

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
PROMOSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP
PREFERENSI NASABAH DALAM MEMILIH
PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di
Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

NUR LAILI RIZQIANI

40222110

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
PROMOSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP
PREFERENSI NASABAH DALAM MEMILIH
PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH**

**(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di
Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

NUR LAILI RIZQIANI

40222110

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

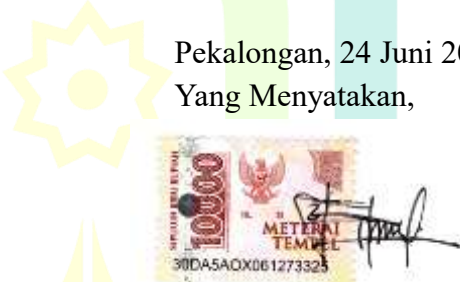
Nama : Nur Laili Rizqiani

NIM : 40222110

Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pekalongan)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 24 Juni 2026
Yang Menyatakan,



Nur Laili Rizqiani

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua eksemplar)

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nur Laili Rizqiani

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : **Nur Laili Rizqiani**

NIM : **40222110**

Judul : **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekalongan, 24 Juni 2026

Pembimbing,



Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.

NIP.199110262019032014



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

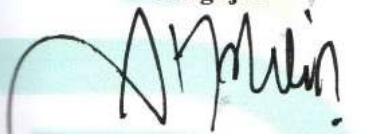
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : Nur Laili Rizqiani
NIM : 40222110
Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 08 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta di terima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I


Bahtiar Effendi, M.E.
NIP. 198510012019081001

Penguji II


Singgih Setiawan, M.M.
NIP. 199309112020121019



Pekalongan, 14 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. A.M. Muhr. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Terkadang, kesulitan harus kamu rasakan terlebih dulu sebelum kebahagiaan yang sempurna datang kepadamu”

- RA Kartini.



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materi maupun non materi dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Terimakasih atas doa, motivasi serta kesabarannya untuk selalu memberi dukungan, bantuan material maupun non material agar penulis dapat menyelesaikan studi.
2. Kakaku Eka Nur Indah Lestari, serta keluarga besar yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih selalu menghibur serta

- memberi semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan studinya dengan baik.
3. Almamater saya program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
 4. Dosen Pembimbing Ibu Wilda Yulia Rusyida, M.Sc. yang sudah membimbing serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
 5. Dosen Wali Ibu Wilda Yulia Rusyida, M.Sc. yang telah memberikan arahan, ilmu, dan motivasi serta mendampingi selama masa perkuliahan.
 6. Teman-teman penulis, Riska, Diah, Irul, Arief, dan teman-teman KKN-T Kelompok 3 Angkatan 63, terima kasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan.
 7. Teman-teman Demisioner Himpunan Mahasiswa Perbankan Syari'ah (HMPS) Periode 2023-2024 terima kasih untuk pengalaman yang luar biasa.
 8. Seluruh pihak yang pernah hadir dalam perjalanan hidup penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas setiap cerita, pelajaran,

- dukungan, dan kenangan yang telah diberikan, meskipun tidak semua dapat kebersamai hingga akhir perjalanan ini.
9. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Semoga langkah kita ke depan selalu dimudahkan dan dipenuhi keberhasilan.



ABSTRAK

NUR LAILI RIZQIANI, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah. (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pekalongan)

Pembiayaan murabahah merupakan salah satu produk andalan Bank Syariah Indonesia yang terus mengalami pertumbuhan signifikan. Namun, literasi keuangan syariah nasabah masih relatif rendah yaitu sebesar 43,42 persen menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025. Hal ini mengindikasikan bahwa kurang dari separuh masyarakat Indonesia memahami produk dan layanan keuangan syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah di Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pekalongan.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel penelitian sebanyak 96 responden yang merupakan nasabah aktif Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Analisis data menggunakan uji regresi linear berganda dengan software SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Promosi berpengaruh positif dan signifikan. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Kemudian secara simultan, literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara pemahaman keuangan syariah, strategi promosi yang efektif, dan nilai-nilai religiusitas nasabah memiliki peran penting dalam membentuk preferensi.

Kata kunci: Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Religiusitas, Preferensi Nasabah, Pembiayaan Murabahah

ABSTRACT

NUR LAILI RIZQIANI, *The Influence of Sharia Financial Literacy, Promotion, and Religiosity on Customer Preferences in Choosing Murabahah Financing Products. (A Case Study of Bank Syariah Indonesia Customers in Pekalongan Regency)*

Murabahah financing is one of Bank Syariah Indonesia's flagship products that continues to experience significant growth. However, customers' Islamic financial literacy remains relatively low at 43.42 percent, according to the 2025 National Survey on Financial Literacy and Inclusion (SNLIK). This indicates that less than half of the Indonesian population understands Islamic financial products and services. The purpose of this study is to determine the influence of Islamic financial literacy, promotion, and religiosity on customer preferences when choosing murabahah financing products at Bank Syariah Indonesia in Pekalongan Regency.

This study is a quantitative research using a questionnaire as the data collection method. The research sample consisted of 96 respondents who are active customers of Bank Syariah Indonesia's Pekalongan Pemuda Branch. The sampling technique used purposive sampling based on predetermined criteria. Data analysis was performed using multiple linear regression with SPSS version 25 software.

The results indicate that Islamic financial literacy has a positive and significant effect on customer preferences when selecting murabahah financing products. Promotions also have a positive and significant effect. Religiosity has a positive and significant effect on customer preferences. Furthermore, Islamic financial literacy, promotional efforts, and religiosity collectively have a positive and significant effect on the preferences of customers at Bank Syariah Indonesia's Pekalongan Pemuda Branch. This indicates that a combination of understanding of Islamic finance, effective promotional strategies, and customers' religious values plays a crucial role in shaping their preferences.

Keywords: *Sharia Financial Literacy, Promotion, Religiosity, Customer Preferences, Murabahah Financing*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya Saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulis Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim selaku rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. H. AM. Muh. Khafid Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Drajat Stiawan, M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

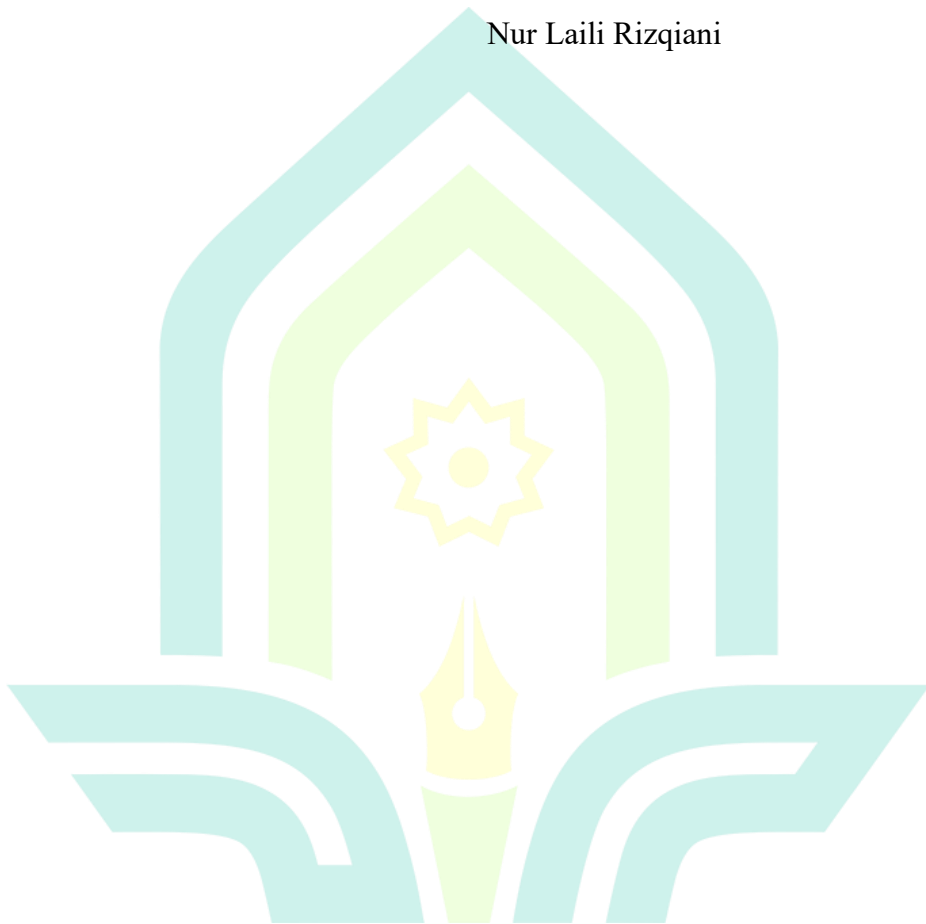
5. Ibu Wilda Yulia Rusyida, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Wilda Yulia Rusyida, M.Sc. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberi ilmu pengetahuan dan dukungan selama proses perkuliahan.
8. Pihak Staff Office Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
10. Sahabat dan teman-teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik moral maupun materil.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 24 Juni 2026



Nur Laili Rizqiani



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
TRANSLITERASI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxv
DAFTAR GAMBAR.....	xxvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Telaah Pustaka.....	17
C. Kerangka Berpikir.....	28
D. Hipotesis.....	28
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian.....	32

B. Pendekatan Penelitian.....	32
C. Setting Penelitian	32
D. Populasi dan Sampel	32
E. Variabel Penelitian.....	34
F. Sumber Data	36
G. Teknik Pengumpulan Data	36
H. Metode Analisis Data.....	37
BAB IV	41
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Deskripsi Data.....	41
B. Analisis Data	51
C. Pembahasan	60
PENUTUP	68
A. Simpulan.....	68
B. Keterbatasan Penelitian	70
C. Implikasi Teoretis dan Praktis.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72

TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke Indonesia sebagaimana terlibat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan

Dalam literasi ini, fonem-fonem tertentu diwakilkan dengan huruf dan fonem-fonem lainnya diwakilkan dengan tanda, dan ada pula yang diwakilkan dengan huruf dan tanda secara bersamaan. Daftar huruf arab dan padanan bahasa latinnya adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be

ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
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, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

C. Maddah

Transkripsi maddah atau vokal panjang yang mempunyai lambang berupa harakat dan huruf berbentuk tanda dan huruf, khususnya:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...أ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي...ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	Ditulis	<i>qāla</i>
رَمَى	Ditulis	<i>ramā</i>
قِيلَ	Ditulis	<i>qīla</i>
يَقُولُ	Ditulis	<i>yaqūlu</i>

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' *marbutah* ada dua, yaitu:

1. Ta' *Marbutah* hidup

Ta' *marbutah* hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ Ditulis
raudhatul athfa

2. Ta' *Marbutah* mati

Ta' *marbutah* mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

Contoh:

ثَلْحَةُ Ditulis *thalhah*

E. *Syaddah* (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ Ditulis *nazzala*

الْبِرُّ Ditulis *al-birru*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf

syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
الْقَلَمُ	Ditulis	<i>al-qalamu</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الْجَلَالُ	Ditulis	<i>al-jalālu</i>

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif. Contoh:

تَا' خُذْ	Ditulis	<i>ta'khuẓu</i>
شَيْءٌ	Ditulis	<i>Syai'un</i>

H. Penulisan Kata

Semua kata fi'il, isim, dan harf pada dasarnya ditulis secara independen. Hanya beberapa kata Arab yang salah satu hurufnya dihapus (harakat) sering tercampur dengan kata lain; dalam transliterasi ini, ejaan kata juga digabungkan dengan istilah yang muncul setelahnya.

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.

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:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Ditulis

Alhamdu lillāhi rabbi al-

`ālamīn/Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ditulis

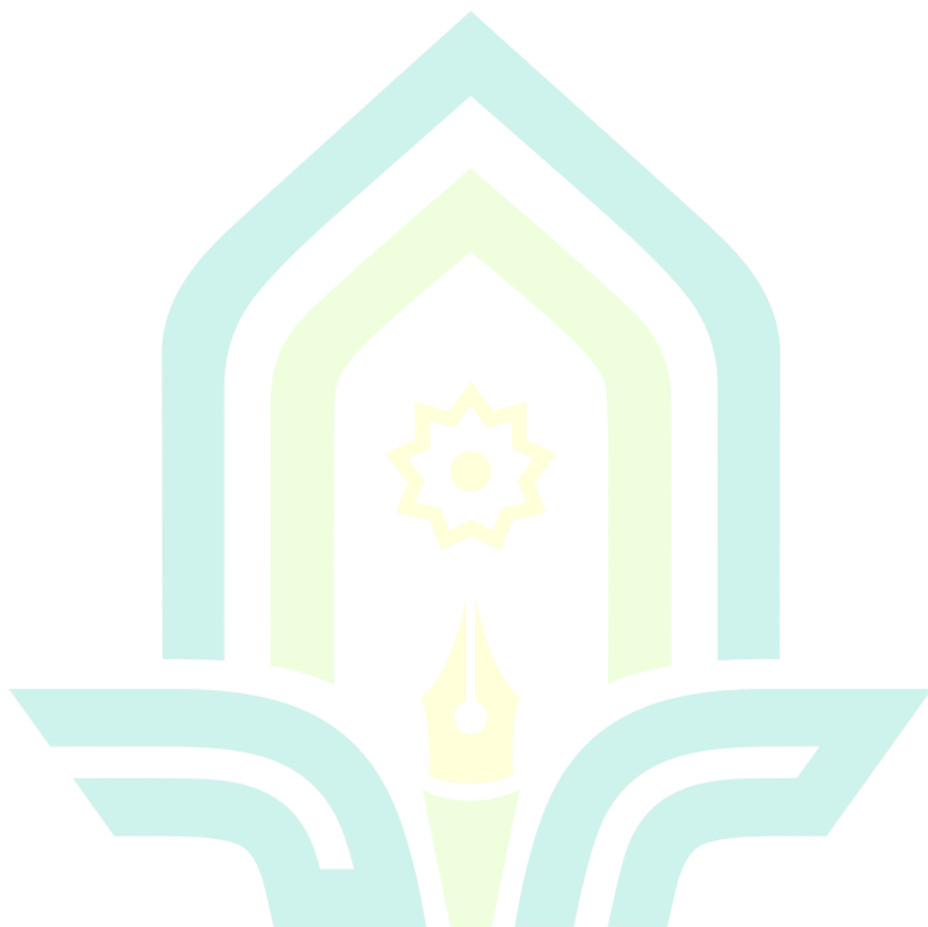
Ar-rahmānirrahīm/Ar-rahmān

arrahim

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.

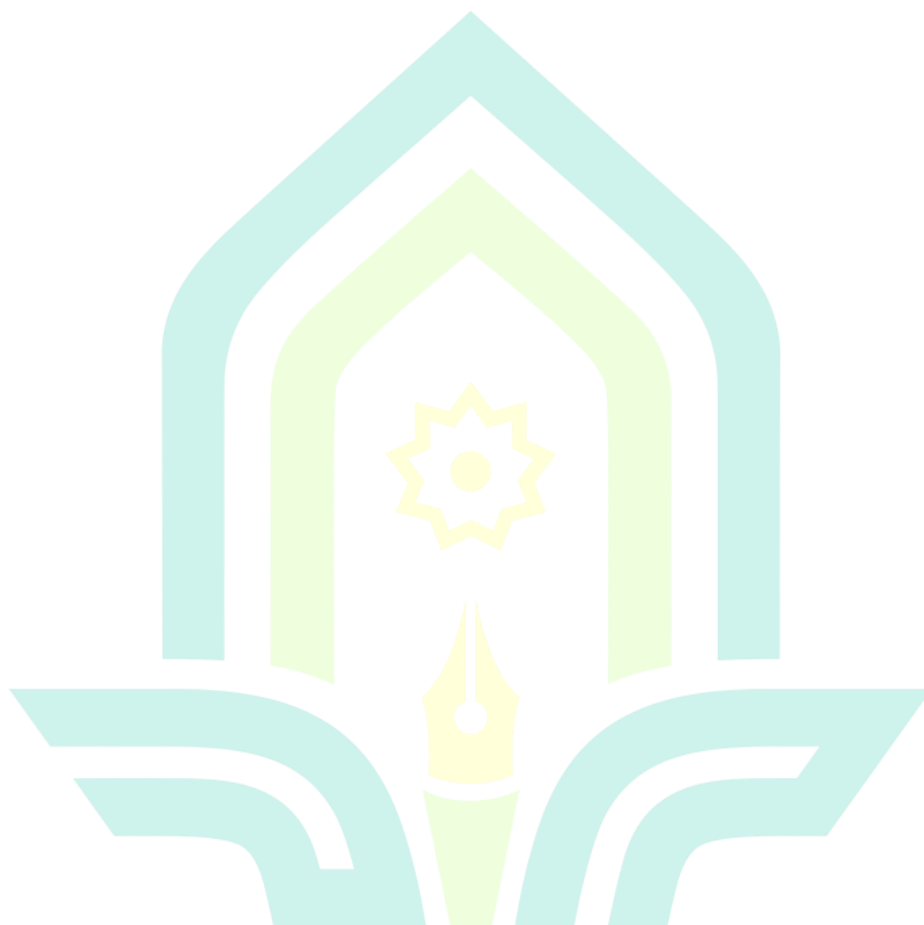


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.2 Skor Penilaian	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ...	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi/Kecamatan	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	49
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Pembiayaan	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Semua Variabel	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.11 Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60

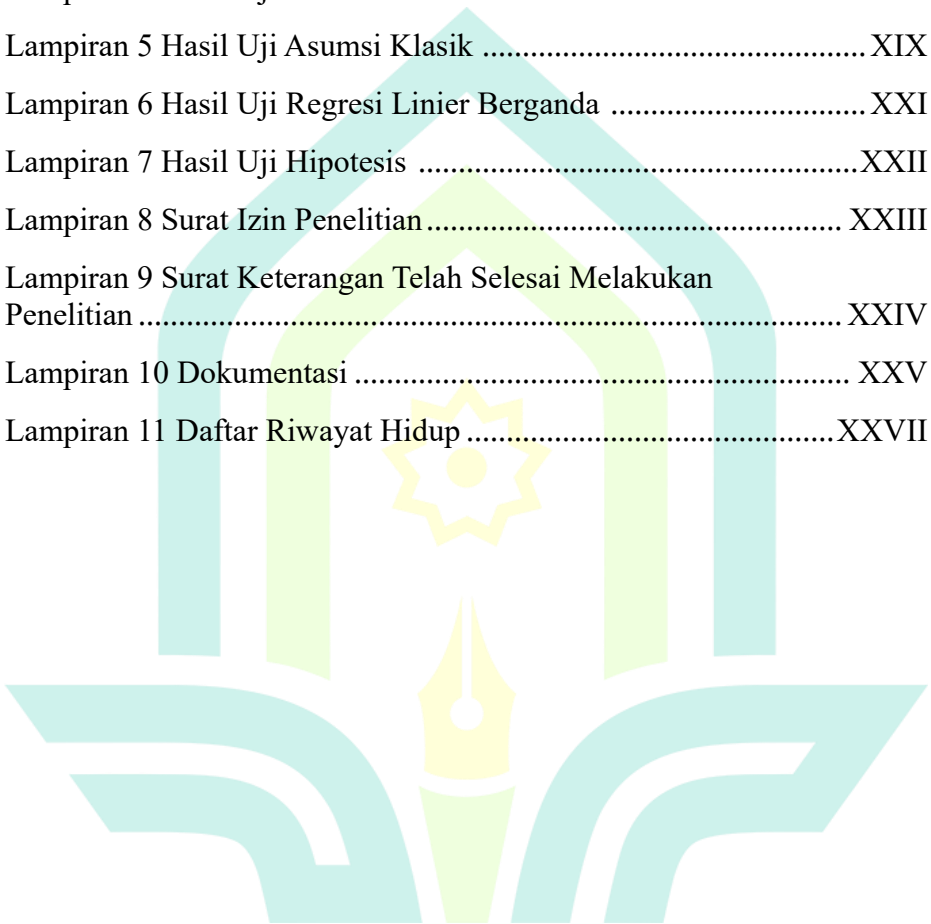
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	28
Gambar 4.1 Produk Pembiayaan Murabahah	42
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Data Mentah Kuesioner	VI
Lampiran 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	XII
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen	XV
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	XIX
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	XXI
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	XXII
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian	XXIII
Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Penelitian	XXIV
Lampiran 10 Dokumentasi	XXV
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup	XXVII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi Islam di Indonesia saat ini berkembang dengan sangat pesat. Pertumbuhan lembaga keuangan berbasis syariah, seperti bank dan lembaga keuangan lainnya, menjadi buktinya (IDX, 2023). Permintaan akan layanan perbankan telah meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi. Mengingat bank merupakan lembaga keuangan yang sangat penting yang secara efektif dan efisien mengumpulkan serta menyalurkan dana dari nasabah atau masyarakat umum (Saputra & Anwar, 2019). Diharapkan bahwa peran sektor perbankan sebagai jembatan antara mereka yang memiliki dana lebih dan mereka yang membutuhkan akan memberikan pengaruh positif yang besar bagi masyarakat secara keseluruhan (Kusnandar, 2021).

Bank konvensional dan bank syariah merupakan dua kategori bank di Indonesia berdasarkan cara mereka menetapkan harga. Bank konvensional sebenarnya menetapkan suku bunga sebagai biaya atas layanan yang mereka tawarkan. Sedangkan bank syariah adalah lembaga keuangan yang serupa dengan perbankan pada umumnya, namun perbedaannya terletak pada fakta bahwa mereka beroperasi sesuai dengan hukum syariah (Ramadhan et al., 2022). Nasabah Bank Konvensional sering mengeluhkan terkait pembiayaan berbasis bunga yang menimbulkan beban finansial berlebih. Nasabah sering mengalami kesulitan akibat penerapan bunga majemuk (*compound interest*) yang tidak transparan, kenaikan angsuran mendadak pada produk seperti KPR, serta praktik *debt collector* agresif yang pada akhirnya memicu persepsi bahwa sistem bunga bersifat ribawi dan tidak adil. Karena bank syariah tidak menggunakan sistem berbasis bunga dalam operasionalnya, dapat disimpulkan bahwa nasabah pembiayaan bank syariah tidak akan memiliki kekhawatiran yang sama dengan nasabah bank konvensional terkait kenaikan angsuran pinjaman yang disebabkan oleh kenaikan suku bunga (Nugraheni, 2022).

Salah satu produk utama yang ditawarkan oleh bank syariah adalah pembiayaan, antara lain yaitu pembiayaan murabahah, mudharabah, dan

musyarakah. Pembiayaan murabahah biasa disebut dengan jenis jual beli dimana penjual sepakat untuk menjual barang menggunakan harga tertentu menggunakan penambahan keuntungan yang telah disepakati. Keuntungan ini biasanya diputuskan oleh penjual dan pembeli sebelum penjualan terjadi (Yuliardi et al., 2021). Pembiayaan mudharabah (bagi hasil) adalah kerjasama komersial ketika satu pihak memberikan dukungan keuangan (*Shahibul Maal*) sementara pihak lain menangani sumber daya keuangan atau tenaga kerja (*Mudharib*). Rasio yang disepakati bersama digunakan untuk memutuskan berapa banyak keuntungan yang akan diterima masing-masing pihak. Jika ada kerugian, maka akan dibayar oleh pemilik uang, *shahibul maal*, dan *mudharib* akan dipecah. Namun, jika manajemen sendiri yang menyebabkan kerugian, maka kerugian tersebut akan ditanggung bersama (Usman, 2021). Pembiayaan musyarakah yaitu akad kerjasama pengelolaan suatu usaha tertentu antar kedua pihak ataupun lebih. Setiap mitra menyumbangkan uang atau sumbangan amal, dan keuntungan atau risiko dibagi sesuai dengan kontrak (Novita Sari, 2023).

Fenomena yang menarik dalam praktik pembiayaan bank syariah, adalah dominasi penggunaan akad murabahah dibandingkan dengan akad bagi hasil seperti mudharabah dan musyarakah. Data menunjukkan bahwa akad murabahah mendominasi pembiayaan bank syariah dengan porsi yang signifikan, yaitu mencapai 61,12% pada tahun 2021, 62,06% pada tahun 2022, dan 58,64% pada tahun 2023 (Siyamto et al., 2025). Fenomena ini sejalan dengan temuan (Adawiyah et al., 2026) di mana pembiayaan *Murabahah* menunjukkan tren peningkatan yang berkelanjutan dari tahun 2020 hingga 2025, yaitu dari Rp. 89.844 juta menjadi Rp. 144.782 juta.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) merilis hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah masih relatif rendah, yaitu sebesar 43,42 persen (OJK, 2025). Dari data tersebut, kurang dari separuh masyarakat Indonesia memahami produk dan layanan keuangan syariah. Padahal mayoritas dari masyarakat di Indonesia merupakan seorang muslim. Rendahnya literasi keuangan syariah bukan hanya tantangan bagi inklusi keuangan,

tetapi juga berpotensi menimbulkan persepsi keliru bahwa bank syariah kurang kompetitif dibandingkan konvensional.

Bank syariah dapat mendorong literasi keuangan syariah pada nasabahnya melalui seminar, kampanye digital, dan kolaborasi dengan lembaga keagamaan. Hal ini sejalan dengan definisi yang dikemukakan oleh Aliah et al. (2019), yaitu literasi keuangan sebagai pemahaman seseorang terhadap topik-topik keuangan, yang memungkinkannya untuk mengambil keputusan keuangan yang bijak guna mencapai kesejahteraan finansial. Dengan pengelolaan uang yang efektif oleh nasabah, diharapkan tingkat kehidupan dapat meningkat tentu saja didukung oleh pengetahuan keuangan yang baik (Ratna Sari et al., 2023).

Untuk menanamkan kesadaran akan produk keuangan yang sesuai syariah, bank dapat meluncurkan berbagai inisiatif periklanan. Hal ini mungkin menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap solusi keuangan yang sesuai syariah (Hakim et al., 2023). Penerapan strategi pemasaran yang tepat sangat penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, serta mendorong minat mereka untuk menggunakan produk tersebut, baik produk yang baru diperkenalkan maupun produk lama yang telah dikembangkan. Bank Syariah Indonesia menggunakan promosi pembiayaan secara nyata misalnya melalui event seperti BSI Festival Ramadan, bank ini juga menawarkan promo pembiayaan dengan margin spesial hingga sekitar 1,5–2,15% serta tambahan benefit seperti cashback dan kemudahan pengajuan (BSI, 2026).

Karena sektor jasa keuangan merupakan bidang usaha yang berorientasi pada pelayanan dan didasarkan pada kepercayaan, BSI harus mempertahankan kinerjanya sebagai lembaga keuangan guna memastikan bahwa lembaga tersebut beroperasi secara efisien sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Harun, 2022). Keputusan seseorang untuk memilih produk yang sesuai syariah mungkin dipengaruhi oleh tingkat keimanannya, yang didefinisikan sebagai komitmennya terhadap keyakinannya. Alasan penting lainnya yang mendorong orang untuk

menggunakan layanan lembaga keuangan syariah adalah keyakinan agama mereka.

Religiusitas merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk perbankan syariah. Tingkat religiusitas seseorang tercermin dari keyakinan, pemahaman, dan pengamalan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan keuangan. Nasabah dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih mempertimbangkan aspek kehalalan transaksi, menghindari riba, dan memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Beberapa penelitian menemukan bahwa literasi keuangan syariah dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan atau minat nasabah, sementara penelitian lain justru menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian (Hartini, 2025), menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap produk perbankan syariah dipengaruhi oleh tingkat keagamaannya. Oktaviana et al. (2021) juga menemukan bahwa masyarakat dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih perbankan syariah daripada perbankan konvensional.

Variabel promosi dalam beberapa studi juga terbukti memiliki pengaruh positif, namun tingkat pengaruhnya juga bervariasi tergantung pada objek, lokasi, dan karakteristik responden yang diteliti. Berdasarkan Nielsen dalam Husein (2025), strategi pemasaran berbasis digital mengalami peningkatan sebesar 40% dalam efektivitasnya, terutama dalam industri keuangan. Terakhir, menurut Zulfikar dalam Amalia (2023) menunjukkan bahwa kombinasi antara edukasi keuangan, promosi yang efektif, dan peningkatan nilai religiusitas dalam pemasaran syariah dapat meningkatkan jumlah nasabah bank syariah hingga 25% dalam 3 tahun.

Penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu karena menggunakan variabel dependen berupa preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada minat menabung, keputusan menjadi nasabah, atau perilaku konsumtif dengan objek yang berbeda, seperti mahasiswa atau masyarakat umum di wilayah lain. Penelitian ini juga

mengintegrasikan aspek pengetahuan keuangan syariah, strategi promosi, dan nilai religiusitas dalam satu model penelitian untuk melihat pengaruhnya terhadap preferensi nasabah secara lebih komprehensif. Selain itu, Penelitian yang mengkaji pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas secara simultan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah, khususnya pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pekalongan, juga masih tergolong terbatas.

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas pemahaman kita mengenai variabel-variabel yang memengaruhi kecenderungan masyarakat untuk memilih produk keuangan berbasis syariah. Dengan bertambahnya pengetahuan masyarakat terkait literasi keuangan syariah, diharapkan masyarakat semakin mampu memilih layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan sejalan dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan oleh bank syariah guna meningkatkan daya tarik produk-produk yang mereka tawarkan berbasis religiusitas. Maka dari itu, Penulis ingin meneliti topik ini lebih dalam dengan mengangkat judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah. (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah

4. Apakah literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini membatasi nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda berdomisili di Kabupaten Pekalongan yang menggunakan produk pembiayaan murabahah. Pembatasan ini dimaksudkan untuk memperoleh hasil yang lebih spesifik dan relevan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah
2. Menganalisis apakah promosi berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah
3. Menganalisis apakah religiusitas berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah
4. Menganalisis apakah literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah

E. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan ilmu di bidang ekonomi dan keuangan Islam. Para peneliti di masa depan juga dapat memanfaatkan temuan penelitian ini sebagai sumber referensi ilmiah yang mengkaji lebih dalam hubungan antara literasi keuangan syariah, promosi, dan tingkat religiusitas dengan pengambilan keputusan finansial di sektor lembaga keuangan syariah (Rahmawati & Tuti, 2022).

2) Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan literasi keuangan nasabah, dan mengembangkan inovasi produk yang adaptif, sehingga mendukung pertumbuhan dan daya saing industri keuangan syariah (Rahmawati et.al, 2022).

b. Bagi Masyarakat

Temuan studi ini peneliti harapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memahami prinsip-prinsip keuangan syariah serta memperkuat pemahaman mereka tentang memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Kajian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan informasi guna penelitian selanjutnya serta menambah referensi bagi akademisi yang tertarik mengembangkan topik terkait pada masa yang akan datang.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran sistematis penelitian mengenai ini, maka disusun sistematika pembahasan yang memuat informasi terkait materi dan pokok bahasan pada setiap babnya. Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab pertama, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan yang menggambarkan alur penulisan penelitian secara keseluruhan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademi bagi pengembangan ilmu perbankan syariah serta rekomendasi praktis bagi strategi pemasaran dan layanan pembiayaan perbankan syariah.

BAB II Landasan Teori

Bab kedua, berisi teori-teori terkait literasi keuangan syariah, promosi, religiusitas, preferensi nasabah, dan pembiayaan murabahah. Tidak hanya itu, bab ini juga memuat penelitian sebelumnya yang relevan serta kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Bab ketiga menjelaskan jenis penelitian yang digunakan. Uraian dalam bab ini meliputi variabel penelitian yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Selain itu, dijelaskan pula mengenai populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data yang digunakan, serta teknik analisis data yang meliputi uji instrumen penelitian, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linier berganda.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab keempat temuan dari analisis dan pembahasan mendalam mengenai temuan penelitian yang berkaitan dengan teori dan penelitian yang telah dipublikasikan.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait dan peneliti selanjutnya. Selain itu, bab ini juga dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran sebagai pendukung penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel literasi keuangan syariah menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 11,807, nilai thitung sebesar $2,225 > t_{tabel}$ sebesar 1,985, serta nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman nasabah mengenai konsep, prinsip, dan produk keuangan syariah, maka semakin tinggi preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Variabel promosi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda.
2. Variabel promosi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,409, nilai thitung sebesar $7,562 > t_{tabel}$ sebesar 1,985, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan secara efektif mampu meningkatkan ketertarikan dan preferensi nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah. Selain itu, berdasarkan nilai thitung

yang paling besar dibandingkan variabel lainnya, promosi merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap preferensi nasabah dalam penelitian ini.

3. Variabel religiusitas menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 7,860, nilai t_{hitung} sebesar 2,606 > t_{tabel} sebesar 1,985, serta nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$, sehingga H3 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat keyakinan dan pengamalan nilai-nilai agama yang dimiliki nasabah menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah.
4. Variabel literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 52,407 > F_{tabel} sebesar 2,70 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H4 diterima. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R sebesar 0,794, R Square sebesar 0,631, dan Adjusted R Square sebesar 0,619. Nilai Adjusted R Square tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas secara bersama-sama mampu menjelaskan 61,9% variasi preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah, sedangkan 38,1% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah, yang dibuktikan melalui nilai F_{hitung} sebesar

52,407 dengan tingkat signifikansi 0,000, serta didukung oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,619 yang menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan 61,9% variasi preferensi nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, dan religiusitas terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda, sedangkan 38,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang berlaku, namun masih memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, tingkat respons rate yang relatif rendah dan kesulitan dalam pengumpulan data di lapangan menyebabkan sampel yang diperoleh mungkin tidak sepenuhnya representatif. Selain itu, beberapa responden menunjukkan kecenderungan untuk memberikan jawaban yang dianggap "ideal" daripada kondisi sebenarnya (*social desirability bias*), sehingga hasil penelitian mungkin tidak mencerminkan preferensi aktual nasabah. Kedua, tingkat pemahaman dan pengalaman responden terhadap produk pembiayaan murabahah yang berbeda-beda mengakibatkan variasi dalam interpretasi setiap pertanyaan di kuesioner.

Responden yang memiliki pengetahuan terbatas tentang produk syariah mungkin menjawab pertanyaan berdasarkan persepsi yang kurang akurat, sehingga memengaruhi keandalan data yang dikumpulkan. Ketiga, data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner sehingga jawaban yang diberikan responden sangat bergantung pada tingkat pemahaman, persepsi, dan kejujuran masing-masing responden. Selain itu, penelitian ini dilakukan dalam waktu yang relatif singkat sehingga belum mampu menggambarkan perubahan preferensi nasabah dalam jangka waktu yang lebih panjang.

C. Implikasi Teoretis dan Praktis

1. Implikasi Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan syariah, khususnya yang berkaitan dengan perilaku nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan promosi memiliki peran penting dalam membentuk preferensi nasabah. Hasil tersebut juga mendukung *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan, keyakinan, serta informasi yang diterima sebelum mengambil keputusan.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Bank Syariah Indonesia dalam menyusun strategi peningkatan literasi keuangan syariah kepada masyarakat melalui berbagai program edukasi dan sosialisasi. Selain itu, pihak bank juga perlu mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat agar mampu meningkatkan minat nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah.

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya literasi keuangan syariah sehingga mampu mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Adapun bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan kajian yang lebih luas dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi preferensi nasabah, seperti kualitas layanan, kepercayaan, citra perusahaan, maupun kemudahan akses layanan perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., Billah, Z. I., & Prasetyandari, C. W. (2026). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Dan Pembiayaan Mudharabah Terhadap Return On Asset (ROA) Pada Pt Bank Syariah Indonesia Tbk Periode 2020-2025. *Moneta : Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.35905/moneta.v4i2.16733>
- Aeni, D. Z. (2025). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem.*
- Agrosamdhyo, R. (2021). *Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja.*
- Aliah, S., Krisnawati, A., Perbedaan, A., Literasi, T., & Dan, K. (2019). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). Januari, 3(1), 109–120.*
- Amalia, T. (2023). *Pengaruh Product Knowledge, Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Tanggamus.*
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). *Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang.*
- Amelia, R. (2023). *Pengaruh Strategi Promosi, Brand Image, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah di KSPPS BMT Tazakka.* UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Amin, S. (2019). *Harun Nasution Ditinjau dari Berbagai Aspek.* Asa Riau (CV. Asa Riau).

- Amri, K., Qurratul'aini, I., & Khairul. (2018). Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9.
- Anita, S. Y. (2024). *Preferensi Nasabah Pada Produk Bank Syariah Berdasarkan Religiusitas Dan Kualitas Layanan*. Intelektual Manifes Media.
- Arif, K. (2015). Financial Literacy and other Factors Influencing Individuals' Investment Decision: Evidence from a Developing Economy (Pakistan). In *An International Peer-reviewed Journal* (Vol. 12). www.iiste.org
- Basri, J., Dewi, A. K., & Iswahyudi, G. (2022). Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah dalam Perspektif Hukum di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 375–380. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1802>
- BSI. (2026, February 19). *BSI Fest Ramadan Surabaya: Miliki Rumah Impian dengan Spesial Margin Setara 1,5% dari BSI Griya!* <https://www.bankbsi.co.id/promo/bsi-fest-ramadan-surabaya-miliki-rumah-impian-dengan-spesial-margin-setara-15-dari-bsi-griya>.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5, 19–25.
- Eliza, A. (2019). *Literasi keuangan Islam dan faktor yang mempengaruhinya (Studi Pada Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)*.
- Faisal. (2015). *Modul Hukum Ekonomi Islam*. Unimal Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*.

Addison-Wesley.

<https://people.umass.edu/aizen/publications.html>

Glock, C. Y., & Stark, R. (1969). *Religion and society intension*. Rand Mc Nally Company.

Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Hajar, S., & Wirman. (2023). Implementasi Manajemen Risiko Dalam Dunia Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2023(5), 500–513. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7756555>

Hakim, L., Hamdan, A., Tinggi, S., Najah, A., & Sidoarjo, I. M. (2023). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Anggota untuk Memilih Produk KSPPS Al-Hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo. In *Jurnal ISECO Article Info* (Vol. 2, Number 1). <https://jurnal.iseco.ac.id/index.php/xxxx>

Hartini, P. (2025). *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi di Pesantren Aceh Besar)*.

Harun, I. A. (2022). Implementasi Konsep Masalah Mursalah Dalam Ekonomi Islam Menurut Tokoh Islam Dan Jumhur Ulama. *JURNAL ECONOMINA*, 1(3).

Hidayatunnafi'ah, D. A. (2023). *Hubungan Gaya Hidup Dan Tingkat Stress Dengan Kejadian Hipertensi Di Usia Produktif*.

Husein, M. I. (2025). *Inovasi Model Bisnis Media Cetak Ambon Ekspres Di Era Digital*. 14. www.ameks.id

IDX. (2023). *Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*.

Ilahi, K. (2025). *Pengaruh Promosi, Persepsi Nasabah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Cabang Painan*.

- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2016). *Framework for Marketing Management, A, Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Kristianto, H. (2020). Sustainable Development Goals (SDGs) Dalam Konsep Green Economy Untuk Pertumbuhan Ekonomi Berkualitas Berbasis Ekologi. In *JBEE* (Vol. 2, Number 1). <http://jurnal.shantibhuana.ac.id/jurnal/index.php/bee>
- Kusnandar, V. B. (2021). *Sebanyak 86,93% Penduduk Indonesia Beragama Islam pada 31 Desember 2021*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/e158869f40c2acf/sebanyak-8693-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-31-desember-2021>
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., Alesina, A., Alessie, R., Botticini, M., Campbell, J., Caplin, A., Chan, S., Engelhardt, G., Gustman, A., Hurd, M., Kapteyn, A., Mastrogiacomo, M., Ofstedal, M. B., Rodgers, W., Snyder, C., Van Rooij, M., Van Soest, A., Helpful, S. U., & Washington, G. (2011). *Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing*. <http://www.nber.org/papers/w17078>
- M. Miftahur Rahmat Isnaini, Siti Sofiah Rahmawati, Muhamad Zen, & Fatmawati Fatmawati. (2024). Strategi Promosi Pembiayaan Murabahah Bank Syariah di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(3), 79–93. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i3.889>
- Mahira, R., Badina, T., & Najib, M. A. (2024). Pengaruh Liteasi Keuangan, Religiusitas, Promosi, dan Persepsi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Sudi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah di Kota Serang. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Volume 9.

<https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.30651/jms.v9i5.24561>

- Mardiatmoko, G. (2020). The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of the Preparation of the Allometric Equation of Young Walnuts). *Barekeng*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Masruron, M. (2021). *Konsep Murabahah Lil Amir Bis Sira Dalam Implementasinya Di Lembaga Keuangan Syariah. Vol. IX, No. 01.*
- Mukminin, Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen. (2021). Pengujian Konstruk Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2). <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7080>
- Muzadi, M. H. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Citra Perusahaan, dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Memilih Produk Keuangan Syariah (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Malang Pakis Kembar).*
- Nasution, S. F. (2021). Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah di Indonesia. *AT-TAWASSUTH, Volume VI No. 1.*
- Novita Sari, T. P. (2023). *Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2018-2022.*
- Nugraheni, D. B. (2022). *Penerapan Perlindungan Nasabah Produk pembiayaan KPR BTN Syariah.*
- Nurrohman, A. (2026). *Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda).*

- (OJK), O. J. K. (2025, May 2). *Siaran Pers Bersama Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkatkan OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. <https://Ojk.Go.Id/Id/Berita-Dan-Kegiatan/Siaran-Pers/Pages/OJK-Dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.AspX>.
- Oktaviana, R., & Iqbal Fasa, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Love Of Money, Dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Kecenderungan Perilaku Tax Evasion Dalam Persepektif Ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 3(2). <http://journal.unifa.ac.id/index.php/manor/index>
- Pangestuti, D. A. (2022). *Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus di BTPN Syariah MMS Kedungwuni)*. IAIN Pekalongan.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177–187. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>
- Pratama, Y. (2021). *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank BSI Di Kotabumi Lampung Utara)*.
- Rachma, A. (2025). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Aplikasi Byond by BSI (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Cianjur Abdullah bin Nuh)*.
- Rahmawati, I., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, Pengaruh Promosi

Terhadap Kepuasan Pelanggan, Serta Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan The Koffee Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(1), 2022.

Ramadhan, M., Mubarak, Z., & Aisyah, L. (2022). Analisis Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Dan Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Deposito Syariah. *FINANSIA : Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 161. <https://doi.org/10.32332/finansia.v5i2.5368>

Ratna Sari, W., Lita Nabbila, F., & Fatmala Putri, D. (2023). *Perkembangan Pembiayaan PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM*. 3(2), 164–170. <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamikapage164>

Rizqiyyah, K. (2024). *Implementasi POJK Dalam Penerapan Manajemen Risiko Gagal Bayar Pada Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada BSI KC. Pekalongan Pemuda)*.

Rudiantoro, E. (2023). *Pengaruh Persepsi Nasabah, Lokasi, Tingkat Margin Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada KSPPS BTM Cabang Doro Kab. Pekalongan)*. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Safitri, N. (2022). *Analisis Transaksi Mobile Banking Bank Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah BSI Parepare*. IAIN Parepare.

Saparuddin. (2021). *Pengaruh Pendapatan dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah*.

Saputra, H., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Program Studi Non Ekonomi Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. In *Jurnal*

Ekonomi Islam (Vol. 2, Number 1).
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>

Setiawati, D. (2022). *Preferensi Mahasiswa Terhadap Bank Syariah Dalam Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Metro)*.

Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (E. Murniarti, Ed.; 1st ed.). UKI Press .

Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93.
<https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>

Siyanto, Y., Andri Mardapa, P., Wahyu Dwi Maelana, H., studi Manajemen, P., & Manajemen Administrasi Yogyakarta, A. (2025). Tren Akad Pembiayaan di BPRS Indonesia: Dominasi Murabahah dan Kebangkitan Musyarakah dalam Perspektif 2015-2024. *Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Akuntansi Bisnis*, 4(3), 867–876.
<https://doi.org/10.53088/jikab.v4i3.224>

Sugiyono, Prof. , dr. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. <https://archive.org/details/buku-metode-penelitian-sugiyono>

Sugiyono, Prof. Dr. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. <https://archive.org/details/buku-metode-penelitian-sugiyono>

Sulistyawati, A. I., Dini, L. E. Y., Triyani, D., NSS, Rr. L. P., & Santoso, A. (2022). Deteksi Minat Menabung Di Bank Syariah : Suatu Kajian Empiris. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3741. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6837>

Syamsul, T. D., Feliks Arfid Guampe, Nurus Amzana, Faruq Alhasbi, Yusriani, Aries Yulianto, Sri Handayani, Juwita Desri Ayu, Giri Widakdo, Ir Fitria Virgantari, Ir Hasmar Halim, & IPM Ns Naryati. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Penerapannya*.

- Sya'na, A. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Diskon Pembiayaan, Biaya Administrasi dan Proses Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah memilih Pembiayaan Murabahah pada BTM Pemalang Cabang Petarukan.*
- Ulpah, M. (2020). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah. *Madani Syari'ah*, 3(2).
- Usman, F. A. (2021). *Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, dan Ijarah Terhadap Profitabilitas (Laba Bersih) BRI Syariah Tahun 2015-2020.*
- Usman, M. R. T., & Zulfison. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Persepsi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Mahasiswa STIE Indonesia Banking School. *Journal of Accounting, Management, and Islamic Economics*, 2(1).
- Usvita, M. (2021). Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(1), 47–53.
- Wagland, S. P., & Taylor, S. (2009). *When it Comes to Financial Literacy is Gender Really an Issue?*
- Wijayanti, S. (2020). *Pengaruh Agunan, Tingkat Margin, dan Lokasi terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus KSPPS BMT Bahtera Kantor Cabang Buaran).*
- Yuliardi, Z., Bahrin, K., & Mukadar, A. (2021). *Analisis Penerapan Akad Murabahah Pada Bmt Al-Amal Kota Bengkulu.*
<http://jurnal.steirisalah.ac.id/index.php/rabbani/index>
- Zulaecha, A. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat*

Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Demak).

Zulfikar, R., Permata Sari, F., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Annisa, S., Budi Kusumawardhani, O., Mutiah, atul, Indrakusuma Linggi, A., & Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori, Metode, dan Praktik*. Widina Media Utama. www.freepik.com

