

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PENGETAHUAN PRODUK DAN PERILAKU TERHADAP KEPUTUSAN DEBITUR MEMILIH PRODUK MUDHARABAH PADA PT BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU GOWA

Nur Asia¹, Ismawati², Muhammad Taufiq³, Siti Fatimah⁴, Samsul⁵
nurasyahsyahhh@gmail.com¹, ismawati@uin-alauddin.ac.id², akhtarfifi@gmail.com³,
imafebisamata@gmail.com⁴, samsul@uin-alauddin.ac.id⁵
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan perilaku terhadap keputusan debitur dalam memilih produk mudharabah pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gowa. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah rendahnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan syariah, khususnya mudharabah, yang ditunjukkan dengan fluktuasi jumlah debitur dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap debitur Bank Muamalat yang menggunakan produk mudharabah. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi logistik ordinal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan debitur memilih produk mudharabah. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan debitur. Temuan ini mengindikasikan pentingnya meningkatkan edukasi keuangan syariah dan pemahaman produk syariah bagi masyarakat agar keputusan penggunaan produk perbankan syariah menjadi lebih tepat dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Produk, Perilaku, Keputusan Debitur, Produk Mudharabah.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia mulai dirintis sejak tahun 1980-an ketika beberapa aktivis muda melakukan kajian mengenai ekonomi syariah. Kajian tersebut menghasilkan rekomendasi mengenai pentingnya penerapan sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip Islam dan bahkan telah dipraktikkan dalam skala terbatas. Perkembangan perbankan syariah tidak terlepas dari kepercayaan masyarakat sebagai nasabah yang menyimpan aset keuangan mereka di lembaga perbankan syariah. Oleh karena itu, perkembangan bank syariah juga sangat berkaitan dengan tingkat pemahaman masyarakat terhadap konsep literasi keuangan syariah.

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk mengelola keuangan sesuai dengan prinsip Islam. Literasi ini tidak hanya mencakup pemahaman mengenai produk dan jasa keuangan syariah, tetapi juga kemampuan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari. Literasi keuangan juga berkaitan dengan pemahaman konsep keuangan serta kemampuan individu dalam merencanakan dan mengelola keuangan secara tepat baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Literasi keuangan memiliki peran penting dalam membantu masyarakat memilih dan menggunakan produk serta layanan keuangan sesuai dengan kebutuhannya. Tingkat literasi yang tinggi diharapkan dapat mendorong percepatan pembangunan ekonomi suatu negara. Berbagai penelitian mengenai literasi keuangan syariah umumnya berfokus pada pemahaman masyarakat terhadap lembaga, produk, dan layanan keuangan syariah serta kaitannya dengan tingkat inklusi keuangan syariah.

Data menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari 8,93% pada tahun 2019 menjadi 39,11% pada tahun 2023. Namun demikian, tingkat inklusi keuangan syariah masih tergolong rendah, yaitu sebesar 12,88% pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat pemahaman masyarakat terhadap keuangan syariah dengan penggunaan produk keuangan syariah dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antara pemerintah, OJK, lembaga pendidikan, dan sektor swasta untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah.

Di era modern saat ini, banyak masyarakat yang memutuskan menjadi nasabah bank syariah karena pengetahuan mereka terhadap suatu produk. Pengetahuan produk merupakan seluruh informasi yang dimiliki nasabah mengenai karakteristik, manfaat, serta keunggulan suatu produk. Pengetahuan ini sangat penting karena dapat membantu nasabah memahami perbedaan antara satu produk dengan produk lainnya sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang tepat dalam memilih layanan perbankan.

Selain pengetahuan produk, perilaku individu juga memengaruhi keputusan dalam memilih produk keuangan. Perilaku merupakan bentuk tindakan, reaksi, atau respons individu yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti lingkungan, pengalaman, emosi, kepribadian, dan faktor sosial. Dalam konteks perbankan syariah, perilaku masyarakat dapat menentukan bagaimana mereka merespons dan memanfaatkan produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

Salah satu produk yang ditawarkan oleh bank syariah adalah produk mudharabah. Mudharabah merupakan akad kerja sama antara pemilik dana (shahibul maal) dan pengelola dana (mudharib) untuk menjalankan suatu usaha yang sesuai dengan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil yang telah disepakati. Produk ini banyak digunakan dalam tabungan, deposito, maupun pembiayaan, karena menerapkan prinsip profit sharing dan loss sharing serta menghindari sistem bunga yang dianggap mengandung unsur riba.

Data pertumbuhan debitur di Bank Muamalat KCP Gowa menunjukkan adanya peningkatan jumlah nasabah yang menggunakan produk mudharabah dari tahun 2021 hingga 2023, meskipun mengalami penurunan pada tahun 2024. Penurunan tersebut perlu dianalisis lebih lanjut karena dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tingkat literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan perilaku individu. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap keputusan debitur dalam memilih produk mudharabah di Bank Muamalat KCP Gowa.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang menekankan pada pengujian teori-teori atau hipotesis-hipotesis dengan mengukur variabel penelitian dalam angka dan menggunakan teknik statistik dan permodelan sistematis untuk menganalisis data. Menurut Sugiyono (2018, hlm.14) berpendapat bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

Peneliti mendapatkan data yang diperlukan di lokasi penelitian. Tujuan penentuan lokasi penelitian ini adalah untuk memperjelas subjek penelitian. Penelitian skripsi ini akan dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang yang berada di Jl. KH Wahid Hasyim Komp. Ruko Balla Lompoe Plaza, Blok B Nomor 2, Sungguminasa, Kec. Somba Opu, Kab. Gowa Kode Pos 92111.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

A. Uji Hipotesis

1. Uji Z Parsial

- X1 (Literasi Keuangan Syariah) memiliki nilai Z hitung $1,95 < 1,96$, maka tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- X2 (Pengetahuan Produk) memiliki nilai Z hitung $1,66 < 1,96$, maka tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- X3 (Perilaku) memiliki nilai Z hitung $2,16 > 1,96$, maka berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Pengaruh Simultan

Berdasarkan tabel tersebut, nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ pada model *Intercept Only* sebesar 467.272, sedangkan pada model Final (yang telah memasukkan semua variabel independen) sebesar 393.459. Penurunan nilai ini menunjukkan bahwa model Final memberikan kecocokan yang lebih baik terhadap data. Nilai *Chi-Square* sebesar 73.813 dengan derajat kebebasan (df) sebanyak 17, dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi logistik secara keseluruhan signifikan dan lebih baik dibandingkan model tanpa predictor

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1) terhadap keputusan debitur (Y)

Literasi keuangan syariah adalah pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi atau bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Ini mencakup pemahaman terhadap produk, jasa, lembaga, serta hukum-hukum keuangan yang berdasarkan syariat Islam.

Berdasarkan table 4.9 nilai X1_mean tidak berpengaruh signifikan terhadap Y_kat (Sig = 0,051 > 0.05) dan arah pengetahuan negative (Beta = -10.026) terhadap Y_kat, hanya saja pengaruh tersebut lemah atau tidak cukup kuat secara statistik untuk dianggap signifikan. **Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 ditolak, yang menunjukkan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Y_kat.**

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa keputusan debitur dalam memilih suatu produk dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, dan persepsi yang dimilikinya. Dalam konteks ini, literasi keuangan syariah berperan penting sebagai faktor internal yang membentuk perilaku konsumen dalam memahami, menilai, dan akhirnya memutuskan untuk memilih produk keuangan berbasis syariah. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki seseorang baik dari aspek pengetahuan, pemahaman prinsip syariah, hingga sikap terhadap keuangan halal semakin besar kemungkinan individu tersebut berperilaku rasional dan sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam menentukan pilihannya terhadap produk perbankan syariah, seperti akad mudharabah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Yulianto (2018) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah (X1) tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan debitur (Y). Hal ini juga sejalan dengan penelitian Susriyanti (2022) bahwa variabel Literasi keuangan syariah (X1) tidak terdapat pengaruh secara signifikan. Namun tidak sejalan dengan penelitian Nadila (2021) bahwa variabel Literasi keuangan syariah (X1) berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan debitur (Y) yang ditunjukkan dengan t hitung sebesar 7,964 ($> 1,99714$) dan nilai signifikan 0.000 ($< 0,05$). Hal ini juga sejalan dengan penelitian Elsi Sabrina (2024) bahwa variabel Literasi keuangan syariah (X1) berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan debitur (Y).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah

memiliki pengaruh baik, tetapi tidak selaras pada Keputusan debitur sehingga perusahaan harus menjalankan kegiatannya sesuai dengan aturan dan syariat Islam tentu akan membangun citra yang positif dan menjadi nilai lebih dibenak masyarakat. Hal itu akan berbanding terbalik dengan perusahaan yang menghalalkan segala cara untuk melanggar aturan khususnya dalam hal keuangan.

2. Pengaruh Pengetahuan Produk (X2) terhadap Keputusan Debitur (Y)

Menurut Peter dan Olson (2018), pengetahuan produk mengacu pada berbagai jenis pengetahuan, arti, dan kepercayaan yang direkam dalam ingatan konsumen. Misalnya, konsumen dapat memiliki pengetahuan tentang ciri-ciri atau model terhadap suatu merek.

Berdasarkan hasil analisis X2_mean terhadap Y_Kat dengan nilai koefisien regresi (Beta = 4.991) dan nilai Sig. (Sig = 0,098 > 0.05). hanya saja pengaruh tersebut lemah atau tidak cukup kuat secara statistik untuk dianggap signifikan. Jadi dapat dikatakan bahwa X2_mean berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Y_kat. **Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 diterima, menunjukkan adanya pengaruh positif dan tetapi tidak signifikan terhadap Y_kat.**

Temuan ini mendukung teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian atau pemilihan produk adalah pengetahuan debitur terhadap produk tersebut. Pengetahuan produk mencerminkan sejauh mana debitur memahami karakteristik, manfaat, dan mekanisme dari suatu produk, yang kemudian membentuk sikap dan preferensi dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, semakin tinggi pengetahuan responden terhadap produk perbankan syariah, khususnya akad mudharabah, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk mempertimbangkan dan memilih produk tersebut secara sadar dan sesuai kebutuhan. Pengetahuan yang baik memberikan rasa percaya diri dan mengurangi ketidakpastian, sehingga mendorong terbentuknya perilaku konsumtif yang rasional dan informatif.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita dan Evriyenni (2020) berdampak positif dan signifikan terhadap Keputusan debitur (Y) yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi <0,05. Kemudian secara simultan, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh sebesar 51,5%. Hal ini sejalan dengan penelitian Dzulkifli (2022) yang ditunjukkan oleh nilai t-statistik sebesar 3,285 dengan nilai p-values 0,001 dari level signifikansi 0,05. Namun tidak sejalan dengan penelitian Lia Alfi Karomah, Maulida Nurhidaya(2023) bahwa variabel Pengetahuan produk (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Debitur (Y).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pengetahuan produk dapat meningkatkan keputusan debitur dalam memilih bank syariah. Dengan memperhatikan etika bisnis islam seperti dengan menawarkan atau mempromosikan produk dan jasa sesuai dengan spesifikasi yang ada dan memaparkan kelebihan serta kekurangan produk atau jasa yang ditawarkan sehingga akan membuat seseorang yang awalnya tidak tertarik akan menjadi tertarik dan percaya untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank syariah.

3. Pengaruh Perilaku (X3) terhadap Keputusan Debitur (Y)

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas antara lain ber-jalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, mem-baca, dan sebagainya. Sedangkan pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup (Tampubolon dan Sibuea, 2022).

Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Debitur dalam memilih produk mudharabah berdasarkan hasil analisis X3_mean terhadap Y_Kat dengan nilai koefisien regresi (Beta = 7.117) dan nilai Sig. (Sig = 0,031 < 0.05). **Oleh karena itu,**

dapat disimpulkan bahwa hipotesis H3 diterima, menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Y_kat.

Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh respons individu terhadap rangsangan, yang terbentuk dari pengalaman, pengetahuan, dan sikap konsumen. Perilaku positif yang tercermin melalui kebiasaan mencari informasi, membandingkan produk, serta keyakinan terhadap prinsip syariah mendorong konsumen untuk secara sadar memilih produk keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai mereka. Dengan demikian, semakin baik perilaku konsumen dalam merespons informasi dan nilai produk syariah, maka semakin besar kemungkinan mereka memilih produk mudharabah sebagai pilihan transaksi keuangan."

Hasil ini mendukung penelitian Ayu Susanti (2022) yang menemukan bahwa perilaku berperan penting dalam minat masyarakat bertransaksi pembiayaan mudharabah. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih produk di bank syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitriani D (2023) "*Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Tabungan Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa UIN)*" yang menunjukkan bahwa perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk syariah.

Perilaku mencerminkan bagaimana seseorang bertindak, bereaksi, atau mengambil keputusan berdasarkan faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai variabel perilaku sangat penting untuk menghasilkan analisis yang akurat dan relevan.

4. Pengaruh secara Simultan Literasi keuangan syariah (X1), Pengetahuan produk (X2), dan Perilaku (X3) terhadap Keputusan debitur (Y)

Keputusan debitur merujuk pada keputusan yang diambil oleh seorang debitur (pinjaman atau pihak yang meminjam dana) untuk memilih dan mengambil langkah-langkah tertentu terkait pembiayaan atau pinjaman yang diajukan ke bank syariah.

Uji Z menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan debitur. Nilai signifikansi F hitung $< 0,05$ dan R^2 yang cukup besar mengindikasikan bahwa model memiliki daya jelaskan yang baik terhadap variabel dependen. Dengan demikian, literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan perilaku secara bersama-sama memberikan kontribusi nyata dalam mendorong keputusan konsumen untuk memilih produk mudharabah. **Oleh karena itu Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H4 diterima, Literasi keuangan syariah, pengetahuan produk dan perilaku berpengaruh positif simultan terhadap keputusan debitur memilih produk mudharabah pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Gowa.**

Temuan ini selaras dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa keputusan individu dipengaruhi oleh proses kognitif, afektif, dan konatif yang terbentuk dari pengetahuan, sikap, serta pengalaman konsumen. Literasi keuangan syariah memberikan pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip keuangan Islam, pengetahuan produk memperkuat pemahaman terhadap manfaat dan risiko produk, sementara perilaku mencerminkan respons aktual debitur dalam membuat keputusan. Kombinasi ketiga faktor ini membentuk pola keputusan yang rasional dan sesuai dengan nilai-nilai syariah, sehingga mendorong debitur untuk lebih yakin dan mantap dalam memilih produk berbasis akad mudharabah."

Hasil temuan penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rabiatal Adawiah (2024) bahwa variabel Literasi keuangan syariah dan pengetahuan produk mempengaruhi keputusan menggunakan produk perbankan syariah pada mahasiswa Perguruan Tinggi Muhammadiyah Di Sulawesi Selatan dengan nilai koefisien konstanta 0,005. Literasi keuangan syariah memiliki koefisien regresi 0,755, dan pengetahuan produk

ialah 0,275 Nilai propabilitas sebesar $<.001 < 0.05$. dengan nilai thitung 7.397 dan ttabel adalah 1.660. (thitung>ftabel). yaitu sebesar $.002 < 0,05$ nilai thitung adalah 3.178 dan ttabel 1.660 (thitung > ttabel) dengan hasil uji normalitas data (X1), product knowledge (X2) dan keputusan penggunaan (Y) dengan nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) $0.013 > 0.05$. Sejalan dengan penelitian **Pratama dkk. (2024)** mengenai pengaruh literasi keuangan syariah (yakni aspek pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kepercayaan) terhadap keputusan transaksi mudharabah pada tenaga pendidik SMA di Lampung, secara eksplisit disebutkan bahwa **semua komponen literasi tersebut secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan transaksi mudharabah.**

KESIMPULAN

1. Literasi keuangan Syariah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Debitur memilih produk mudharabah berdasarkan hasil analisis X1_mean terhadap Y_Kat dengan nilai koefisien regresi (Beta = -10.026) dan nilai Sig. (Sig = 0,051 > 0.05). Pengaruh tersebut dianggap lemah atau tidak cukup kuat secara statistik untuk dianggap signifikan. Artinya, meskipun terdapat kecenderungan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah justru diikuti dengan penurunan keputusan memilih produk mudharabah, namun hubungan tersebut tidak cukup kuat secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan debitur dalam mengambil keputusan, kemungkinan karena pemahaman yang dimiliki masih bersifat teoritis dan belum sepenuhnya diterapkan dalam praktik.
2. Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Debitur memilih produk mudharabah berdasarkan hasil analisis X2_mean terhadap Y_Kat dengan nilai koefisien regresi (Beta = 4.991) dan nilai Sig. (Sig = 0,098 > 0.05). Ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat kecenderungan bahwa semakin tinggi pengetahuan debitur terhadap produk mudharabah maka semakin besar kemungkinan mereka memilihnya, namun pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik. Hal ini dapat terjadi karena pengetahuan yang dimiliki belum mendalam atau belum diiringi dengan pemahaman praktis yang mampu mendorong keputusan secara nyata.
3. Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Debitur memilih produk mudharabah berdasarkan hasil analisis X3_mean terhadap Y_Kat dengan nilai koefisien regresi (Beta = 7.117) dan nilai Sig. (Sig = 0,031 < 0.05). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif perilaku debitur, seperti minat, kebiasaan, dan kepercayaan terhadap produk syariah, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk memilih produk mudharabah. Pengaruh yang signifikan ini menunjukkan bahwa perilaku menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan berbasis prinsip syariah.
4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Produk dan Perilaku berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Debitur (Y). Hasil uji menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan perilaku secara simultan berpengaruh terhadap keputusan debitur dalam memilih produk mudharabah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Pseudo R-Square sebesar 0,657 atau 65,7%, yang berarti ketiga variabel independen mampu menjelaskan sebesar 65,7% variasi dalam keputusan debitur. Sisanya, sebesar 34,3%, dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai ini mencerminkan kekuatan model yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan simultan antara variabel-variabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, M. R., Purnomo, A. S. D., & ... (2021). Dampak tingkat literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan produk keuangan syariah. *Jurnal Administrasi* <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1461>
- Al Hakim, R., Mustika, I., Yuliani, W., & others. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. *FOKUS: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 4(4), 263–268.
- Alfarizi, M. (2022). Tingkat pengetahuan, sikap, dan perilaku mahasiswa program studi pendidikan dokter (PSPD) UIN Malang terhadap covid-19. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Amin, A. (2020). Pengaruh Kompetensi Ekonomi Syariah Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Tasyri': Jurnal Muamalah Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 17–36.
- Avilia, W. (2020). Pengaruh pengetahuan produk, reputasi, dan suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit pada nasabah KSU "Abdi Jaya Sentosa." Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Harahap, G. R. (2022). Analisis literasi keuangan syariah pada generasi z di Kota Padangsidimpuan. etd.uinsyahada.ac.id. <http://etd.uinsyahada.ac.id/8167/>
- Hayati, F., Zulvira, R., & Gistituati, N. (2021). Lembaga pendidikan: kebijakan dan pengambilan keputusan. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan)* <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti/article/view/911>
- Herlina, V. (2019). Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS. Elex Media Komputindo.
- Hidayah, N. R., Setiyowati, A., & Huda, F. (2024). Efektifitas Peningkatan Literasi Keuangan Syariah Melalui Edukasi Akad-Akad Syariah oleh BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik di Desa Ngemboh Gresik. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 2680–2690.
- Ibrahim, A., & others. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-BI.
- Milla, H., & Febricola, D. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Memilih Masuk Program Studi Pendidikan Ekonomi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 149–158.
- Nabila, N., & Pusпита, P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Pembiayaan Murabahah Cicilan Emas (Studi Pada Bank XYZ). *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(1), 369–378.
- Nadia, S., Ibrahim, A., & Jalilah, J. (2019). Analisis hambatan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia (kajian terhadap perbankan syariah di Aceh). *JIHBI: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 153–176.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., Beribe, M. F. B., & others. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Riski, M. S. (2024). ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOP ANTARA TOKOPEDIA DAN SHOPEE PADA MASYARAKAT KOTA SANGATTA KABUPATEN KUTAI TIMUR. *MADANI ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL*, 10(1), 34–44.
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh literasi keuangan syariah dan syariah governance terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. ... : *Jurnal Akuntansi Syariah*. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna/article/view/706>
- Sari, Y. P., & Azwar, W. (2018). Fenomena bullying siswa: Studi tentang motif perilaku bullying siswa di SMP Negeri 01 Painan, Sumatera Barat. *Ijtimaiyya: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 10(2), 333–367.
- Setiawati, S. (2021). Analisis pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1581–1590.
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.

- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56.
- Tampubolon, K., & Sibuea, N. (2022). Peran Perilaku Guru dalam Menciptakan Disiplin Siswa. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 2(4), 1–7.
- Wati, M. (2018). Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah. *Imara: JURNAL RISET EKONOMI ISLAM*, 2(1). <https://doi.org/10.31958/imara.v2i1.1028>