



PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, GAYA HIDUP HALAL, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA

**(Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah
Indonesia di Kabupaten Pemalang)**



NISA NURUL ILMA
NIM: 40222008

2026



PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, GAYA HIDUP HALAL, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA

**(Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah
Indonesia di Kabupaten Pemalang)**



NISA NURUL ILMA
NIM: 40222008

2026

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
GAYA HIDUP HALAL, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
BANK SYARIAH INDONESIA**

**(Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia
di Kabupaten Pematang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NISA NURUL ILMA

NIM: 40222008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2026

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
GAYA HIDUP HALAL, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
BANK SYARIAH INDONESIA**

**(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia
Di Kabupaten Pematang Jaya)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NISA NURUL ILMA
NIM. 40222008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisa Nurul Ilma
Nim : 40222008
Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Halal, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pemalang)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini sebenar-benarnya hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang penulis sebutkan sumbernya, demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 04 April 2026

Yang menyatakan,



Nisa Nurul Ilma
NIM. 40222008

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nisa Nurul Ilma.

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah saudara:

Nama : Nisa Nurul Ilma

NIM : 40222008

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Halal, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pemalang)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 13 April 2026
Pembimbing


Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M.
NIP. 197910302006041018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H.
Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudari:

Nama : **Nisa Nurul Ilma**
NIM : **40222008**
Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Halal, dan
Brand Image Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank
Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah
Indonesia di Kabupaten Pemalang)**

Dosen Pembimbing : **Dr. H. Tamamudin, M.M.**

Telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 05 Juni 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Dr. H. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.

NIP. 197806162003121003


Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I.

NIP. 198402222019031003

Pekalongan, 12 Juni 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.

NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Memulai dengan penuh keyakinan
Menjalankan dengan penuh keikhlasan,
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan.”

"Tak perlu khawatir akan bagaimana alur cerita pada jalan ini, perankan
saja, Tuhan ialah sebaik-baiknya sutradara."

*"Tidak ada sesuatu yang mustahil untuk dicapai. Tidak ada sesuatu yang
mustahil untuk diselesaikan. Karena, 'Sesungguhnya Allah bebas
melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu
menurut takarannya'."*

(QS. At Thalaq: 3)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah ‘ala kulli hal, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, serta ucapan terimakasih dan tanda cinta dari penulis, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Fatoni dan Ibu Waitun, terima kasih atas doa yang tidak pernah terputus dalam setiap langkah penulis, atas kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang tidak akan pernah mampu penulis balas sepenuhnya. Kalian adalah sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis, yang selalu memberikan dukungan tanpa syarat. Segala pencapaian yang penulis raih hari ini tidak lepas dari peran dan ridho Bapak dan Ibu. Semoga skripsi ini dapat menjadi bentuk kecil dari bakti, rasa terima kasih, dan kebanggaan untuk kalian.
2. Seluruh keluarga penulis yang telah mendukung dari awal sampai akhir, terima kasih atas semua doa dan dukungan yang tidak pernah terputus.
3. Almamater tercinta, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, terima kasih telah menjadi tempat penulis menimba ilmu, belajar memahami banyak hal, serta membentuk cara berpikir dan sikap penulis dalam menghadapi kehidupan. Segala pengalaman yang penulis dapatkan di sini menjadi bekal berharga untuk melangkah ke tahap selanjutnya.
4. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas kesabaran, ketulusan, dan dedikasi dalam membimbing. Setiap arahan, kritik, dan saran yang diberikan menjadi pelajaran berharga dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan Bapak mendapatkan balasan yang berlipat ganda.

5. Bapak Prof. Dr. H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag., selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih atas bimbingan, nasihat, serta motivasi yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Kehadiran Bapak menjadi salah satu penopang dalam perjalanan akademik penulis.
6. Kekasih tercinta, Mustakim Nur Prasetyo, terima kasih telah kebersamai perjalanan penulis, hadir dalam setiap proses, baik saat mudah maupun sulit, dan selalu menjadi tempat pulang di tengah lelahnya proses. Terima kasih atas doa, dukungan, dan perhatian yang selalu diberikan tanpa lelah. Semoga setiap langkah yang kita jalani ke depan selalu dipenuhi kebaikan dan kebahagiaan.
7. Six Queens, persahabatan yang berisi 6 orang, terima kasih atas kebersamaan dari awal perkuliahan hingga sekarang, dan segala dukungan, serta semangat yang selalu diberikan dalam setiap keadaan. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan berarti.
8. Teman-teman seperjuangan, terima kasih telah berjalan bersama dalam proses ini, saling membantu dan menguatkan hingga kita semua sampai pada tahap akhir perjuangan ini.
9. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan.
10. Terakhir, skripsi ini dipersembahkan untuk diri sendiri, Nisa Nurul Ilma, terima kasih telah bertahan sejauh ini, melewati setiap proses dengan segala rasa lelah, ragu, dan tekanan yang datang silih berganti. Terima kasih karena tidak memilih menyerah, meskipun keadaan tidak selalu mudah. Perjalanan ini bukan hal yang singkat, namun setiap langkah yang telah dilalui menjadi bukti bahwa penulis mampu. Semoga ke depan tetap kuat, terus belajar, dan tidak berhenti berusaha menjadi pribadi yang lebih baik.

ABSTRAK

NISA NURUL ILMA, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Halal, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pemalang).

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama setelah hadirnya Bank Syariah Indonesia sebagai hasil penggabungan beberapa bank syariah. Namun fenomena yang terjadi di Kabupaten Pemalang menunjukkan bahwa potensi perkembangan perbankan syariah masih belum sepenuhnya dimaksimalkan. Meskipun Kabupaten Pemalang merupakan wilayah dengan mayoritas penduduk beragama Islam, namun kurangnya jumlah kantor cabang BSI di Kabupaten Pemalang menunjukkan bahwa perbankan syariah masih tergolong kurang digunakan dibandingkan dengan perbankan konvensional. Masyarakat Muslim di Kabupaten Pemalang merupakan mayoritas mutlak, yakni mencakup sekitar 99,56% dari total populasi. Apabila dibandingkan dengan wilayah Tegal dan Pekalongan yang memiliki sekitar 4 kantor layanan BSI, jumlah kantor layanan BSI di Kabupaten Pemalang masih relatif lebih sedikit. Dengan jumlah penduduk Kabupaten Pemalang yang mencapai lebih dari 1,3 juta jiwa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup halal, dan *brand image* terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pemalang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang ditentukan berdasarkan rumus *Lemeshow*. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics 25.0*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Gaya hidup halal juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Selain itu, *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi

nasabah Bank Syariah Indonesia. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Kata kunci: Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Halal, *Brand Image*, Keputusan Menjadi Nasabah.



ABSTRACT

NISA NURUL ILMA, The Influence of Islamic Financial Literacy, Halal Lifestyle, and Brand Image on the Decision to Become a Bank Syariah Indonesia Customer (A Case Study of Bank Syariah Indonesia Customers in Pemalang Regency).

The development of the Islamic banking industry in Indonesia has shown significant growth, especially following the establishment of Bank Syariah Indonesia, a merger of several Islamic banks. However, the phenomenon in Pemalang Regency shows that the potential for Islamic banking development has not yet been fully maximized. Although Pemalang Regency is a predominantly Muslim region, the lack of BSI branches in Pemalang Regency indicates that Islamic banking is still relatively underutilized compared to conventional banking. The Muslim community in Pemalang Regency constitutes the absolute majority, accounting for approximately 99,56% of the total population. Compared to Tegal and Pekalongan, which have approximately four BSI service offices, the number of BSI service offices in Pemalang Regency is still relatively small. With a population of more than 1.3 million people in Pemalang Regency, this study aims to analyze the influence of Islamic financial literacy, a halal lifestyle, and brand image on the decision to become a customer of Bank Syariah Indonesia.

This study used a quantitative approach, with data collection techniques through questionnaires distributed to respondents. The population in this study were Bank Syariah Indonesia customers in Pemalang Regency, with a purposive sampling method. The sample size for this study was 100 respondents, determined using the Lemeshow formula. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis using IBM SPSS Statistics 25.0 software.

The results showed that Islamic financial literacy had a positive and significant effect on the decision to become a customer of Bank Syariah Indonesia. A halal lifestyle also had a positive and significant effect on the decision to become a customer. Furthermore, brand image had a positive and significant effect on the decision to become a customer of Bank Syariah Indonesia. Simultaneously, these three variables significantly influenced the decision to become a customer.

Keywords: *Islamic Financial Literacy, Halal Lifestyle, Brand Image, Decision to Become a Customer.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Halal, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pematang Siantar)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pematang Siantar. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pematang Siantar.
2. Dr. H. A.M. Muh. Khafidz Ma'sum, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pematang Siantar.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pematang Siantar.
4. Drajat Stiawan, M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pematang Siantar.
5. Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Prof. Dr. H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan nasihat dan bimbingan selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Fatoni dan Ibu Waitun, serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti.

8. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat, dukungan, serta kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata, penulis berharap semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan oleh berbagai pihak mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Pekalongan, 04 April 2026



Nisa Nurul Ilma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xvi
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Pembatasan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian.....	13
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Landasan Teori	16
1. <i>Theory of planned behavior</i> (TPB).....	16
2. Literasi Keuangan Syariah	17
3. Gaya Hidup Halal	20

4.	Brand Image	23
5.	Keputusan Nasabah	25
B.	Telaah Pustaka	27
C.	Kerangka Berfikir	35
D.	Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
A.	Jenis Penelitian	40
B.	Pendekatan Penelitian.....	40
C.	Setting Penelitian.....	40
D.	Populasi dan Sampel.....	41
E.	Variabel Penelitian	43
F.	Uji Coba Instrumen Penelitian	47
G.	Sumber Data	50
H.	Teknik Pengumpulan Data	50
I.	Metode Analisis Data	51
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		57
A.	Analisis Data	57
1.	Analisis Data Responden.....	57
2.	Hasil Uji Instrumen	60
3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	69
5.	Hasil Uji Hipotesis	71
B.	Pembahasan	76
BAB V PENUTUP		84
A.	Kesimpulan.....	84
B.	Keterbatasan	85
C.	Implikasi Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA		88

LAMPIRAN	I
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	XXXIV



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf- huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel Transliterasi konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin		Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan		Tidak dilambangkan
ب	Ba	B		Be
ت	Ta	T		Te
ث	Ša	š		es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J		Je
ح	Ha	ḥ		ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh		Ka dan ha
د	Dal	D		De
ذ	Žal	ž		Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R		Er
ز	Zai	Z		Zet
س	Sin	S		Es
ش	Syin	Sy		es dan ye
ص	Šad	š		es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ		de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ		te (dengan titik

				di bawah
ظ	Za	z		zet (dengan titik di bawah
ع	'ain	'		Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G		Ge
ف	Fa	F		Ef
ق	Qaf	Q		Ki
ك	Kaf	K		Ka
ل	Lam	L		El
م	Mim	M		Em
ن	Nun	N		En
و	Wau	W	We	
هـ	Ha	H	Ha	
ء	Hamzah	'	Apostrof	
ي	Ya	Y	Ye	

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau *monofiong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tabel transliterasi Vokal Rangkap

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
اَیْ	fathah dan ya	ai	a dan i
اَوْ	fathah dan waw	au	a dan u

Contoh:

- کَتَبَ : kataba
- فَعَلَ : fa'ala
- زَكِرَ : zükira
- يَذْهَبُ : yažhabu
- سَعَلَ : Su'ila
- كَيْفَ :Kaifa
- هَوَّلَ : Haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إِ	kasrah dan ya	ĩ	i dan garis diatas
ؤْ	dhammah dan wau	ũ	u dan garis diatas

Contoh:

- قال : qāla
- رما : ramā
- قيل : qīla
- يقول : Yaqūlu

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

3. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah "t".

4. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

5. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| - روضة الأطل | raudah al-atfāl |
| - المدينة المنورة | al-Madīnah al-munawwarah |
| - طلحه | Ṭalḥah |

E. Syaddah

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- رَبَّنَا : rabbanâ
- نَزَّلَ : nazzala
- الْبِرَّ : al-birr
- الْحَجَّ : al-ḥajj

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

6. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterate-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

7. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterate-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

8. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ : ar-rajulu
- السَّيِّدَةُ : as-sayyidu
- الشَّمْسُ : as-syamsu
- الْقَلَمُ : al-qalamu
- الْبَيْعُ : al-badī'u
- الْجَلالُ : al-jalālu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak

di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَاْخُذُ : ta'khuẓu
- سَيَاْءُ : syai'un
- اَنْوَاءُ : an-nau'u
- اِنَّ : inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ اِنَّ اللّٰهَ فَ هُوَ خَيْرٌ مِّنْ رَّاٰزِقِيْنَ : Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللّٰهِ مَجْرَاهَا وَ مَرْسَاهَا : Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ : Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ : Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ : Allaāhu gafūrun rahīm

J. Tajwid

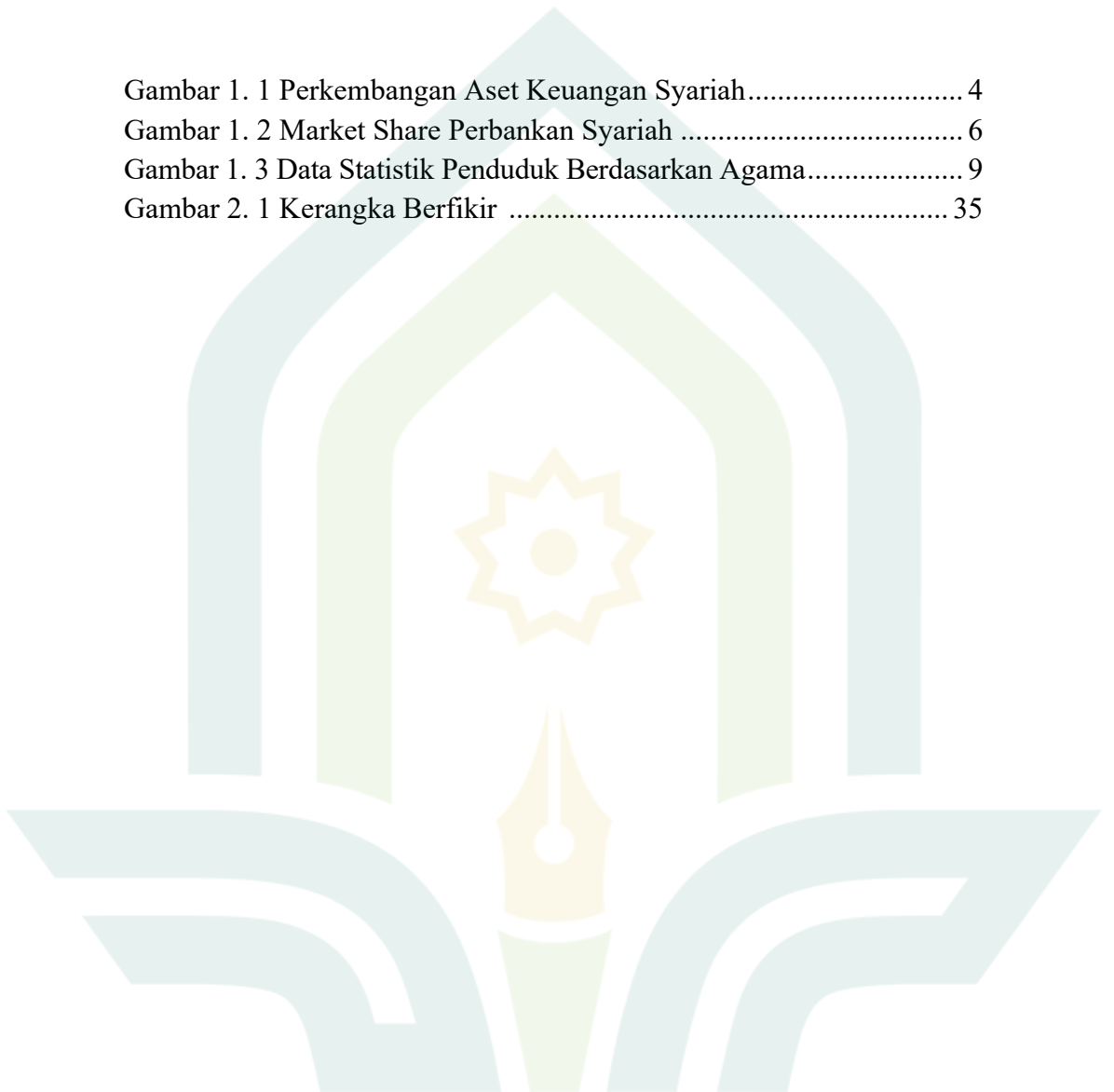
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka.....	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	48
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	49
Tabel 3. 4 Skala Likert	50
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Responden	57
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	58
Tabel 4. 4 Status Responden	59
Tabel 4. 5 Lama Menjadi Nasabah.....	60
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas	66
Tabel 4. 11 Uji Linearitas Variabel X1 terhadap Y.....	68
Tabel 4. 12 Uji Linearitas Variabel X2 terhadap Y.....	68
Tabel 4. 13 Uji Linearitas Variabel X3 terhadap Y.....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	72
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	74
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R Square)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Aset Keuangan Syariah.....	4
Gambar 1. 2 Market Share Perbankan Syariah	6
Gambar 1. 3 Data Statistik Penduduk Berdasarkan Agama.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Data Mentah Penelitian	VI
Lampiran 3 Hasil Output Analisis Statistik Deskriptif.....	XI
Lampiran 4 Hasil Output Uji Instrumen	XIII
Lampiran 5 Hasil Output Uji Asumsi Klasik	XIX
Lampiran 6 Hasil Output Uji Regresi Linear Berganda	XXIII
Lampiran 7 Hasil Output Uji Hipotesis.....	XXIV
Lampiran 8 R Tabel.....	XXVI
Lampiran 9 t Tabel	XXVIII
Lampiran 10 F Tabel	XXX
Lampiran 11 Surat Pengantar Penelitian	XXXII
Lampiran 12 Surat Keterangan Selesai Penelitian	XXXIII
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup	XXXIV
Lampiran 14 Bukti Link Kuesioner.....	XXXV
Lampiran 15 Dokumentasi Penyebaran Link Kuesioner di Kantor BSI	XXXVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank berperan krusial di bidang ekonomi sebuah negara. Di Indonesia, masyarakat telah menggunakan bank sebagai sarana penyimpanan uang. Peran bank sangat besar dalam mendukung kemajuan suatu negara, karena selain berfungsi sebagai tempat penyimpanan uang, bank juga memberikan dana kepada orang yang membutuhkannya dalam bentuk pinjaman atau kredit. Dengan manfaat tersebut, bank berperan sebagai perantara keuangan yang membantu menggerakkan perekonomian.

Keberadaan lembaga perbankan memudahkan masyarakat dalam menyimpan tabungan untuk memenuhi keperluan di masa mendatang. Setiap orang cenderung mempunyai motif yang beragam saat memutuskan untuk memanfaatkan layanan bank tertentu. Motif tersebut biasanya dipengaruhi oleh rasa puas atau ketertarikan yang timbul dari pengalaman berinteraksi dengan bank tersebut (Saleh & Wahab, 2004).

Ada dua model perbankan utama di Indonesia, yaitu sistem konvensional dan syariah. Di samping itu, bank-bank di negara ini diklasifikasikan menjadi tiga kategori: bank pusat (yang dikenal juga sebagai Bank Indonesia), bank umum, serta bank pembiayaan rakyat (BPR). Berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, setiap kategori tersebut mempunyai fungsi dan jenis layanan yang spesifik (Anshori, 2008).

PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) termasuk dalam jajaran bank syariah yang beroperasi di Indonesia, didirikan secara sah tanggal 1 November 1991. Ini adalah titik awal perkembangan bank Islam di Indonesia (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Dalam upayanya untuk mendorong industri perbankan syariah di negara ini, pemerintah mengesahkan Undang-Undang

Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah. Dengan keluarnya kebijakan ini, dasar hukum perbankan syariah semakin jelas. Hal ini juga membantu memberikan arah dan tujuan yang lebih terarah melalui regulasi yang mengatur lembaga perbankan syariah.

Sejak periode tersebut, perkembangan sektor perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat secara berkelanjutan seiring berjalannya masa, yang tercermin sejak pendirian beberapa lembaga perbankan syariah yang baru, di antaranya; Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI Syariah, dan BCA Syariah, serta berbagai lembaga serupa lainnya. Perkembangan yang pesat ini menunjukkan bahwa respons masyarakat terhadap perbankan Islam bersifat positif. Sektor perbankan syariah memiliki peluang besar untuk berkembang mengingat Indonesia dikenal sebagai negara dengan dominasi penduduk beragama Islam (Muchamad Bagus Satrio Wibowo & Muhammad Iqbal, 2022).

Prinsip serta nilai-nilai Islam membentuk struktur ekonomi yang disebut ekonomi Islam. Salah satu fokus utamanya ialah pemanfaatan produk keuangan yang berlandaskan prinsip syariah, yang diwujudkan melalui layanan perbankan syariah. Pada konteks ekonomi nasional, perbankan memegang peranan penting dalam mengatur lalu lintas pembayaran dan sirkulasi uang, serta mendukung pertumbuhan ekonomi, pembangunan, dan kesejahteraan masyarakat. Bank syariah memiliki sistem yang menunjukkan perbedaan dengan bank konvensional, yang memberlakukan sistem berbasis bunga, sementara itu, bank syariah berlandaskan pada prinsip bagi hasil (Muchamad Bagus Satrio Wibowo & Muhammad Iqbal, 2022).

Semua kegiatan ekonomi dalam bisnis keuangan syariah sangat bergantung pada prinsip-prinsip yang menjadi dasar operasionalnya. Merujuk pada Al-Qur'an, Hadis, dan Fatwa MUI, bank syariah wajib beroperasi dengan berpegang pada prinsip kemaslahatan (kebaikan bersama), keadilan, dan keseimbangan yang universal. Mereka juga harus menghindari

gharar (ketidakjelasan), maysir (perjudian), riba (bunga), atau perbuatan zalim (aniaya) (Setyowati, 2023).

Salah satu alasan Islam melarang sistem ekonomi yang mengandung riba adalah karena riba dapat menghambat pertumbuhan ekonomi dan mempengaruhi investasi dan meningkatkan tingkat bunga (Ghofur, 2016). Ketika riba menyebar dalam kelompok sosial tertentu, hal ini bisa membuat masyarakat menjadi malas, tidak produktif, dan mengurangi peran aktif mereka dalam kehidupan sosial. Jika pola pikir masyarakat sudah seperti itu, maka semua lembaga keuangan harus menghindari riba, menjalankan kegiatan usaha secara sehat serta sesuai dengan ketentuan syariah (Wasyith, 2017).

Oleh sebab itu, perbankan syariah muncul sebagai pilihan dari perspektif agama maupun ekonomi dengan menekankan transparansi dalam transaksi dan investasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, juga mengatur aktivitas keuangan tertentu (Al Arif, 2012). Meskipun didasari oleh keyakinan agama, sistem perbankan syariah juga memiliki nilai etika yang tinggi, seperti prinsip pembagian risiko dan keuntungan yang bersifat universal. Nilai-nilai ini diharapkan bisa menarik minat investor dari berbagai latar belakang (Fakhrullah & Waharudin, 2019).

Berdasarkan pendapat Ajzen (1991), Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) yakni sikap seseorang, pengaruh dari lingkungan sosialnya (seperti norma subjektif), serta persepsi terhadap kemampuan mengendalikan perilaku dapat menggambarkan tingkat ketertarikan atau niat seseorang dalam melaksanakan suatu aktivitas. Teori ini sangat penting untuk penelitian tentang niat atau minat konsumen terhadap produk halal. Maka dari itu, singkatnya, menjadi nasabah bank syariah memerlukan minat dan rencana terlebih dahulu.

Di Indonesia, perbankan syariah adalah satu dari tiga bagian dari pasar keuangan syariah: sektor non-bank syariah (seperti pembiayaan dan asuransi) serta pasar modal berbasis syariah, seperti instrumen sukuk pemerintah, sukuk korporasi, serta reksa dana syariah. Bank syariah semakin mampu

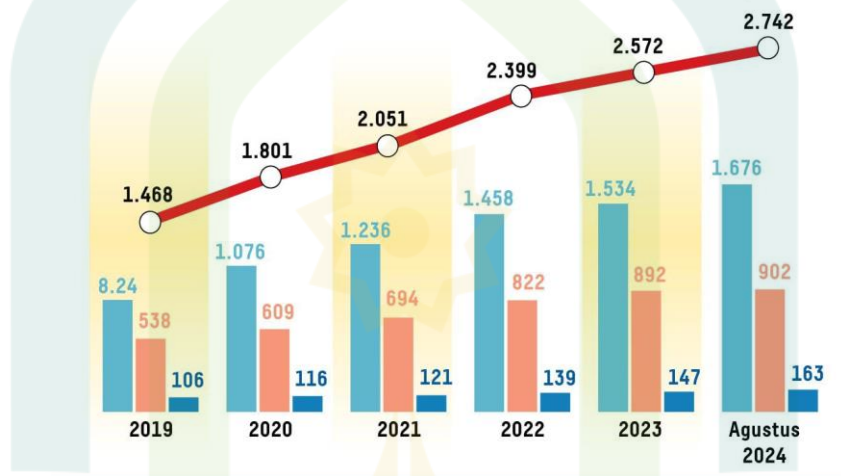
memenuhi kebutuhan masyarakat dengan lebih banyak aset yang dimiliki. Ini dapat menarik lebih banyak investor dan nasabah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Bank syariah terus membangun reputasi melalui layanan yang konsisten dan berkualitas, yang mendukung perkembangan ini, dan tetap mematuhi ketentuan dan prinsip syariah dalam setiap transaksi yang dilakukan (Maimun & Tzahira, 2022).

Gambar 1. 1 Perkembangan Aset Keuangan Syariah

Perkembangan Aset Keuangan Syariah 2019-2024

[Rp triliun]

■ Pasar modal Syariah ■ Perbankan Syariah ■ IKNB Syariah ● Total aset keuangan Syariah



Sumber: OJK (2024), DJPPR (2024), ISEO (2024)

Berdasarkan data grafik perkembangan aset keuangan syariah Indonesia tahun 2019 hingga Agustus 2024, terlihat adanya tren pertumbuhan yang konsisten setiap tahunnya. Jumlah aset keuangan syariah di seluruh negeri, yang mencakup sektor keuangan syariah antara lain pasar modal syariah, perbankan syariah, serta sektor keuangan non-bank syariah (IKNB), telah meningkat pesat. Dari Rp1.468 triliun pada tahun 2019 hingga Agustus 2024, jumlah aset tersebut mencapai 2.742 triliun.

Pertumbuhan terbesar berasal dari sektor pasar modal syariah yang terus mendominasi total aset, menyumbang lebih dari 60% dari keseluruhan aset pada tahun 2024. Hal ini menandakan bahwa instrumen investasi syariah seperti saham syariah serta sukuk semakin diminati oleh masyarakat. Sementara itu, aset perbankan syariah juga meningkat dengan cepat, dari Rp538 triliun pada tahun 2019 mengalami peningkatan hingga mencapai Rp902 triliun pada tahun 2024, mencerminkan kemajuan penggunaan layanan perbankan berbasis syariah seperti tabungan, pembiayaan, dan deposito.

Selain itu, sektor IKNB syariah juga turut mengalami pertumbuhan dari Rp106 triliun menjadi Rp163 triliun dalam periode yang sama, meskipun kontribusinya masih relatif kecil. Secara keseluruhan, data tersebut mencerminkan adanya peningkatan minat serta kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan syariah, yang menjadi kesempatan yang menjanjikan bagi lembaga keuangan syariah sebagai upaya memperluas pangsa pasar.

Perbankan syariah tidak secara otomatis menjadi lebih kuat atau memiliki dominasi pangsa pasar (*market share*) dalam industri. Ini juga dihitung dari total aset bank berdasarkan kegiatan usahanya (Hidayat & Trisanty, 2020). Ini menunjukkan bahwa, dalam hal aset, bank syariah masih belum dapat menyamai bank konvensional meskipun mereka memiliki potensi yang sangat besar.

Berdasarkan *Islamic Finance Development Report Tahun 2022*, jumlah aset sektor keuangan syariah di Indonesia tercatat menyentuh 119 juta dolar Amerika Serikat. Jumlah ini masih berada di bawah Malaysia, yang total aset keuangan syariahnya telah mencapai 620 juta dolar AS, meskipun Malaysia bukan negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak (IFDI, 2022).

Gambar 1. 2 Market Share Perbankan Syariah



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2024)

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Mei 2024 yang ditampilkan dalam infografis oleh *Indonesian Islamic Youth Economic Forum* (ISYEF), dibandingkan dengan perbankan nasional secara keseluruhan, pasar perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. Sementara perbankan nasional menguasai 92,71% dari pasar, perbankan syariah hanya menguasai 7,29%. Bank Umum Syariah memiliki market share terbesar sebesar 67,61%. Unit Usaha Syariah memiliki porsi sebesar 29,79% dan BPR Syariah memiliki porsi sebesar 2,60%.

Meskipun kontribusinya masih kecil, *market share* perbankan syariah mengalami peningkatan tipis sebesar 0,02% secara bulanan (month-to-month). Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun eksistensi perbankan syariah terus tumbuh, sektor ini masih menghadapi hambatan signifikan dalam memperkuat kompetitivitas serta tingkat penerimaan masyarakat terhadap produk serta layanan keuangan yang didasarkan pada

syariah di tengah dominasi perbankan konvensional. Hal ini menjadi latar belakang yang penting untuk penelitian tentang komponen yang memengaruhi keinginan masyarakat sebagai nasabah bank syariah.

Kondisi ini menegaskan pentingnya upaya strategis untuk mendorong pertumbuhan perbankan syariah, tidak hanya dari sisi kebijakan serta produk, namun juga dari sisi peningkatan literasi masyarakat terhadap sistem keuangan syariah. Rendahnya *market share* perbankan syariah dapat mencerminkan masih minimnya pemahaman publik tentang konsep dan keuntungan dari layanan keuangan berbasis syariah, termasuk perbedaannya dengan sistem keuangan konvensional. Maka dari itu, pengetahuan atau literasi keuangan syariah termasuk salah satu variabel kunci yang perlu diteliti lebih lanjut.

Memahami literasi keuangan syariah berarti individu dapat mengerti konsep-konsep pokok keuangan Islam, seperti pembatasan riba, gharar, serta maysir, di samping pengetahuan mengenai beragam produk finansial yang selaras dengan prinsip syariah, misalnya tabungan mudharabah, pembiayaan murabahah, dan akad ijarah. Melalui pemahaman yang memadai, diharapkan masyarakat mampu menentukan keputusan keuangan yang sesuai dengan ajaran syariah serta membangun kepercayaan terhadap mekanisme perbankan Islam. Tingkat literasi ini juga memengaruhi sejauh mana seseorang menyadari keberadaan dan manfaat perbankan syariah, yang pada akhirnya akan berdampak pada keputusan untuk menjadi nasabah.

Tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2022 adalah 18,96%, jauh di bawah tingkat literasi keuangan umum di Jawa Tengah, yaitu 51,69% (Tya, 2023). Dengan banyaknya produk dan sistem keuangan baru, masyarakat harus memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam mengenai keuangan, khususnya dalam hal keuangan syariah. Sebab, mengelola keuangan seseorang sangat berkaitan dengan pengetahuan keuangan mereka (Aisha, 2018).

Penelitian dari Candra, Afrilliana, & Ahdan (2020) menyebutkan bahwa pemahaman masyarakat mengenai literasi keuangan syariah menunjukkan pengaruh positif pada keinginan guna melakukan investasi di bank syariah di Kota Palembang. Di sisi lain, Puji & Hakim (2021) mengatakan tidak menunjukkan pengaruh yang bermakna secara statistik mengenai pemahaman literasi keuangan syariah pada ketertarikan menabung mahasiswa di bank syariah. Menurut Ahmad Buchori, Kepala Departemen Perbankan Syariah OJK, jumlah nasabah bank syariah yang rendah dipengaruhi pada pandangan publik yang menilai bahwa lembaga tersebut masih kurang dari segi pengetahuan, keterampilan, dan kapabilitas dalam menghadirkan produk serta layanan (Damayanti, 2022). Hal ini menyebabkan sebagian masyarakat kesulitan membandingkan perbankan syariah dengan perbankan konvensional.

Lantaran prinsip-prinsip bank syariah beroperasi berdasarkan dengan Islam yang sejalan dengan agama mayoritas penduduk Indonesia, peningkatan literasi perbankan syariah akan mendorong masyarakat untuk menjadi nasabah (Romdhan & Toha, 2021). Walaupun Pulau Jawa hanya menempati wilayah 6,72% dari seluruh Indonesia, potensi untuk bergabung menjadi nasabah di lembaga perbankan syariah akan meningkat karena sebagian besar penduduk usia produktif Indonesia, 151,59 juta orang pada tahun 2020 terletak di Jawa Tengah, mencakup 56,10% dari total penduduk usia produktif di Indonesia (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2021).

Fenomena yang terjadi di Kabupaten Pemalang menunjukkan bahwa potensi perkembangan perbankan syariah masih belum sepenuhnya dimaksimalkan. Meskipun Kabupaten Pemalang merupakan wilayah dengan mayoritas penduduk beragama Islam, namun kurangnya jumlah kantor cabang BSI di Kabupaten Pemalang menunjukkan bahwa penggunaan perbankan syariah masih termasuk rendah dibandingkan perbankan konvensional. Masyarakat Muslim di Kabupaten Pemalang merupakan mayoritas mutlak, yakni mencakup sekitar

99,56% dari total populasi. Apabila dibandingkan dengan wilayah Tegal dan Pekalongan yang memiliki sekitar 4 kantor layanan BSI, jumlah kantor layanan BSI di Kabupaten Pemalang masih relatif lebih sedikit.

Gambar 1.3 Data Statistik Penduduk Berdasarkan Agama



Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Pemalang Semester II Tahun 2024

Berdasarkan data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Pemalang Semester II Tahun 2024, jumlah penduduk Kabupaten Pemalang tercatat sebanyak 1.601.007 jiwa. Mayoritas penduduk beragama Islam, yaitu sebanyak 1.594.005 jiwa atau sekitar 99,56% dari total penduduk. Kondisi ini menunjukkan bahwa Kabupaten Pemalang merupakan daerah dengan mayoritas penduduk Muslim yang sangat dominan, sehingga memiliki potensi yang besar bagi perkembangan industri dan layanan keuangan syariah, termasuk perbankan syariah.

Seiring meningkatnya kesadaran mengenai urgensi penerapan ajaran syariah di kehidupan sehari-hari, gaya hidup halal kini berkembang menjadi tren di kalangan umat muslim.

Gaya hidup halal merujuk pada cara individu menjalani kehidupan, membelanjakan harta, serta menggunakan waktu dengan tetap berlandaskan pada aturan syariah Islam.

Gaya hidup halal di Indonesia berpotensi memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan sektor perbankan syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengharapkan bahwa meningkatnya empati di kalangan masyarakat dapat mengembangkan pangsa pasar sektor perbankan syariah. Kesadaran tersebut mendorong mereka untuk beralih kepada pola hidup yang sejalan dengan prinsip halal (Lubis & Izzah, 2022).

Putri (2022) menyatakan bahwa gaya hidup halal terbukti memiliki pengaruh positif serta signifikan dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Temuan sejenis juga disampaikan oleh Wati & Sudiarti (2021) yang mengungkapkan bahwa generasi Z memilih perbankan syariah karena dua faktor: gaya hidup halal dan kemajuan teknologi. Bahkan, menurut Habibi dkk (2023), gaya hidup halal bisa mempengaruhi tingkat literasi keuangan individu pada kecenderungan menabung di bank syariah, membuktikan bahwa nilai-nilai halal tidak hanya menjadi pertimbangan gaya hidup, tetapi juga sebagai landasan dalam pengambilan keputusan keuangan. Namun demikian, temuan yang tidak selaras terlihat pada penelitian Safirah (2024), yang mengungkapkan bahwa tidak ditemukan adanya pengaruh gaya hidup pada kebiasaan menabung di Kota Mataram.

Brand image yang dikenal sebagai citra merek dimaknai sebagai pandangan konsumen pada merek tertentu yang didasarkan pada pengalaman individu, informasi, dan keterkaitan mereka dengan merek tersebut. Kotler dan Keller (2016) mengatakan *brand image* ialah “*a set of beliefs, ideas, and impressions that a person holds regarding an object*”, yang berarti kumpulan pendapat, ide, dan pandangan individu terhadap suatu merek. Citra merek terbentuk dari kombinasi beragam elemen seperti nama, logo, mutu produk atau layanan, reputasi, serta bentuk komunikasi yang diterapkan oleh perusahaan

Brand image memegang peranan yang krusial dalam memengaruhi perilaku konsumen, karena pandangan positif pada sebuah merek mampu meningkatkan kepercayaan, komitmen terhadap merek, serta kecenderungan dalam memilih sekaligus merekomendasikan produk maupun layanan tersebut. Pada lingkup sektor perbankan, citra merek bank syariah sangat ditentukan oleh nilai-nilai syariah, kualitas layanan, serta konsistensi lembaga dalam mengimplementasikan nilai-nilai ajaran Islam. Persepsi dan preferensi masyarakat terhadap sektor perbankan syariah, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI), berkaitan erat dengan pengaruh *brand image*.

Penelitian di UIN Walisongo Semarang oleh Hamidah (2022) menyimpulkan bahwa *brand image* terbukti berpengaruh positif serta signifikan pada keinginan bergabung sebagai nasabah bank syariah, memiliki perbedaan dengan literasi keuangan dan pemasaran digital yang secara parsial tidak menunjukkan pengaruh positif. Hal ini didukung oleh Sari (2023), yang melalui riset terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2019–2022, mendapati bahwa citra merek menunjukkan pengaruh yang bersifat positif dan signifikan pada pilihan mahasiswa dalam memanfaatkan produk BSI. Namun bertentangan dengan penelitian dari Kabupaten Sukoharjo Hakim et al., (2025) menjelaskan dimana meskipun literasi keuangan dan pemasaran digital memiliki pengaruh positif pada keinginan menjadi nasabah BSI, citra merek tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hal ini dapat terjadi karena ketidakpercayaan dan keterbatasan infrastruktur layanan.

Sesuai dengan fakta konkret di atas, menandakan bahwa penelitian masih memperlihatkan kesimpulan yang beragam. Peneliti termotivasi untuk melaksanakan studi lanjutan guna menguji pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup halal, dan *brand Image* berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Secara khusus, riset ini bermaksud untuk mengungkap tingkat pengaruh ketiga variabel

tersebut pada tahapan pengambilan keputusan sebagai nasabah bank syariah tersebut. Oleh sebab itu, peneliti melakukan riset lebih lanjut yang berjudul “**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Halal, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pemalang)**”.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada pemaparan latar belakang tersebut, penelitian ini menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah gaya hidup halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah literasi keuangan syariah, gaya hidup halal, dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?

C. Pembatasan Masalah

1. Subjek penelitian terbatas pada nasabah BSI yang berdomisili di Kabupaten Pemalang,
2. Fokus penelitian ditujukan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai objek, tidak mencakup bank syariah lainnya seperti Bank Muamalat, BSI Unit Usaha Syariah, dan sebagainya.

D. Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui apakah terdapat pengaruh secara positif dan signifikan literasi keuangan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Guna mengetahui apakah terdapat pengaruh secara positif dan signifikan gaya hidup halal terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Guna mengetahui apakah terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *brand image* terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
4. Guna mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan literasi keuangan syariah, gaya hidup halal, dan *brand image* terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Riset ini diharapkan mampu menjadi sarana untuk memperdalam kajian terkait ekonomi Islam, terutama studi tentang pemasaran perbankan syariah. Riset ini dapat menambah studi sebelumnya tentang bagaimana nasabah memilih bank syariah, terutama bank syariah Indonesia, berdasarkan literasi keuangan syariah, gaya hidup halal, dan *brand image*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Bank Syariah Indonesia dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan layanan yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini dapat membantu BSI memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah, khususnya dari aspek literasi keuangan syariah, gaya hidup halal, dan *brand image*.

b. Bagi Masyarakat/Nasabah

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan mengenai pentingnya literasi keuangan syariah, penerapan gaya hidup halal, serta citra bank syariah dalam menentukan pilihan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dan kebutuhan keuangan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Riset ini diharapkan akan berfungsi sebagai acuan awal serta dasar perbandingan untuk riset lanjutan yang mempelajari perilaku masyarakat dalam ranah keuangan syariah. Di samping itu, juga dapat mendorong pengembangan variabel tambahan yang relevan.

F. Sistematika Pembahasan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan disajikan pada bagian awal penelitian dengan tujuan agar pembaca dapat memahami secara keseluruhan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan dalam riset kuantitatif ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori ditempatkan setelah bagian pendahuluan agar dapat dipahami teori-teori yang selanjutnya akan digunakan dan dianalisis dalam riset kuantitatif ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian disusun setelah bagian landasan teori untuk memberikan gambaran mengenai pendekatan serta teknik penelitian yang diterapkan dalam riset kuantitatif ini.

BAB IV : ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN

Bab analisis data dan pembahasan yang dipaparkan setelah metode penelitian bertujuan untuk

menggambarkan tahapan dari penelitian kuantitatif, dimulai dari proses analisis, desain, hasil, hingga implementasinya.

BAB V : PENUTUP

Penutup ditempatkan setelah analisis data dan pembahasan untuk menyimpulkan hasil penelitian ini dan memberi saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini ialah guna menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup halal, dan *brand image* terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Merujuk pada hasil analisis serta pembahasan yang sudah dijelaskan, dapat disusun beberapa kesimpulan berikut:

1. Literasi Keuangan Syariah (X1) secara parsial terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y). Ini mengindikasikan bahwa tingkat pengetahuan responden pada konsep dasar pada keuangan syariah yang mencakup larangan riba, gharar, dan maysir, serta pengetahuan mengenai produk dan akad dalam perbankan syariah, mampu mendorong keyakinan dan kemantapan dalam mengambil keputusan. Semakin meningkat pemahaman terhadap keuangan syariah, pengambilan keputusan pun menjadi semakin terarah untuk menetapkan bank syariah sebagai lembaga keuangan.
2. Gaya Hidup Halal (X2) secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. (Y). Ini mengindikasikan bahwa responden yang mengamalkan nilai-nilai kehalalan dalam keseharian, baik dalam konsumsi, aktivitas, ataupun pilihan produk dan jasa, memiliki kecenderungan dalam menentukan pilihan terhadap layanan keuangan berbasis syariah. Keputusan menjadi nasabah bukan hanya semata-mata berdasarkan pertimbangan ekonomi, melainkan pula pada kesesuaian dengan nilai dan keyakinan yang dianut.
3. *Brand Image* (X3) secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y). Temuan ini menandakan

bahwa citra merek yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia dapat memengaruhi keputusan responden dalam memilih menjadi nasabah. *Brand image* yang baik mencerminkan kepercayaan, reputasi, serta persepsi positif masyarakat terhadap kualitas layanan dan kredibilitas lembaga. Semakin positif citra merek yang tercipta dalam persepsi masyarakat, maka akan semakin meningkat kepercayaan serta keyakinan dalam memanfaatkan layanan perbankan syariah.

4. Secara simultan, variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup Halal (X2), dan *Brand Image* (X3) memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y). Temuan tersebut membuktikan bahwa ketiga variabel independen secara bersamaan memengaruhi keputusan nasabah. Artinya, perpaduan antara faktor pengetahuan, gaya hidup, dan persepsi merek secara kolektif mampu memengaruhi proses pengambilan keputusan responden.

B. Keterbatasan

- 1) Ruang lingkup riset ini hanya meliputi nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pematang, sehingga temuan penelitian tidak dapat dipastikan dapat diterapkan pada daerah lain yang mempunyai kondisi sosial, ekonomi, serta budaya yang memiliki perbedaan.
- 2) Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden, sehingga data yang dihasilkan sangat bergantung oleh persepsi serta tingkat kejujuran responden saat menjawab.
- 3) Penelitian ini tergolong penelitian *cross-sectional*, yakni proses pengumpulan data dilaksanakan pada satu kurun waktu, sehingga belum bisa menggambarkan perubahan perilaku atau keputusan nasabah dalam waktu panjang.

C. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Riset ini turut memperkaya kajian mengenai *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang diperkenalkan oleh Ajzen. Teori tersebut menegaskan bahwa perilaku atau keputusan individu tersusun atas tiga komponen utama, yakni sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Hasil studi mengungkapkan bahwa Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Halal, dan *Brand Image* menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Literasi keuangan syariah dapat dikaitkan dengan *perceived behavioral control*, sebab makin mendalam pemahaman individu terhadap sistem serta produk perbankan syariah, maka semakin besar keyakinan dan kemampuannya dalam mengambil keputusan. Selanjutnya, gaya hidup halal merepresentasikan *attitude* sekaligus *subjective norm*. Hal ini karena gaya hidup halal menggambarkan perilaku seseorang dalam menerapkan prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari, sekaligus dipengaruhi oleh nilai agama serta budaya yang berkembang di lingkungan sosial. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa gaya hidup halal menjadi variabel dengan pengaruh terbesar, sehingga memperkuat peran sikap serta norma sosial yang berperan dalam membentuk niat dan keputusan tingkah laku individu.

Sementara itu, *brand image* dapat dikaitkan dengan *attitude* terhadap objek (dalam hal ini lembaga perbankan syariah), karena mencerminkan persepsi, kepercayaan, dan penilaian individu terhadap reputasi, pengenalan, serta keterikatan emosional terhadap merek. Meskipun memiliki pengaruh paling kecil, *brand image* tetap berkontribusi dalam membentuk preferensi dan keputusan individu.

Dengan demikian, penelitian ini mengembangkan teori TPB dengan memasukkan konteks keuangan syariah, di mana faktor religiusitas dan gaya hidup halal menjadi

elemen penting dalam membentuk sikap dan norma subjektif. Temuan ini memperlihatkan bahwa keputusan untuk bergabung sebagai nasabah bank syariah tidak sekadar dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan yang bersifat praktis, melainkan juga dipengaruhi oleh berbagai nilai yang bersifat keislaman yang terinternalisasi dalam gaya hidup individu.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memperluas penerapan TPB dalam konteks perilaku konsumen pada industri perbankan syariah, serta menegaskan bahwa integrasi antara aspek kognitif (literasi), afektif (gaya hidup halal), dan perseptual (*brand image*) menjadi pendekatan yang komprehensif dalam menjelaskan keputusan menjadi nasabah bank syariah.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil studi ini berimplikasi pada pihak Bank Syariah Indonesia, khususnya di Kabupaten Pematang Jaya. Pertama, BSI perlu meningkatkan program edukasi dan literasi keuangan syariah melalui sosialisasi, seminar, media sosial, maupun melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan dan komunitas masyarakat. Peningkatan pemahaman masyarakat terbukti mampu mendorong keputusan menjadi nasabah. Kedua, BSI dapat memperkuat strategi pemasaran berbasis nilai halal dengan menonjolkan kesesuaian produk dan layanan dengan prinsip syariah. Pendekatan ini penting karena gaya hidup halal terbukti menjadi faktor yang signifikan dalam memengaruhi keputusan nasabah. Ketiga, BSI perlu menjaga dan meningkatkan citra merek melalui peningkatan kualitas pelayanan, inovasi produk, serta transparansi operasional. Hal ini penting untuk memperkuat kepercayaan dan kesetiaan nasabah dalam rentang waktu panjang.