

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia pada saat ini sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat khususnya di bidang perbankan. Menghadapi persaingan tersebut, maka lembaga perbankan harus selalu bertindak cepat, kompetitif dan beradaptasi dengan tantangan yang semakin meningkat setiap tahunnya. Dengan adanya persaingan tersebut dapat mendorong berkembangnya lembaga keuangan konvensional maupun lembaga keuangan syariah. Lembaga perbankan syariah memegang peranan krusial dalam bidang ekonomi dan keuangan, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Oleh karena itu, Indonesia menjadi salah satu pasar yang sangat berpotensi untuk pengembangan lembaga keuangan syariah. Lembaga ini berfokus pada sektor keuangan dengan menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah sendiri telah mulai beroperasi sejak tahun 1992 "Pengaturan formal bank syariah dimulai setelah UU No. 7 Tahun 1992 diamandemen melalui UU No. 10 Tahun 1998 dan UU No. 23 Tahun 1999." "Perbankan Syariah." Undergraduate (S1) thesis, IAIN Kediri (2022).¹

Secara umum, lembaga keuangan terbagi menjadi dua jenis, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Lembaga keuangan bank berperan dalam menghimpun serta menyalurkan dana masyarakat, sekaligus menyediakan layanan keuangan lain yang dianggap dapat mendukung kebutuhan keuangan tersebut. Namun, lembaga keuangan bukan bank berfokus pada aktivitas mengumpulkan atau mendistribusikan dana. Namun, terdapat pula lembaga non-bank yang menjalankan kedua fungsi tersebut sekaligus.²

Sejak disahkannya UU No. 21 tahun 2008, perbankan syariah berkembang pesat. Bank Syariah menjalankan aktivitas berdasarkan prinsip syariah dan terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), yang menggunakan sistem bagi hasil, bukan bunga.³

Bagi sebagian masyarakat, pelanggaran riba dianggap memberikan keuntungan. Hal ini terbukti dari peningkatan jumlah perbankan syariah di Indonesia, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2.

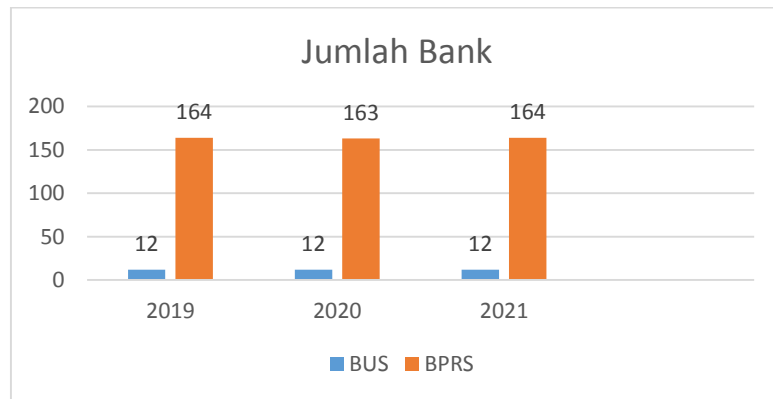
¹ Ktut Silvanita, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: Erlangga, 2009). 22.

² Ardiansyah Putra Hrp Dwi Saraswati, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya, Edisi Revisi*, 2020. 67.

³ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media, 2017). 13.

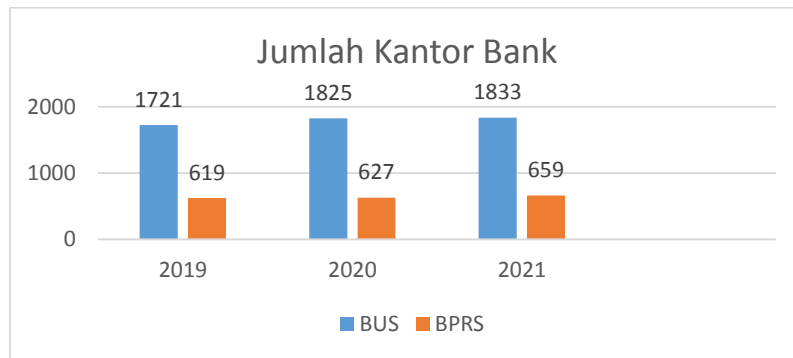
Gambar 1.1

Jumlah Bank Syariah di Indonesia



Gambar 1.2

Jumlah Kantor Bank Syariah di Indonesia



Sumber: www.bps.go.id⁴

Saat ini, perbankan sangat andal dan menjadi kebutuhan penting, karena berfungsi sebagai perantara dalam berbagai transaksi uang. Melihat hal ini, perbankan berusaha menarik perhatian semua kalangan, dengan generasi muda menjadi target utama untuk meningkatkan jumlah nasabah. Hal ini dikarenakan generasi muda memiliki pemikiran yang terbuka dan lebih sering terlibat dengan uang dalam kehidupan sehari-hari. Abdul Rahman Shaleh dan Mubbib Wahab menyebut minat sebagai kecenderungan untuk mengarahkan perhatian pada kegiatan ataupun kondisi yang merupakan objek daripada minat itu dengan diikuti dengan rasa yang bahagia.⁵ Melihat masih minimnya generasi muda terhadap bank syariah, mereka

⁴ Badan Pusat Statistik, Jumlah Bank dan Kantor Bank (Unit). Diakses pada 13 September 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/OTM3IzI%3D/jumlah-bank-dan-kantor-bank.html>

⁵ Abdul Rahman Shaleh dan Mubbib Abdul Wahab, "Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam" Jakarta: Kencana, 2004. 56.

lebih memilih bank konvensional sebagai lembaga keuangan utama dalam setiap transaksinya. Karena lebih mudah diakses dan familiar didengar, karena lebih mudah ditemukan dibandingkan dengan bank syariah. Juga terjadi di kalangan pelajar yang lebih memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah dengan lembaga keuangan.

Berdasarkan survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) keempat yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 2022, indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 49,68%, meningkat dibandingkan dengan 38,03% pada survei 2019. Hal ini menunjukkan kenaikan sebesar 11,65% dalam pengetahuan keuangan masyarakat dalam tiga tahun terakhir. Namun, menurut Ketua Dewan Komisaris OJK, Wimboh Santoso, literasi keuangan syariah di Indonesia masih sangat rendah, yakni hanya 8,93%, sementara literasi keuangan nasional tercatat sebesar 38,03%.⁶

Berdasarkan informasi tersebut, peningkatan literasi keuangan syariah sangat penting untuk mengedukasi masyarakat mengenai cara mengelola keuangan sesuai dengan hukum syariah Islam. Literasi keuangan menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan minat generasi muda, serta mereka yang memiliki pengelolaan keuangan kurang baik, untuk menabung di perbankan syariah. Tingkat konsumsi yang tinggi dan tabungan yang rendah, serta gaya hidup yang terus berkembang, menjadi tantangan. Generasi muda, sebagai penerus bangsa, harus dipersiapkan untuk membangun Indonesia. Pengembangan karakter yang mandiri, disiplin, hemat, dan peduli sangat diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Dalam menjawab permasalahan minat menabung yang seharusnya di dukung oleh literasi keuangan syariah juga mampu berkaitan dengan kepercayaan mahasiswa yang menjadi salah satu pertimbangan dalam membentuk minat menabung di bank syariah. Menurut Armayanti, kepercayaan adalah situasi sosial yang didukung oleh keadaan mental dimana pilihan atau keputusan diambil berdasarkan apa yang diyakini. Selain itu, keyakinan juga menjadi faktor penting ketika nasabah memilih bank. Reputasi bank syariah terletak pada label syariahnya, yang meningkatkan kepercayaan terhadap profesionalisme bank dalam menjalankan kegiatan usahanya.⁷ Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan muncul dari ekspektasi, asumsi, dan keyakinan

⁶ Fransisca Rosana Christy, "Tak Capai 10%, OJK Sebut Indeks Literasi Keuangan Syariah Masih Rendah," *Bisnis Tempo*, January 2021.

⁷ Mega Usvita, "PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK NAGARI SYARIAH KCP SIMPANG EMPAT," *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 9, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.31846/jae.v9i1.339>.

terkait kepercayaan produk dan niat menggunakannya. Dalam hal ini, membangun kepercayaan harus menjadi prioritas, dan ini berarti nasabah mengambil risiko dalam jangka pendek.

Menurut teori kepercayaan yang dikemukakan oleh Mayer dan rekan-rekannya, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Yohana, dimensi yang membentuk kepercayaan konsumen meliputi competence, benevolence, dan integrity.⁸ Jumlah perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, kini terus berkembang. Di perguruan tinggi negeri, literasi keuangan didukung oleh berbagai program studi. IAIN Kediri adalah salah satu perguruan tinggi Islam Negeri di Kediri, yang memiliki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas ini menawarkan program studi seperti Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, dan Akuntansi Syariah, yang semuanya terkait dengan keuangan, terutama perbankan syariah. Mahasiswa, khususnya dari program studi perbankan syariah, memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan yang lebih mendalam dibandingkan masyarakat umum, sehingga seharusnya memiliki literasi keuangan yang lebih tinggi. Berikut adalah jumlah mahasiswa FEBI IAIN Kediri untuk angkatan 2018-2022.

Tabel 1.1

Data Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Tahun Angkatan 2021-2024

Tahun	Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah	Akuntansi Syariah	Manajemen Bisnis Syariah	Total
2021	187	155	95	188	625
2022	190	152	101	203	646
2023	169	114	105	190	578
2024	169	89	103	268	629

Sumber : Data Diolah

Maka pada penelitian ini berminat untuk melaksanakan penelitian pada mahasiswa IAIN Kediri program studi perbankan syariah angkatan tahun 2022 dikarenakan mahasiswa program studi perbankan syariah memiliki latar belakang keilmuan yang relevan dan secara akademik telah dibekali materi terkait keuangan syariah. Selain itu, sebagai calon praktisi di industri keuangan syariah, tingkat literasi mereka menjadi indikator penting untuk menilai kesiapan sumber daya manusia di sektor tersebut. Fokus pada mahasiswa program studi perbankan syariah juga

⁸ Yohana Neysa Setyawan and Edwin Japariato, "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Di Surabaya," *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014).

menghindari bias data yang mungkin muncul jika objek penelitian berasal dari prodi lain. Pada program studi perbankan syariah terdapat beberapa mata kuliah yang tidak didapatkan pada program studi lain yang ada di FEBI seperti Manajemen Resiko Bank Syariah, Produk dan Operasional Bank Syariah, Manajemen SDI Bank Syariah, Manajemen Dana Bank Syariah, dan masih banyak lagi. Peneliti juga memilih objek angkatan 2022, khususnya mahasiswa semester 7 dikarenakan mereka telah menyelesaikan sebagian besar mata kuliah tentang keuangan dan layanan perbankan secara mendalam. Selain itu, mahasiswa angkatan 2022 berada pada posisi yang tepat untuk memberikan wawasan mengenai pengalaman mereka dalam belajar dan tantangan yang telah dihadapi pada masa akhir studi.

Tabel 1.2
Jumlah Keputusan Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN
Kediri Angkatan 2022

Keterangan	Jumlah Mahasiswa
Memiliki Tabungan di Bank Syariah	26
Memiliki Tabungan di Bank Konvensional	13
Memiliki Tabungan di Bank Syariah dan Konvensional	110
Total	152

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan data, mayoritas mahasiswa perbankan syariah angkatan 2022 sudah menggunakan produk tabungan di bank syariah. Pembelajaran keuangan yang efektif akan membantu mereka dalam memahami, menilai, dan mengambil keputusan finansial.

Menurut Kotler, keputusan untuk menabung di bank syariah dipengaruhi oleh literasi keuangan, yang merupakan bagian dari pengetahuan nasabah dalam mengevaluasi layanan perbankan.⁹ Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada Januari 2024 di Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Kediri, mayoritas mahasiswa perbankan syariah telah memilih bank syariah untuk menyimpan dana mereka. Namun, masih terdapat sejumlah mahasiswa yang menggunakan layanan bank konvensional, baik dengan sistem dual kartu maupun secara eksklusif menggunakan bank konvensional. Proses pemilihan produk merupakan langkah evaluasi antara beberapa

⁹ Kotler Philip and Gary Armstrong, “Prinsip-Prinsip Pemasaran,” Penerbit Erlangga, 2013. 55.

alternatif, yang mencerminkan karakter pribadi serta pengambilan keputusan konsumen. Pilihan konsumen biasanya dibuat setelah mereka mempertimbangkan beberapa alternatif yang tersedia. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen ini sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatan mereka.¹⁰

Menurut Kotler, bauran pemasaran memiliki dampak yang besar terhadap keputusan konsumen. Keputusan ini mencakup tindakan yang berkaitan dengan pemilihan produk atau layanan yang dibutuhkan konsumen, yang pada saat yang sama juga memberikan manfaat atau keuntungan bagi perusahaan. Keputusan ini merupakan tindakan yang berkaitan dengan konsumsi produk atau jasa yang diperlukan oleh konsumen, sekaligus memberikan manfaat bagi perusahaan.¹¹ Oleh sebab itu, perusahaan perlu memahami dan mendalami faktor-faktor dalam bauran pemasaran yang memengaruhi keputusan konsumen. Pemahaman ini menjadi sangat penting untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif. Kotler dan Armstrong menyebutkan empat faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk menabung:¹²

1. Faktor kebudayaan meliputi budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.
2. Faktor sosial mencakup kelompok, keluarga, peran, dan status.
3. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap kehidupan, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta konsep diri dan kepribadian.
4. Faktor psikologi terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan, dan sikap.

Keempat faktor tersebut tentu memiliki dampak signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih untuk menabung di bank syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu cepat dalam mengidentifikasi peluang untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini penting karena perilaku konsumen akan memengaruhi keputusan mereka dalam menentukan produk atau layanan yang akan mereka pilih.¹³

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, seperti yang dikutip dalam penelitian Febri Susanti, menyatakan bahwa pemasar bank syariah harus mampu memahami situasi yang memunculkan kebutuhan spesifik konsumen dengan mengumpulkan data dari

¹⁰ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). 94.

¹¹ Philip and Armstrong, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran.*" Penerbit Erlangga, 2013. 83.

¹² *Ibid.*, .

¹³ Gede Adi Wirapradnyana, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah," *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 1, no. 1 (2013), <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v1i1.12765>.

berbagai pelanggan. Dengan informasi tersebut, pemasar dapat merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian dan minat konsumen.¹⁴ Sebelum merumuskan pertanyaan penelitian, observasi awal digunakan sebagai sumber pengetahuan utama. Observasi awal ini penting untuk memastikan adanya suatu masalah. Peneliti melakukan survei kepada 35 partisipan, yang merupakan bagian dari populasi dalam penelitian ini, sebagai langkah observasi awal. Berdasarkan hasil survei tersebut, ditemukan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022 yang aktif menabung di bank syariah, yaitu:

Tabel 1.3
Faktor-Faktor yang Memengaruhi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022 Menabung di Bank Syariah

Faktor yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan		Jumlah
Budaya	Budaya	0
	Sub Budaya	0
	Kelas Sosial	1
Sosial	Kelompok Referensi	2
	Keluarga	0
	Peran dan Status	1
Pribadi	Usia dan Tahap Daur Hidup	0
	Pekerjaan	0
	Situasi Ekonomi	1
	Gaya Hidup	2
	Kepribadian	2
Psikologi	Motivasi	1
	Persepsi	3
	Pengetahuan	16
	Kepercayaan dan Sikap	6
Total		35

Sumber: Data diolah

¹⁴ Febsri Susanti, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan," *Jurnal Kbp* 3, no. 1 (2015).

Sesuai hasil data yang diperoleh dari tabel 1.3, dapat diketahui bahwa keputusan mahasiswa menabung di bank syariah paling banyak dipengaruhi oleh faktor pengetahuan dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 16 responden. Sedangkan faktor peran dan status 1 responden, untuk kelas sosial, situasi ekonomi, motivasi masing-masing 1 responden. Selanjutnya untuk faktor gaya hidup dan kepribadian memiliki 2 responden, serta 3 responden memilih faktor persepsi. Sesuai data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan menjadi faktor yang paling banyak dipilih oleh mahasiswa prodi perbankan syariah IAIN Kediri angkatan 2022. Dimana faktor pengetahuan sendiri mencerminkan tingkat literasi keuangan seseorang.

Hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Moh Faiz Chusnul Yaqin (2022), bahwa literasi keuangan sangat berpengaruh dengan jumlah 66,1% sedangkan sisanya 33,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diikutkan dalam penelitian tersebut.¹⁵ Walaupun literasi keuangan memainkan peranan yang sangat penting dalam menentukan keputusan nasabah, namun ada beragam faktor lain yang turut memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfiatul Rohmaniah, menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Meskipun literasi konsumen tentang bank syariah berkembang, namun tidak selalu mendorong mereka untuk menggunakan bank syariah.¹⁶

Keputusan individu dalam menentukan layanan keuangan memiliki hubungan erat dengan tingkat literasi keuangannya. Tanpa literasi yang memadai, seseorang tidak akan memahami seluk-beluk layanan keuangan tersebut. Hal ini sejalan dengan pandangan Muna Dahlia, yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah mencakup beberapa indikator berikut:

- a. Pengetahuan, elemen penting yang menuntut seseorang untuk memahami konsep literasi keuangan guna mengelola keuangannya secara efektif. Aspek ini juga bertujuan untuk mendukung peningkatan kesejahteraan individu.

¹⁵ Moh Faiz Chusnul Yaqin, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2018 Institut Agama Islam Kediri Dalam Menabung Di Bank Syariah," *Undergraduate (S1) Thesis, IAIN Kediri*, 2022.

¹⁶ Alfiatul. Rohmaniah, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)," *E-Journal IAIN Salatiga*, 2019.

- b. Kemampuan, mengacu pada tingkat literasi yang tinggi, di mana seseorang mampu membuat keputusan keuangan yang bijaksana. Pengambilan keputusan ini menjadi salah satu komponen krusial dalam memahami dan menerapkan literasi keuangan.
- c. Sikap, dalam pengelolaan keuangan mencakup pemahaman tentang sumber pendapatan, kewajiban pembayaran, serta kemampuan membuka rekening, mengajukan pinjaman, dan merencanakan keuangan pribadi di lembaga syariah.
- d. Kepercayaan, kemampuan setiap individu untuk membangun rasa percaya diri yang kuat dalam menyusun perencanaan kebutuhan jangka panjang.¹⁷

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas, peneliti memilih mahasiswa prodi perbankan syariah sebagai sampel pada penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat literasi keuangan syariah pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Kediri angkatan 2022?
2. Bagaimana keputusan menabung mahasiswa perbankan syariah IAIN Kediri pada bank syariah angkatan 2022?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah IAIN Kediri angkatan 2022 pada bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui literasi keuangan syariah pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Kediri angkatan 2022
2. Untuk mengetahui keputusan menabung mahasiswa perbankan syariah IAIN Kediri angkatan 2022 pada bank syariah
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah IAIN Kediri angkatan 2022 pada bank syariah

¹⁷ Muna Dahlia, “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry),” *Corporate Governance (Bingley)* 10, no. 1 (2020).

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Lembaga Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga terkait, khususnya bank syariah, dalam mengedukasi masyarakat, terutama warga Kota Kediri, mengenai pentingnya literasi keuangan berbasis syariah.

2. Bagi Mahasiswa

Temuan penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperluas pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah sekaligus menjadi acuan bagi penelitian lanjutan di masa mendatang.

3. Bagi Penulis

Penulis menjadikan penelitian ini sebagai sarana untuk dapat memperluas ilmu dan sebagai prasyarat untuk meraih gelar Sarjana di Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

E. Telaah Pustaka

- 1) *Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah* oleh Ahmad Fauzi dan Indri Murniawaty (2020), mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES). Hasil penelitian ini menunjukkan variabel religiusitas secara parsial memberikan pengaruh sebesar 4,494% terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Sementara itu, literasi keuangan syariah memiliki pengaruh parsial sebesar 17,977%. Secara simultan, kedua variabel ini memberikan kontribusi sebesar 25,3% terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah ¹⁸

Persamaan penelitian yaitu pertama sama-sama termasuk penelitian kuantitatif. Kedua, penggunaan variabel X literasi keuangan syariah. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan variabel Y, di mana pada penelitian pertama digunakan variabel minat menjadi nasabah, sementara pada penelitian lainnya digunakan variabel minat menabung. Kedua, perbedaan objek yang diteliti. Dimana penelitian sebelumnya menggunakan Mahasiswa FE UNNES 2016 sebagai objek penelitiannya, sedangkan penelitian ini menggunakan mahasiswa Prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022.

¹⁸ Ahmad Fauzi and Indri Murniawaty, "Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah," *EEAJ Economic Education Analysis Journal* 9, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>.

- 2) *Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya* oleh Putri Dyah Wardani dan Susanti (2019), mahasiswa Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Hasil penelitian ini, keempat variabel independen meliputi variabel kontrol diri, religiusitas, literasi keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yakni perilaku menabung di bank syariah.¹⁹

Persamaan pada penelitian ini yaitu pertama, sama-sama termasuk penelitian kuantitatif. Kedua, penggunaan variabel X literasi keuangan. Perbedaan penelitian yaitu yang pertama, penggunaan variabel X perilaku menabung bukan minat menabung. Kedua, terdapat perbedaan objek yang diteliti. Dimana penelitian sebelumnya menggunakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA) sebagai objek penelitiannya, sedangkan penelitian ini menggunakan mahasiswa Prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022.

- 3) *Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah* oleh Fajar Sodik, M. Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, dan Raida Nadia Syahita (2022), mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah, sementara religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.²⁰

Persamaan pada penelitian ini yaitu yang pertama, sama-sama termasuk penelitian kuantitatif. Kedua, penggunaan variabel Y minat menabung. Perbedaan penelitian yaitu yang pertama, penggunaan variabel X pengetahuan produk dan religiusitas bukan literasi keuangan syariah. Kedua, terdapat perbedaan objek yang diteliti. Dimana penelitian sebelumnya menggunakan mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga non-prodi perbankan syariah sebagai objek penelitiannya, sedangkan penelitian ini menggunakan mahasiswa Prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022.

¹⁹ Putri Dyah Wardani and Susanti, "Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya," *Jurnal Pendidikan Akuntansi* 7, no. 2 (2019).

²⁰ Fajar Sodik et al., "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (2022).

- 4) *Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah* oleh Himayatul Khusna (2018), mahasiswa IAIN Kediri. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri, sementara inklusi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mereka dalam menggunakan lembaga keuangan syariah.²¹

Persamaan pada penelitian ini yaitu pertama, sama-sama termasuk pada penelitian kuantitatif. Kedua, penggunaan variabel X literasi keuangan. Perbedaan penelitian yaitu yang pertama, penggunaan variabel Y minat mahasiswa menggunakan lembaga keuangan syariah bukan minat menabung. Kedua, terdapat perbedaan objek yang diteliti. Dimana penelitian sebelumnya menggunakan mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri sebagai objek penelitiannya, sedangkan penelitian ini menggunakan mahasiswa Prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022.

- 5) *Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah* oleh Moch Yusuf Rizal (2024), mahasiswa IAIN Kediri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kediri berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam menabung baik secara mandiri atau perorangan maupun melalui lembaga keuangan.²²

Persamaan pada penelitian ini yaitu penggunaan variabel X literasi keuangan syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu yang pertama, peneliti sebelumnya menggunakan penelitian kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Kedua, penggunaan variabel Y minat mahasiswa dalam menggunakan lembaga keuangan syariah bukan minat menabung pada bank syariah. Ketiga, terdapat perbedaan objek yang diteliti. Dimana penelitian sebelumnya menggunakan mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN Kediri sebagai objeknya. Berbeda dengan penelitian ini, yang fokus pada mahasiswa prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022.

²¹ Himayatul Khusna, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah" (IAIN Kediri, 2018).

²² Rizal Moch Yusuf, "Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah" (IAIN Kediri, 2024).

F. Hipotesis Penelitian

Sugiyono mengatakan bahwa hipotesis merupakan solusi sementara untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Disebutkan bahwa, meskipun jawaban baru-baru ini berlandaskan teori yang relevan, pernyataan tersebut belum didukung oleh bukti empiris yang didapatkan melewati pengumpulan data.²³ Adapun dugaan sementara dalam penelitian ini yakni :

Ho : Literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2022 di IAIN Kediri pada Bank Syariah.

Ha : Literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2022 di IAIN Kediri pada Bank Syariah.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta. 2017), 96.