

**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Literasi Digital Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah Di Mataram**<sup>1</sup>Irma Aulia, <sup>2</sup>Irianto, <sup>3</sup>Hj.Erviva Fariantin<sup>123</sup>sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM[irmaaulia203@gmail.com](mailto:irmaaulia203@gmail.com), [irianto2030@gmail.com](mailto:irianto2030@gmail.com), [erviva65@gmail.com](mailto:erviva65@gmail.com)**Abstract**

*This research aims to examine the influence of sharia financial literacy, digital literacy, and religiosity on generation Z's interest in saving at Sharia Banks in Mataram. The research variables consist of three independent variables, namely Islamic financial literacy (X1), digital literacy (X2), and religiosity (X3), as well as one dependent variable, saving interest (Y). The population of this study was Management students at STIE AMM. The sample was selected using the voluntary response sampling technique, with a total of 60 respondents participating by completing the questionnaire. Data were analyzed using multiple linear regression. The results indicate that, partially, religiosity has a significant effect on saving interest, while Islamic financial literacy and digital literacy do not have significant individual effects. Simultaneously, the three independent variables significantly influence saving interest. Religiosity emerged as the dominant variable, emphasizing the importance of integrating spiritual values in driving Sharia-based financial decisions. The independent variables in this study explain 58.4% of the dependent variable, while the remaining 41.6% is influenced by other factors outside the research model.*

**Keywords:** *Islamic Financial Literacy, Digital Literacy, Religiosity, Saving Interest, Islamic Banks.*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah, literasi digital, dan religiusitas terhadap minat menabung generasi Z pada Bank Syariah di Mataram. Variabel penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan syariah (X1), literasi digital (X2), dan religiusitas (X3), serta satu variabel dependen, yaitu minat menabung (Y). Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen STIE AMM. Sampel diambil menggunakan teknik *voluntary response sampling* dengan jumlah 60 responden yang bersedia mengisi kuesioner. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung, sedangkan literasi keuangan syariah dan literasi digital tidak berpengaruh signifikan secara individu. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Religiusitas menjadi variabel dominan, menegaskan pentingnya integrasi nilai spiritual dalam mendorong keputusan keuangan berbasis syariah. Variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 58,4%, sementara sisanya sebesar 41,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan Syariah, Literasi Digital, Religiusitas, Minat Menabung, Bank Syariah.

## PENDAHULUAN

Industri keuangan syariah memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis syariah di Indonesia. Perkembangannya memberikan peluang besar bagi Indonesia untuk menjadi salah satu pemain utama di pasar keuangan syariah global. Lembaga keuangan syariah berperan sebagai perantara yang menyalurkan dana dari pihak yang memiliki *surplus* dana kepada pihak yang membutuhkan, dengan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip syariah. Lembaga keuangan syariah terbagi menjadi dua kategori, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non-bank. Lembaga keuangan bank meliputi Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), sedangkan lembaga keuangan non-bank mencakup berbagai layanan seperti asuransi syariah, pembiayaan syariah, dana pensiun syariah, lembaga keuangan mikro syariah, jasa keuangan khusus syariah, serta teknologi finansial berbasis syariah (*fintech syariah*).

Menurut data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2024, perbankan syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pangsa pasar perbankan syariah tercatat mencapai 7,38%, sementara total asetnya tumbuh sebesar 9,71%, mencapai sekitar Rp 900 triliun. Selain itu, pembiayaan syariah juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yakni 14,07% hingga Mei 2024, bahkan melampaui pertumbuhan pembiayaan perbankan konvensional. Pertumbuhan ini didorong oleh inovasi produk, digitalisasi layanan, dan penguatan ekosistem ekonomi syariah. OJK juga meluncurkan roadmap 2023-2027 yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing perbankan syariah dan memperluas inklusi keuangan, dengan fokus pada produk-produk syariah yang lebih inklusif, serta mendukung sektor UMKM dan ekonomi halal di Indonesia (Selvi Mayasari, 2024).

Perbankan syariah di Nusa Tenggara Barat (NTB), juga menunjukkan perkembangan pesat selama beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), aset perbankan syariah di NTB tumbuh sebesar 30,7% dan kini menyumbang 31,18% dari total aset perbankan di wilayah tersebut. Selain peningkatan aset, Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dihimpun oleh bank-bank syariah di NTB juga mencatat kenaikan signifikan sebesar 57,7%. Pertumbuhan ini mencerminkan kepercayaan yang semakin kuat dari masyarakat terhadap sistem keuangan syariah, yang diterima baik oleh kalangan Muslim maupun non-Muslim. Secara keseluruhan, perkembangan ini menegaskan bahwa perbankan syariah telah menjadi bagian penting dari sistem keuangan di NTB, dengan kontribusi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat secara inklusif dan berkelanjutan (Awaludin, 2019).

Sebagai ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat, Kota Mataram memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan perbankan syariah di wilayah ini. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bank-bank syariah yang beroperasi di Mataram. Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan tahun 2024, terdapat sembilan bank syariah yang beroperasi di Mataram. Bank NTB Syariah memiliki jumlah kantor terbanyak yaitu 11 kantor, diikuti oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan 5 kantor. Sementara itu, Bank Muamalat, Bank BTN Syariah, Bank BTPN Syariah, Bank Danamon Syariah, Bank Mega Syariah, BPR Syariah Dinar Ashri, dan Bank Nano Syariah masing-masing memiliki 1 kantor cabang di Mataram. Perkembangan ini terjadi dalam kurun waktu sekitar satu dekade terakhir tahun 2024, seiring dengan transformasi sejumlah bank konvensional menjadi unit usaha syariah serta konsolidasi perbankan syariah nasional, seperti merger yang membentuk Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021. Dari segi produk tabungan, rata-rata bank-bank tersebut menawarkan produk serupa seperti **TabunganKu iB**, **Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel)**, dan **Tabungan Haji**, yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan menabung masyarakat umum, pelajar, serta nasabah yang berencana melaksanakan ibadah haji.

Mahasiswa STIE AMM Mataram, khususnya di Program Studi Manajemen, merupakan bagian dari Generasi Z yang memiliki pemahaman yang baik tentang perkembangan ekonomi dan bisnis. Mereka cenderung terbuka terhadap perubahan dan inovasi, serta aktif mencari informasi untuk mendukung keputusan-keputusan keuangan mereka. Sebagai generasi yang dinamis, mahasiswa ini memiliki potensi besar untuk berperan dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia.

Namun, berdasarkan studi empiris yang dilakukan melalui wawancara kepada 10 responden yang berasal dari kalangan mahasiswa STIE AMM prodi manajemen, tidak ada satupun yang memiliki rekening di bank syariah. Walaupun responden mengetahui tentang keberadaan bank syariah dan produknya, hal ini mencerminkan adanya *gap* dalam hal penerimaan dan pemanfaatan produk perbankan syariah, khususnya di kalangan generasi Z. Kondisi ini menjadi pertanyaan yang mendasar mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku generasi Z dalam memilih bank, terutama bank Syariah sebagai tempat untuk menabung.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku menabung di Bank Syariah pada mahasiswa adalah literasi keuangan Syariah, yaitu pemahaman mahasiswa tentang produk-produk keuangan berbasis syariah dan bagaimana produk tersebut beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Di STIE AMM Mataram, khususnya di Program Studi Manajemen, mahasiswa juga dibekali dengan mata kuliah Ekonomi Islam. Hal ini memberikan mereka dasar

pengetahuan tentang prinsip-prinsip keuangan syariah, yang berpotensi mendorong pemahaman mereka terhadap produk-produk perbankan syariah dan meningkatkan minat mereka untuk menabung di Bank Syariah.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Bahru Ilmi Dafiq et al., (2022) dan Isra Oktarina Izzuddin (2023) menemukan bahwa minat Generasi Z terhadap bank syariah dipengaruhi oleh literasi keuangan. Akan tetapi, hasil dalam penelitian Lani Dwi Yuliawati (2022) dan Hakim et al., (2020) menyatakan bahwa, literasi (pengetahuan) tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah. Artinya mahasiswa yang memiliki pengetahuan lebih tentang bank syariah belum tentu memilih menabung di bank syariah.

Selain itu, literasi digital juga menjadi faktor krusial. Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber yang diperoleh melalui media untuk menunjang aktivitas kehidupan sehari-hari. Pemasaran di media sosial menjadi salah satu hal yang relevan karena Generasi Z sangat akrab dengan media sosial. Dengan meningkatnya digitalisasi di berbagai sektor, termasuk perbankan, kemampuan generasi muda dalam mengakses dan memanfaatkan layanan perbankan digital turut memengaruhi keputusan mereka dalam memilih bank, termasuk Bank Syariah.

Mahasiswa Program Studi Manajemen di STIE AMM Mataram, terbiasa melakukan berbagai aktivitas sehari-hari yang melibatkan penggunaan teknologi digital, seperti dalam mengerjakan tugas, mencari referensi akademik, atau berinteraksi di lingkungan kampus. Kebiasaan ini memperkuat kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi, termasuk untuk mengakses informasi terkait layanan keuangan. Dengan latar belakang ini, mahasiswa memiliki potensi besar untuk mendukung pengembangan perbankan syariah, terutama dalam pemanfaatan *fintech* syariah yang semakin berkembang. Namun dalam penelitian Luci Pangrazio et al., (2020) variabel literasi digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat. Artinya tingkat literasi digital tidak berpengaruh terhadap tingkat minat generasi Z di Desa Wonorejo pada bank syariah. Hal ini dimungkinkan karena akses internet yang belum merata dan kecepatan internet yang masih rendah di beberapa wilayah, sehingga menghambat proses penyebaran informasi digital. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah Salsabila (2019) yang mengatakan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner untuk berpindah ke sistem jual beli berbasis digital.

Tidak hanya peningkatan literasi keuangan Islam dan literasi digital, religiusitas juga menjadi faktor lain yang mendorong seseorang untuk menggunakan lembaga keuangan Islam.

Religiusitas merupakan motivasi utama yang memengaruhi keputusan dalam memilih layanan keuangan berbasis prinsip syariah, dengan agama sebagai landasan norma yang membimbing penganutnya untuk melaksanakan perintah dan menjauhi larangan. Faktor seperti tingkat ketaatan beragama, praktik ibadah, dan keterlibatan dalam komunitas keagamaan berperan signifikan dalam membentuk perilaku keuangan seseorang (Nursyella Binti Hasbullah, 2023).

Mahasiswa Program Studi Manajemen di STIE AMM umumnya merupakan individu yang beragama dan cenderung menjadikan nilai-nilai keagamaan sebagai pedoman dalam kehidupan, termasuk dalam memilih layanan keuangan. Mereka akan lebih memilih menghindari transaksi yang bertentangan dengan prinsip agama mereka dan mendukung layanan keuangan yang selaras dengan nilai-nilai tersebut. Hal ini terutama terlihat pada mahasiswa beragama Islam, yang cenderung akan menghindari riba karena jelas dilarang dalam ajaran agamanya. Riba dianggap sebagai hal yang tidak hanya haram, tetapi juga menghilangkan keberkahan dari harta yang diperoleh. Akan tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh Lani Dwi Yulawati (2022), Sayyidatul Maghfiroh (2018) dan Nur Lita Faridah et al., (2021) menyatakan bahwa, religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Artinya semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa, belum tentu mempengaruhi minat menabung seseorang di bank syariah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2021). Peneliti ingin mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu literasi keuangan syariah (X1), literasi digital (X2) dan religiusitas (X3), dengan variabel dependennya yaitu minat menabung pada Bank Syariah di Mataram (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi manajemen STIE AMM yang berjumlah 148 orang. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus slovin dengan standar *error* 10% sehingga diperoleh 60 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu dengan teknik *voluntary response sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kerelaan subjek untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh para responden yang disebarkan secara online dengan menggunakan *google form* melalui *WhatsApp* kepada mahasiswa aktif di STIE AMM prodi manajemen, sehingga

mempermudah distribusi dan partisipasi responden. Kuesioner ini menggunakan skala likert untuk mengukur tanggapan responden dengan skor, sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen yang secara sukarela bersedia mengisi kuesioner. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner tersebut, diketahui karakteristik responden sebagaimana ditampilkan pada tabel 2 :

### Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	25	42%
	Perempuan	35	58%
Agama	Islam	48	80%
	Hindu	7	12%
	Katolik	3	5%
	Kristen Protestan	2	3%
Semester	Semester 1	9	15%
	Semester 3	6	10%
	Semester 5	24	40%
	Semester 7	21	35%

Sumber : Data diolah, 2024

### Hasil Uji Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan Syariah	60	2	5	4,06	,595
Literasi Digital	60	2	5	4,08	,482
Religiusitas	60	2	5	4,12	,524
Minat Menabung	60	2	5	4,00	,521
Valid N (listwise)	60				

Sumber : *Output SPSS*, 2024

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif terhadap 60 tanggapan responden, diperoleh skor rata-rata untuk variabel literasi keuangan syariah sebesar **4,06**, yang dikategorikan baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yang merupakan mahasiswa Manajemen di STIE AMM, memiliki pemahaman yang baik terhadap keuangan syariah. Pada variabel literasi digital, diperoleh skor rata-rata sebesar **4,08**, yang juga dikategorikan baik. Hasil ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat literasi digital yang baik. Sementara itu, pada

variabel religiusitas, diperoleh skor rata-rata sebesar **4,12**, yang tergolong baik, menunjukkan bahwa mahasiswa Manajemen di STIE AMM memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Adapun tanggapan responden terhadap variabel minat menabung di bank syariah, diperoleh skor rata-rata sebesar **4,00**, yang dikategorikan baik. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki minat yang baik untuk menabung di bank syariah. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa prodi Manajemen di STIE AMM memiliki pemahaman yang baik terhadap keuangan syariah, tingkat literasi digital yang memadai, serta religiusitas yang kuat, yang berkontribusi terhadap minat mereka untuk menabung di bank syariah.

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,558	0,2542	Valid	0,860	Reliabel
		X1.2	0,69	0,2542	Valid		
		X1.3	0,837	0,2542	Valid		
		X1.4	0,528	0,2542	Valid		
		X1.5	0,757	0,2542	Valid		
		X1.6	0,824	0,2542	Valid		
		X1.7	0,739	0,2542	Valid		
		X1.8	0,49	0,2542	Valid		
		X1.9	0,759	0,2542	Valid		
2	Literasi Digital (X2)	X2.1	0,696	0,2542	Valid	0,824	Reliabel
		X2.2	0,692	0,2542	Valid		
		X2.3	0,752	0,2542	Valid		
		X2.4	0,344	0,2542	Valid		
		X2.5	0,499	0,2542	Valid		
		X2.6	0,613	0,2542	Valid		
		X2.7	0,561	0,2542	Valid		
		X2.8	0,659	0,2542	Valid		
		X2.9	0,445	0,2542	Valid		
		X2.10	0,574	0,2542	Valid		
		X2.11	0,758	0,2542	Valid		
3	Religiusitas (X3)	X3.1	0,788	0,2542	Valid	0,907	Reliabel
		X3.2	0,731	0,2542	Valid		
		X3.3	0,683	0,2542	Valid		
		X3.4	0,686	0,2542	Valid		
		X3.5	0,708	0,2542	Valid		
		X3.6	0,655	0,2542	Valid		
		X3.7	0,833	0,2542	Valid		
		X3.8	0,75	0,2542	Valid		
		X3.9	0,813	0,2542	Valid		
		X3.10	0,651	0,2542	Valid		
		X3.11	0,491	0,2542	Valid		

No	Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
		X3.12	0,442	0,2542	Valid		
		X3.13	0,526	0,2542	Valid		
		X3.14	0,471	0,2542	Valid		
		X3.15	0,614	0,2542	Valid		
		Y1	0,841	0,2542	Valid		
		Y2	0,589	0,2542	Valid		
		Y3	0,56	0,2542	Valid		
		Y4	0,488	0,2542	Valid		
4	Minat Menabung di Bank Syariah (Y)	Y5	0,522	0,2542	Valid	0,885	Reliabel
		Y6	0,748	0,2542	Valid		
		Y7	0,729	0,2542	Valid		
		Y8	0,788	0,2542	Valid		
		Y9	0,708	0,2542	Valid		
		Y10	0,79	0,2542	Valid		
		Y11	0,7	0,2542	Valid		

Sumber : *Output SPSS, 2024*

Berdasarkan tabel hasil uji validitas tersebut, dapat dilihat bahwa semua nilai *r hitung* dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai *r tabel* sebesar 0,2542. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid. Dari hasil uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, literasi digital, religiusitas, dan minat menabung di bank syariah yang digunakan dalam penelitian ini tergolong reliabel.

### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30770050
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.059
	Positive	.040
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : *Output SPSS, 2024*

Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan ketentuan bila nilai signifikan hitung  $> 0,05$  berarti variabel berdistribusi normal dan sebaliknya bila nilai signifikan hitung  $< 0,05$  berarti variabel tidak berdistribusi normal (Ghozali I., 2018). Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, maka data yang diuji memenuhi asumsi distribusi normal.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah	0,265	3,775	Tidak terjadi multikolinearitas
Literasi Digital	0,428	2,337	Tidak terjadi multikolinearitas
Religiusitas	0,413	2,419	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : *Output SPSS, 2024*

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* pada model regresi. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas jika memenuhi kriteria *tolerance*  $> 0,10$  dan *VIF*  $< 10$  (Ghozali I., 2018). Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 6, diketahui variabel literasi keuangan Syariah, literasi digital dan religiusitas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.656	.236		2.779	.007
Literasi Keuangan Syariah	.038	.076	.124	.491	.625
Literasi Digital	-.097	.080	-.240	-1.206	.233
Religiusitas	-.041	.070	-.118	-.582	.563

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : *Output SPSS, 2024*

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas jika

nilai signifikansinya lebih besar dari 5% (Sugiyono, 2021). Jika dilihat dari tabel 7, semua variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$ , hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.759	.414		1.832	.072
Literasi Keuangan Syariah	.142	.134	.172	1.055	.296
Literasi Digital	.112	.141	.102	.797	.429
Religiusitas	.530	.122	.567	4.343	.000

a. Dependent Variable: MEAN\_Y

Sumber : Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda tersebut, didapatkan persamaan regresi yaitu  $Y = 0,759 + 0,142X_1 + 0,112X_2 + 0,530X_3$  hal ini dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai *constant* adalah 0,759 yang artinya jika tidak terjadi perubahan variabel literasi keuangan syariah, literasi digital dan religiusitas (nilai  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  adalah 0). Maka, minat menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa Manajemen di STIE AMM sebesar 0,759 satuan.
2. Pengaruh variabel literasi keuangan syariah ( $X_1$ ) terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y), berdasarkan hitungan program SPSS, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,142. Artinya untuk setiap peningkatan variabel literasi keuangan syariah sebanyak 1 satuan akan meningkatkan minat menabung di Bank Syariah sebesar 0,142 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Pengaruh variabel literasi digital ( $X_2$ ) terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y), berdasarkan hitungan program SPSS, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,112. Artinya untuk setiap peningkatan variabel literasi digital sebanyak 1 satuan akan meningkatkan minat menabung di Bank Syariah sebesar 0,112 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Pengaruh variabel religiusitas ( $X_3$ ) terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y), berdasarkan hitungan program SPSS, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,530.

Artinya untuk setiap peningkatan variabel religiusitas sebanyak 1 satuan akan meningkatkan minat menabung di Bank Syariah sebesar 0,530 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji parsial (uji statistik t) digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel antara literasi keuangan syariah, literasi digital, dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah. Dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikan < 0,05 atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  diperoleh melalui distribusi T dengan ketentuan  $df = n - k - 1$ . Nilai  $df = 60 - 3 - 1$  dengan tingkat signifikan 0,05, sehingga didapatkan  $t_{tabel}$  sebesar 1.67252. Hasil Perhitungan uji t serta tingkat signifikan masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 8 dengan penjelasan berikut ini :

- 1 Pada tabel literasi keuangan syariah ( $X_1$ ), nilai  $t_{hitung}$  (1,055) <  $t_{tabel}$  (1,67252), dan signifikansinya adalah  $0,296 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y).
- 2 Pada tabel literasi digital ( $X_2$ ), nilai  $t_{hitung}$  (0,797) <  $t_{tabel}$  (1,67252), dan signifikansinya adalah  $0,429 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi digital tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y).
- 3 Pada tabel religiusitas ( $X_3$ ), nilai  $t_{hitung}$  (4,343) >  $t_{tabel}$  (1,67252), dan signifikansinya adalah  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y).

**Hasil Uji F (Simultan)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	8.558	3	2.853	28.599	.000 <sup>b</sup>
Residual	5.586	56	.100		
Total	14.144	59			

a. Dependent Variable: MEAN\_Y

a. Predictors: (Constant), MEAN\_X3, MEAN\_X2, MEAN\_X1

Sumber : *Output* SPSS, 2024

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) dari variabel literasi keuangan syariah, literasi digital, dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah. Dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikan < 0,05 atau nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  diperoleh melalui distribusi F dengan ketentuan  $df = (k; n - k)$ . Nilai  $df = (3; 60 - 3)$  dengan tingkat signifikan 0,05, sehingga didapatkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,77. Berdasarkan tabel *output* SPSS pada tabel 9, diketahui nilai  $F_{hitung}$  (28,599) >  $F_{tabel}$  (2,77) dan nilai signifikansinya adalah  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah ( $X_1$ ), literasi digital ( $X_2$ )

dan religiusitas (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y).

Uji beta ( $\beta$ ) digunakan untuk mengetahui variabel yang memiliki pengaruh dominan diantara literasi keuangan syariah, literasi digital dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah. Hal ini dapat diketahui dengan melihat rangking koefisien regresi yang distandartkan ( $\beta$ ) atau *standardized coefficients* beta dari masing-masing variabel bebas yang signifikan berdasarkan hasil *output* SPSS pada tabel 8. Variabel yang memiliki koefisien beta terbesar merupakan variabel bebas (X) yang dominan terhadap variabel terikat (Y). Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa variabel yang memiliki *standardized coefficients* beta terbesar yaitu variabel religiusitas yang bernilai 0,567, lebih besar dari variabel literasi keuangan syariah (0,172) dan literasi digital (0,102). Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh dominan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 <sup>a</sup>	.605	.584	.316

a. Predictors: (Constant), MEAN\_X3, MEAN\_X2, MEAN\_X1

Sumber : *Output* SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 10, dapat dilihat bahwa hasil analisis menunjukkan besarnya nilai *adjusted R square* yang terdapat pada tabel model *summary* sebesar 0,584. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, literasi digital, dan religiusitas (variabel bebas) berkontribusi sebesar 58,4% terhadap minat menabung di Bank Syariah (variabel terikat), sementara sisanya 41,6% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Variabel-variabel tersebut dapat mencakup kemudahan akses layanan bank syariah, tingkat promosi bank, pengaruh sosial, dan kondisi ekonomi responden.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Parsial Literasi Keuangan Syariah, Literasi Digital, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah di Mataram

Berdasarkan hasil uji t, variabel literasi keuangan syariah (X<sub>1</sub>) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,055, yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,67252, dengan nilai signifikansi 0,296 (lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan literasi keuangan syariah berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung pada Bank Syariah di Mataram

ditolak. Selanjutnya, variabel literasi digital ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,797, yang juga lebih kecil dari  $t_{tabel}$ , dengan nilai signifikansi sebesar 0,429 (lebih besar dari 0,05). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan literasi digital berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung pada Bank Syariah di Mataram juga ditolak. Sementara itu, variabel religiusitas ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,343, yang lebih besar dari  $t_{tabel}$ , serta nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung pada Bank Syariah di Mataram diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa aspek religiusitas memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Tingginya nilai signifikan pada variabel religiusitas mencerminkan bahwa mahasiswa yang memiliki komitmen lebih kuat terhadap nilai-nilai spiritual dan keyakinan agama mereka cenderung lebih memilih produk perbankan syariah, yang dianggap selaras dengan prinsip-prinsip etis sesuai ajaran agama masing-masing. Selain itu, literasi keuangan syariah dan literasi digital tetap memiliki peran dalam mendukung minat menabung mahasiswa di Bank Syariah, meskipun tidak signifikan secara parsial. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan upaya edukasi dan pemanfaatan teknologi yang lebih intensif untuk memperkuat pemahaman serta kepercayaan mahasiswa terhadap produk dan layanan perbankan syariah. Dengan pendekatan yang lebih terarah, literasi keuangan syariah dan literasi digital dapat menjadi faktor pendukung yang lebih berpengaruh dalam keputusan menabung di masa mendatang.

### **Pengaruh Simultan Literasi Keuangan Syariah, Literasi Digital, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah di Mataram**

Hasil uji F menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, literasi digital, dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar 28,599 (lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,77) dengan nilai signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05) mengindikasikan bahwa hipotesis yang menyatakan ketiga variabel ini berpengaruh secara simultan diterima.

Secara kolektif, variabel-variabel tersebut mencerminkan aspek penting yang berkontribusi dalam membangun minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Literasi keuangan syariah membantu mahasiswa memahami prinsip dan produk keuangan syariah secara lebih baik, literasi digital mempermudah mereka mengakses informasi dan layanan perbankan dengan lebih efisien, sementara religiusitas memberikan motivasi yang kuat berbasis nilai-nilai

spiritual dan keyakinan agama masing-masing. Kombinasi dari ketiga faktor ini mencerminkan pendekatan yang komprehensif, di mana edukasi, pemanfaatan teknologi, dan penguatan aspek spiritual dapat secara bersama-sama meningkatkan kepercayaan serta daya tarik mahasiswa terhadap layanan perbankan syariah.

### **Literasi Keuangan Syariah sebagai Variabel Dominan**

Dari hasil analisis nilai beta ( $\beta$ ), religiusitas ( $X_3$ ) memiliki *standardized coefficients* beta sebesar 0,567, yang tertinggi dibandingkan dengan literasi keuangan syariah (0,172) dan literasi digital (0,102). Ini menunjukkan bahwa religiusitas adalah variabel dominan dalam memengaruhi minat menabung mahasiswa. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah merupakan variabel dominan ditolak.

Dominasi religiusitas sebagai variabel utama menggambarkan bahwa keyakinan agama mahasiswa sangat menentukan keputusan mereka dalam menggunakan layanan bank syariah. Kepercayaan terhadap nilai-nilai agama yang diintegrasikan ke dalam produk keuangan syariah memberikan daya tarik kuat yang tidak dapat digantikan oleh faktor literasi keuangan atau literasi digital saja. Oleh karena itu, bank syariah dapat memanfaatkan keunggulan ini dengan menonjolkan nilai-nilai religius dalam strategi pemasaran dan komunikasi mereka.

### **SIMPULAN**

Hasil penelitian pada mahasiswa Program Studi Manajemen di STIE AMM Mataram menunjukkan bahwa secara parsial, literasi keuangan syariah dan literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah, meskipun mahasiswa memahami prinsip keuangan syariah dan memiliki kemampuan digital yang baik. Sebaliknya, religiusitas berpengaruh signifikan, di mana mahasiswa dengan tingkat religiusitas tinggi lebih berminat menabung di Bank Syariah karena kesesuaian layanan dengan prinsip keagamaan mereka. Secara simultan, ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, dengan religiusitas sebagai faktor dominan yang menjadi motivasi utama mahasiswa dalam memilih Bank Syariah.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Awaludin. (2019, November 26). *OJK: Perkembangan Perbankan Syariah Di NTB Luar Biasa. Inside Lombok*. <https://insidelombok.id/berita-%20utama/ojk-perkembangan-perbankan-syariah-di-ntb-luar-biasa/>

- Bahru Ilmi Dafiq, Amalia Nuril Hidayati, & Muhammad Alhada Fuadilah Habib. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Digital Marketing, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Generasi Z Pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, Volume 4(Number 11), 4971–4982. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1856>
- Fadhilah Salsabila. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar. <https://eprints.unm.ac.id/14271/>
- Ghozali I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. In *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Muhammad Arief Rachman, & Aminnullah Achmad Muttaqin, M. Sc. ,Fin. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Islam Kota Malang). <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/187033/>
- Isra Oktarina Izzuddin. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Para Guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Puteri Menabung Di Bank Syariah. <https://idr.uin-antasari.ac.id/23755/2/AWAL.pdf>
- Lani Dwi Yuliahwati. (2022). Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3673/1/SKRIPSI%20Lani%20dwi%20yuliahwati%20185231149%20.pdf>
- Luci Pangrazio, Anna-Lena Godhe, & Alejo Gonzalez Lopez Ledesma. (2020). What Is Digital Literacy? A Comparative Review Of Publications Across Three Language Contexts. *E-Learning And Digital Media*, 17(6), 442–459. <https://doi.org/10.1177/2042753020946291>
- Nur Lita Faridah, Luqman Hakim, & Tri Sudarwanto. (2021). Pengaruh Pembelajaran Insert Ekonomi Syariah, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Journal Of Islamic Economic Development*, Volume 5(No.2), 98–113. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/istithmar/article/view/81>
- Nursyella Binti Hasbullah. (2023). Pengaruh Religiusitas, Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Generasi Z Di Kota Palopo). <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/7749/1/FIX%20SKRIPSI%20NURSYELLA%20BINTI%20HASBULLAH...pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Daftar Alamat Kantor Pusat Bank Umum Dan Syariah. In Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/Pages/Daftar-Alamat-Kantor-Pusat-Bank-Umum-Dan-Syariah.aspx>
- Sayyidatul Maghfiroh. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush

Shalihat. Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, 7(3).  
<http://101.203.168.44/index.php/ekonomi/article/view/10518>

Selvi Mayasari. (2024, July 3). Pangsa Pasar Perbankan Syariah Tumbuh 7,38% Pada Maret 2024, OJK Beberkan Pemicunya. Kontan.co.id.  
<https://keuangan.kontan.co.id/news/pangsa-pasar-perbankan-syariah-tumbuh-738-pada-maret-2024-ojk-beberkan-pemicunya>

Sugiyono. (2021). Buku Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif,Kualitatif,Kombinasi R&D Dan Penelitian Pendidikan). In Bandung : Penerbit Alfabeta.