-satunya Tuhan yang patut disembah dan ditaati adalah fondasi	(Aula & Anwar, 2024; Ma'zumi et al., 2020; Santi et al., 2023)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Referensi
		utama dalam kehidupan saya sebagai seorang Muslim.	
	Ritual	Saya secara teratur membaca Al-Quran dan berusaha memahami maknanya. Saya berpuasa secara teratur selama bulan ramadan.	
	Intelektual	Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang ajaran Islam dan berusaha meningkatkan pengetahuan saya. Saya berusaha menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam semua aspek kehidupan saya.	
	Konsekuensi	Saya berusaha untuk selalu jujur dan adil dalam berinteraksi dengan orang lain. Saya merasa terpanggil untuk membantu mereka yang membutuhkan.	
	Pengalaman	Saya merasa tidak nyaman dan sedih ketika melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan keyakinan saya sebagai seorang Muslim. Saya merasa bahagia dan puas ketika melihat orang lain mengikuti ajaran Islam dan melakukan kebaikan.	
Tingkat Kepercayaan (X3)	Kepercayaan terhadap pelayanan bank	Saya percaya bahwa bank syariah memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional kepada nasabahnya. Saya merasa bahwa bank syariah peduli dengan kebutuhan dan kepuasan	(Ardhanari & Viphindrartin, 2022; Atia et al., 2020; Iskanto & Yapentra, 2018)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Referensi
		nasabahnya, serta berusaha untuk memenuhinya.	
	Kepercayaan terhadap kompetensi bank	Saya yakin bahwa bank syariah memiliki kemampuan dan keahlian untuk mengelola keuangan nasabahnya dengan baik dan profesional. Saya percaya bahwa bank syariah dapat memberikan saran keuangan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.	
	Kepercayaan terhadap karyawan bank	Saya percaya bahwa karyawan bank syariah ramah, profesional, dan memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk dan jasa bank. Saya yakin bahwa pegawai bank syariah memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu kepada nasabahnya.	
	Kepercayaan terhadap kemampuan untuk memenuhi harapan nasabah	Saya percaya bahwa bank syariah memiliki infrastruktur dan teknologi yang memadai untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya. Saya yakin bahwa bank syariah dapat menjaga keamanan dan kerahasiaan data nasabahnya dengan baik dan profesional.	
Pengambilan Keputusan (Y)	Situasi	Saya selalu mempertimbangkan situasi keuangan saya saat ini sebelum membuat keputusan tentang bank syariah.	(Haya et al., 2025; Mubarak et al., 2025; Muhdar et al., 2023)

131 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah

Variabel	Indikator	Pernyataan	Referensi
		Saya selalu mempertimbangkan keuangan saya sebelum memilih produk atau jasa bank syariah yang tepat untuk saya.	
	Emosional	Saya lebih suka memilih bank syariah yang memiliki prinsip dan tujuan yang sama dengan saya. Saya memilih bank syariah yang membuat saya merasa nyaman dan percaya dalam mengelola keuangan saya.	
	Rasional	Saya membuat keputusan tentang bank syariah berdasarkan analisis dan data yang objektif tentang produk dan jasa yang ditawarkan. Saya mempertimbangkan biaya dan manfaat dari produk dan jasa bank syariah sebelum membuat keputusan.	
	Praktikal	Saya mempertimbangkan kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah saat membuat keputusan. Saya memilih bank syariah yang menawarkan solusi praktis dan efektif untuk kebutuhan keuangan saya.	
	Interpersonal	Saya sering meminta saran dari keluarga atau teman sebelum membuat keputusan tentang bank syariah.	

Variabel	Indikator	Pernyataan	Referensi
		Saya memilih bank syariah yang memiliki reputasi baik di masyarakat dan direkomendasikan oleh orang-orang yang saya percayai.	
	Kondisi Lingkungan	Lingkungan saya yang mayoritas menggunakan bank syariah mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan bank syariah juga. Ketersediaan teknologi digital seperti <i>mobile banking</i> syariah memudahkan saya dalam membuat keputusan tentang bank syariah dan meningkatkan kepuasan saya dalam menggunakan layanan bank syariah.	

Sumber: diolah Penulis (2025)

Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pemilihan metode PLS-SEM didasarkan pada kemampuannya dalam menganalisis hubungan antarvariabel secara simultan melalui pendekatan model statistik yang mengombinasikan teknik interdependensi dan dependensi. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara beberapa konstruk laten secara bersamaan melalui dua komponen utama, yaitu model pengukuran (*outer model*) yang menjelaskan hubungan antara indikator terukur dan konstruk laten, serta model struktural (*inner model*) yang menggambarkan hubungan antar konstruk laten (Hair et al., 2019). Dengan demikian, PLS-SEM dipilih karena sesuai untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah secara komprehensif. Analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu uji validitas dan reliabilitas instrumen, evaluasi model pengukuran (*outer model*) meliputi uji 1) *convergent validity*; 2) *discriminant validity*; 3) *construct reliability*, evaluasi model struktural (*inner model*) menggunakan nilai 1) *Adjusted R Squared*; 2) Uji t, serta pengujian hipotesis meliputi 1) *Goodness of Fit* (SRMR & NFI) untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah.

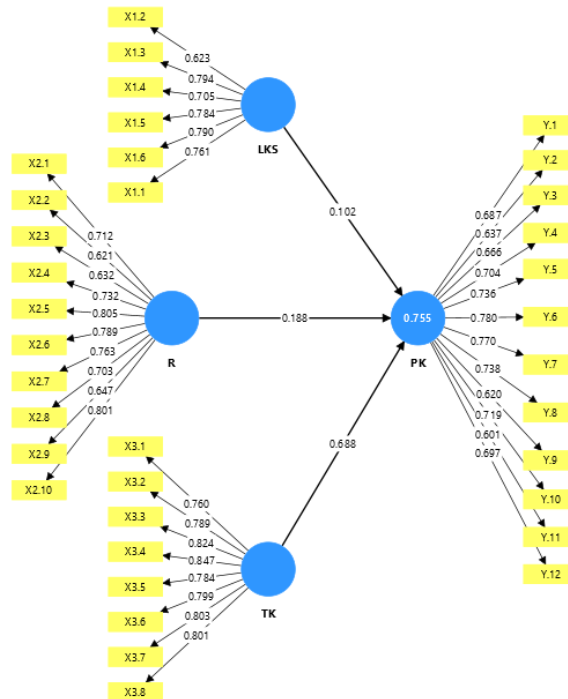
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Outer Model

1. *Convergent Validity*

Pengujian validitas terhadap indikator dari variabel laten yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas *convergent* indikator reflektif dengan program SmartPLS dapat dilihat dari nilai loading factor setiap indikator konstruk. Penelitian yang bersifat *explanatory research* nilai *loading factor*-nya adalah $> 0,6$ (Setiawan et al., 2026).

Gambar 2. Nilai Outer Loading



Sumber: diolah Penulis (2026)

Berdasarkan gambar 3, dapat dilihat bahwa hasil pengujian ulang *loading factor* tersebut menunjukkan bahwa semua nilai indikator di atas 0,6 yang artinya semua indikator dinyatakan valid.

2. *Discriminant Validity*

a. *Cross Loading*

Menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif, yaitu dengan memperhatikan nilai *cross loading* bagi setiap variabel dan nilai tersebut harus $> 0,70$ (Mukti et al., 2025).

Tabel 2. Cross Loading

Indikator	X1. Literasi Keuangan Syariah	X2. Religiusitas	X3. Tingkat Kepercayaan	. Pengambilan Keputusan
X1.1	0,761	0,320	0,254	0,317

Indikator	X1. Literasi Keuangan Syariah	X2. Religiusitas	X3. Tingkat Kepercayaan	Y. Pengambilan Keputusan
X1.2	0,623	0,328	0,108	0,206
X1.3	0,794	0,397	0,459	0,443
X1.4	0,705	0,384	0,464	0,470
X1.5	0,784	0,479	0,414	0,470
X1.6	0,790	0,348	0,478	0,475
X2.1	0,402	0,712	0,355	0,402
X2.2	0,307	0,621	0,212	0,349
X2.3	0,414	0,632	0,377	0,422
X2.4	0,383	0,732	0,311	0,391
X2.5	0,426	0,805	0,484	0,497
X2.6	0,329	0,789	0,453	0,487
X2.7	0,362	0,763	0,410	0,460
X2.8	0,342	0,703	0,432	0,428
X2.9	0,351	0,647	0,463	0,493
X2.10	0,372	0,801	0,395	0,490
X3.1	0,375	0,466	0,760	0,622
X3.2	0,451	0,426	0,789	0,623
X3.3	0,451	0,535	0,824	0,739
X3.4	0,470	0,417	0,847	0,702
X3.5	0,441	0,484	0,784	0,668
X3.6	0,398	0,282	0,799	0,673
X3.7	0,433	0,486	0,803	0,654
X3.8	0,357	0,414	0,801	0,720
Y.1	0,377	0,528	0,600	0,687
Y.2	0,335	0,482	0,508	0,637
Y.3	0,381	0,341	0,628	0,666
Y.4	0,357	0,373	0,586	0,704
Y.5	0,397	0,385	0,657	0,736
Y.6	0,442	0,441	0,643	0,780
Y.7	0,433	0,567	0,663	0,770
Y.8	0,414	0,493	0,549	0,738
Y.9	0,347	0,298	0,522	0,620
Y.10	0,437	0,426	0,613	0,719
Y.11	0,311	0,313	0,528	0,601
Y.12	0,440	0,483	0,551	0,697

Sumber: diolah Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 2, hasil pengujian discriminant validity menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai korelasi (loading factor) tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya.

3. Construct Reliability

Tabel 3. Construct Reliability

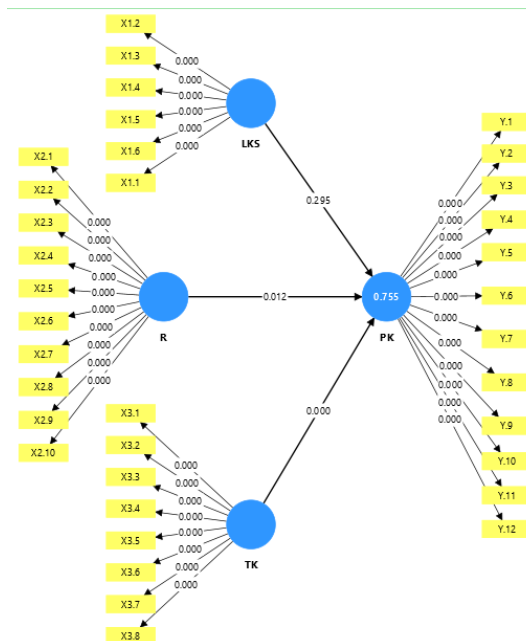
Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho-c)
X1. Literasi Keuangan Syariah	0,842	0,882
X2. Religiusitas	0,897	0,916
X3. Tingkat Kepercayaan	0,920	0,935
Y. Pengambilan Keputusan	0,903	0,919

Sumber: diolah Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* dari seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas dengan baik. Seluruh konstruk memiliki nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan bersifat reliabel.

Hasil Analisis Inner Model

Gambar 4. Output Model Struktural (Bootstrapping)



Sumber: diolah Penulis (2026)

Evaluasi model struktural PLS dalam penelitian ini dilakukan menggunakan nilai *Adjusted R Squared* dan uji signifikansi.

1. *Adjusted R Squared*

Tabel 4. *Adjusted R Squared*

Variabel	<i>Adjusted R Squared</i>
Y. Pengambilan Keputusan	0,749

Sumber: diolah Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 4, di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R squared* pada variabel Pengambilan Keputusan (Y) sebesar 0,749. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 74,9% variasi pengambilan keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang digunakan dalam model penelitian ini.

2. Uji Hipotesis

a) *Goodness of Fit*

Tabel 5. *Standarized Root Mean Square Residual*

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,085	0,085

Sumber: diolah Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 5, hasil pengujian *standarized Root Mean Square Residual* (SRMR) menunjukkan bahwa nilai SRMR pada *saturated model* dan *estimated model* masing-masing sebesar 0,085. Nilai tersebut berada di bawah atas *cut-off* yang direkomendasikan, yaitu 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa residual antara matriks korelasi yang diobservasi dengan matriks korelasi yang diestimasi relatif kecil, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Dengan demikian, model struktural yang dibangun dinilai layak untuk digunakan dalam pengujian hubungan variabel antar variabel latin.

b) *NFI (Normed of Fit Index)*

Tabel 6. *Normed of Fit Index*

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimased model</i>
NFI	0,632	0,632

Sumber: diolah Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 6, hasil pengujian *Normed Fit Index* (NFI) menunjukkan bahwa nilai NFI pada *saturated model* dan *estimated model* sebesar 0,632. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa tingkat kesesuaian model berada pada kategori cukup. Meskipun nilai NFI belum mendekati nilai ideal yaitu 1, hasil ini masih dapat diterima dalam pendekatan SEM-PLS yang lebih berfokus pada kemampuan prediktif model dibandingkan dengan kesempurnaan *Goodness of Fit* secara keseluruhan. Oleh karena itu, model penelitian ini tetap dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

c) Uji t

Tabel 7. Path Coefficient

Konstruk		Path Coefficient	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket.	Keputusan
H1	X1->Y	0,102	1,048	0,295	Tidak Sig.	Ditolak
H2	X2->Y	0,188	2,500	0,012	Sig.	Diterima
H3	X3->Y	0,688	8,172	0,000	Sig.	Diterima

Sumber: diolah Penulis (2026)

a) Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1) terhadap Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan Tabel 7, hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah (X1) memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,102, yang berarti terdapat hubungan positif antara X1 dan Y. Namun demikian, nilai t-statistic sebesar 1,048 lebih kecil dari nilai t-tabel 1,96 serta *p-value* sebesar 0,295 lebih besar dari 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan (Y). Dengan demikian, hipotesis H1 ditolak, yang berarti literasi keuangan syariah belum mampu memberikan pengaruh yang berarti dalam meningkatkan pengambilan keputusan nasabah.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haerany & Aneza (2024), yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan keuangan syariah, karena faktor persepsi dan sikap finansial lebih dominan dalam memengaruhi keputusan, meskipun tingkat pemahaman deskriptif responden tergolong cukup baik. Temuan serupa juga menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan syariah (Sumidartiny, 2025). Meskipun tingkat literasi secara deskriptif tergolong tinggi, pengaruhnya dalam model struktural relatif lemah karena dipengaruhi oleh faktor lain (Reza et al., 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa tidak signifikannya pengaruh literasi keuangan syariah disebabkan oleh masih rendahnya pemahaman praktis nasabah terhadap implementasi produk perbankan syariah, sehingga pengetahuan yang dimiliki belum cukup kuat untuk mendorong pengambilan keputusan. Selain itu, keputusan nasabah lebih dipengaruhi oleh faktor keyakinan agama dan tingkat kepercayaan terhadap bank syariah dibandingkan aspek pengetahuan teknis. Dengan demikian, literasi keuangan syariah belum menjadi faktor dominan dalam penelitian ini.

b) Pengaruh Religiusitas (X2) terhadap Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan Tabel 7, hasil pengujian menunjukkan bahwa religiusitas (X2) memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,188, yang menunjukkan arah hubungan positif antara X2 dan Y. Nilai *t-statistic* sebesar 2,500 lebih besar dari 1,96 dan *p-value* sebesar 0,012 lebih kecil dari 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan (Y). Dengan demikian, hipotesis H2 diterima, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah, maka semakin tinggi pula kecenderungan nasabah dalam mengambil keputusan menggunakan produk bank syariah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang juga menunjukkan hasil yang relevan. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh (Zahara et al., 2024) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, yang mana hal ini menunjukkan bahwa komitmen spiritual menjadi faktor utama dalam mendorong perilaku keuangan yang sesuai dengan prinsip halal. Demikian pula, (Pratama & Utami, 2024) mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, yang mencerminkan kuatnya peran nilai-nilai keagamaan. Selain itu, penelitian (Hakim & Solekah, 2024) juga menemukan adanya pengaruh langsung yang positif dari religiusitas terhadap minat menjadi nasabah.

Secara analitis, pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap pengambilan keputusan menunjukkan bahwa semakin kuat tingkat penghayatan dan pengamalan ajaran agama nasabah, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan produk bank syariah. Hal ini disebabkan karena produk perbankan syariah dianggap lebih sesuai dengan prinsip halal dan menghindari riba, sehingga memberikan rasa aman secara spiritual bagi nasabah. Dengan demikian, religiusitas berperan sebagai faktor internal yang kuat dalam membentuk keputusan nasabah dalam konteks penelitian ini.

c) Pengaruh Tingkat Kepercayaan (X3) terhadap Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan Tabel 7, maka dapat diketahui bahwa tingkat kepercayaan (X3) memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,688, yang menunjukkan hubungan positif antara X3 dan Y. Nilai *t-statistic* sebesar 8,172 jauh lebih besar dari 1,96 serta *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa Tingkat Kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan (Y). Dengan demikian, hipotesis H3 diterima, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank syariah, maka semakin kuat pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah. Variabel tingkat kepercayaan terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan beberapa penelitian terdahulu. (Nur & Alamsyah, 2024) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan bank syariah. Sementara (Yulianti, 2022) menunjukkan pengaruh serupa pada niat menjadi nasabah dimana *trust* berperan menjadi mediator kuat. Selain itu, penelitian (Ardhanari & Viphindrartin, 2022) mengonfirmasi bahwa kepercayaan merupakan faktor yang lebih dominan dibandingkan literasi maupun religiusitas, dengan nilai koefisien tertinggi yang mendorong keputusan nasabah.

Secara analitis, tingginya pengaruh kepercayaan menunjukkan bahwa keputusan nasabah tidak hanya didasarkan pada aspek rasional, tetapi juga pada keyakinan terhadap keamanan dana dan kesesuaian prinsip syariah. Kepercayaan yang tinggi mengurangi ketidakpastian dan mendorong penggunaan produk bank syariah. Dominannya variabel ini menunjukkan bahwa faktor psikologis dan persepsi terhadap bank lebih berperan dalam membentuk keputusan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut;

Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan syariah memiliki pemahaman deskriptif relatif baik (terutama indikator X1.5), pengaruh strukturalnya masih lemah karena faktor lain seperti religiusitas dan kepercayaan lebih dominan.

Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas yang tinggi (terutama indikator (X2.2) mendorong nasabah untuk memprioritaskan nilai keagamaan dan kepatuhan syariah dalam keputusan keuangan.

Tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah serta menjadi variabel yang paling dominan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki koefisien tertinggi dibandingkan variabel lain, dengan faktor utama seperti keamanan data (X3.8) dan profesionalisme karyawan (X3.5) yang memperkuat kredibilitas serta kepatuhan syariah bank.

REFERENSI

- Aisyah, S. (2025). Peran Kejujuran Dan Transparansi Dalam Meningkatkan Integritas Bisnis Syariah. In *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* (Vol. 2).
- Al Qaisi, F., & Alrosan, M. (2020). Measuring customers satisfaction of islamic banking sector in Jordan. *Humanities and Social Sciences Letters*, 8(3), 310–322. <https://doi.org/10.18488/JOURNAL.73.2020.83.310.322>

- Ardhanari, M., & Viphindartin, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 63-77. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i1.1272>
- Ardiyanto, & Widana, G. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Atia, A., Majid, M., Azis, N., & Hamid, A. (2020). Mediating the Effects of Customer Satisfaction and Bank Reputation on the Relationship between Services Quality and Loyalty of Islamic Banking Customers. In *Malaysian Journal Of Consumer And Family Economics* (Vol. 25, pp. 28-61).
- Aula, I., & Anwar, A. Z. (2024). Pengaruh Religiusitas, Literasi Halal, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Pada Masyarakat di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 341-355. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1811>
- Casriyanti. (2020). Pengaruh Religiusitas, Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah Casriyanti Sekolah Tinggi Agama Islam Pangeran Dharma Kusuma Segeran Indramayu. *Tasyri': Jurnal Mu'amalah Dan Ekonomi Syari'ah*, 2(1), 52-70.
- Chusniah, D. N. A., & Samsuri, A. (2023). A Systematic Literature Review Of Religiosity On Customers' Decisions In Choosing Islamic Bank. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 4(2), 249-265. <https://doi.org/10.46367/jps.v4i2.1432>
- Fadillah, R., Novianti, D., & Zandra, N. (2024). Welfare Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Sistem Perbankan Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>
- Fathurrohman, A. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. Repository UIN Jakarta.
- Fitriyah, A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Minat terhadap Keputusan Menggunakan Produk Keuangan Syariah. Digilib UIN Khas.
- Haerany, A., & Aneza, S. (2024). Influence Of Sharia Financial Literacy, Financial Attitudees and Perceptions On Interest In Using Sharia Banking. *Oikonomia: Journal of Management Economics and Accounting*, 2(1), 67-78. <https://doi.org/10.61942/oikonomia.v2i1.317>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (eighth)*. Cengage Learning.
- Hakim, A., & Solekah, N. (2024). Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menjadi Nasabah pada Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan dengan Syariah Financial Literacy Dan Financial Behavior Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia KCP Tapin). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1939. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1627>
- Haya, N., Pratiwi, I., & Sultan. (2025). The Influence of Emotional and Rational Factors on Customer Decisions in Choosing Islamic Banking Services. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 1998-2012.
- Hidayati, D., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Pengaruh Pemasaran Syariah Terhadap Kepercayaan Konsumen Di Bank Syariah. *JCIN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 7545-7558. <https://jicnusantara.com/index.php/jicin>
- Ibrahim. (2024). Pengaruh Faktor Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Padang Tiji).
- Insiyah, C. ', Barokah, L., Masharif Al-Syariah, J., Ekonomi, J., & Syariah, P. (2025). Pengaruh Strategi Komunikasi Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Sumenep. *Jurnal Masharif Al-Syariah*:

- 231 *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah*
- Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 10(2), 1204-1211.
<https://doi.org/10.30651/jms.v10i2.26072>
- Iskamto, D., & Yapentra, A. (2018). Tingkat Religiusitas Dan Kepercayaan Kepada Perbaikan Syariah Di Kota Pekanbaru (Religiosity And Trust In Islamic Banking In Pekanbaru City Indonesia). 9(4), 336-342.
- Kartika, R., & Rakhman, F. (2025). Pengaruh Reputasi Bank dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Menabung Nasabah Giro IB Hijrah di Bank Muamalat. *Jurnal Dimamu*, 4(2), 317-322. <https://doi.org/10.32627>
- Lestari, D., Cahyaningtyas, S., & Isnaini, Z. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan, Religiusitas, dan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram).
- Maimun, M., & Tzahira, D. (2022). Prinsip Dasar Perbankan Syariah. *Al-Hiwalah : Journal Syariah Economic Law*, 1(2), 125-142. <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v1i2.878>
- Mastura, Z., & Ibrahim, A. (2020). The Effect of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction: Insights from Bank Aceh Syariah in Banda Aceh.
- Ma'zumi, Najmudin, & Taswiyah, M. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional (Studi Empiris Pada Masyarakat Pasar Tradisional di Kota Serang Provinsi Banten).
- Mubarak, R., Faruq, U., Fatoni, I., & Rohmatin, A. (2025). Emotional and Rational in the Decision to Use Payment Services of Islamic Financial Institutions for DIKTIS Students in Pamekasan Regency: The Mediating Effect of Regulation. *Journal of Sharia Management and Business*, 05(02), 84-97. <https://doi.org/10.19105/mabn>
- Muhdar, Darmono, Mardiana, A., Muin, R., & Darwis, R. (2023). From conventional to Islamic banks: Factors affecting customer interests and decision making in selecting banks. *Banks and Bank Systems*, 18(3), 61-73. [https://doi.org/10.21511/bbs.18\(3\).2023.06](https://doi.org/10.21511/bbs.18(3).2023.06)
- Mukti, T. L., Sudarmiatin, S., & Dhewi, T. S. (2025). The Role of Gender in Digital Content Influences on Impulse Buying. *International Journal of Management, Entrepreneurship, Social Science and Humanities*, 9(2), 126-146. <https://doi.org/10.31098/ijmesh.v9i2.4002>
- Najah, T., Ilmi, S., Aly, D., & Muhadi, M. (2024). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. 5, 3536.
- Nitanto, F., Nabila, L., Hidayat, R., & Kusumasari, I. (2024). Teori Pengambilan Keputusan: Mengupas Definisi, Proses, dan Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan dalam Konteks Organisasi. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5.
- Nur, Z., & Alamsyah, G. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada KCU PT. Bank Mandiri TBK Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9, 102-114.
- Nuraini, P., Alfani, M., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 291-304.
- OJK. (2024). Edukasi Keuangan. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2026, April 2). Penutupan Gebyar Ramadan Keuangan (GERAK) Syariah 2026. YouTube. <https://www.youtube.com/live/ecUxRqmFoxy?si=C5DU8j-9K9nMI-81>

- Pangestuti, S., & Ardelia, A. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura). 2, 2024.
- Pratama, A., & Utami, S. (2024). Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4, 471.
- Rachmawati, A. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Relegiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1-20.
- Rahman, A. R. (2023). Pengaruh Kepatuhan Syariah dan Transportasi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah. *Walisongo Repository*.
- Rahmawati, Rabbani, A., & Latifa, U. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, Layanan Digital M-Banking. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(2), 158-170. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i2.5074>
- Rahmawati, S., & Mochlasin. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Customer Value Terhadap Minat Menggunakan Pembiayaan Murabahah Dengan Sharia Compliance Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Alumni Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Salatiga). In *JIEM: Journal of Islamic Entrepreneurship and Management* (Vol. 3, Number 1).
- Rehman, & Shabbir, M. (2010). The relationship between religiosity and new product adoption. *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), 63-69. <https://doi.org/10.1108/17590831011026231>
- Reza, S., Hasda, M., Rizki, S., & Ramadan, A. (2025). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk Dan Jasa Perbankan Syariah. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4501-4508. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.1705>
- Romdhoni, A. H. (2025). Peran Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Salsabila. (2025). Indeks Literasi Keuangan Syariah Berperan dalam Inklusi Perbankan Syariah. 3, 27-50.
- Santi, Endaryono, B., Prasetyo, A., & Kurniawan, L. (2023). Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah (IAI Nasional Laa Roiba Bogor). *Jurnal GICI Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 15(2), 113-119. <https://doi.org/10.58890/jkb.v15i2.192>
- Setiawan, N., Asih, T. N., Asas, F., Safrudin, A., & Sulchan, M. (2026). Peran Literasi Keuangan Syariah Dalam Memperkuat Pengaruh Religiusitas Islam Terhadap Tingkat Adopsi Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 5, 87-103. www.ojk.go.id
- Setyoningsih, W. R., & Bahjahtulloh, Q. M. (2023). Peran Minat Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Internet Banking (Studi Nasabah Bank Jateng Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8, 933-944. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.21021>
- Sumidartiny, A. (2025). The Influence of Islamic Financial Literacy, Religiosity, and Mental Accounting on Sharia Financing Decisions: Evidence from Jakarta (Vol. 8, Number 2).
- Suryadi, Bambang., & Hayat, Bahrul. (2021). Religiusitas: konsep, pengukuran, dan implementasi di Indonesia. *Bibliosmia Karya Indonesia*.
- Virginia, C., Sumardi, B., & Yanthi, W. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bekas Impor (thrift) Pada Generasi Muda Di L21 Shop. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, (7). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>

- Wijaya, R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (Financial Knowledge, Financial Attitude dan Financial Behavior) terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Syariah. *JMPIS*, 5(4). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i4>
- Yudi, Nurnasrina, & Salman, N. (2024). Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2, 81–84.
- Yulianti, I. (2022). Analisis Pengaruh Memutuskan Menjadi Nasabah Bank Syariah Sragen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 75–84. <https://doi.org/10.35905/banco.v3i2.2036>
- Yusuf, H., & Muchlis, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Cicilan Kendaraan Islami. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(5), 95–108. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i5.905>
- Zahara, A., Sumantri, R., & Riski, O. (2024). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan tentang Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Masyarakat Kota Palembang Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(3), 112–120. <https://doi.org/10.59059/jupiekes.v2i3.1590>
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi, dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 2, 114–246.