

PENGARUH LITERASI, RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau)

Diana Sri Dewi¹; Nurhayana²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau (STIER)
Jln. HR. Subrantas 57 Panam Pekanbaru 28293 Telp. (0761) 63237
E-mail : dewisri.diana.84@gmail.com (Korespondensi)

Abstract: This study examines the influence of Islamic financial literacy, religiosity, and perception on students' intention to save in Islamic banks at Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. A quantitative approach was employed using purposive sampling to obtain 115 respondents, with the sample size determined based on Hair et al.'s recommendation. Data were collected through questionnaires and analyzed using instrument validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The findings reveal that Islamic financial literacy positively and significantly affects students' intention to save in Islamic banks ($t = 2.168$; $p = 0.032$). Religiosity also has a positive and significant influence ($t = 3.257$; $p = 0.001$), while perception shows the strongest positive effect ($t = 12.834$; $p = 0.001$). Furthermore, all three variables simultaneously have a significant influence on the intention to save in Islamic banks ($F = 243.101$; $p < 0.05$).

Keywords: *Islamic Financial Literacy, Religiosity, Perception, Saving Intention, Islamic Bank*

Industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan positif. Pertumbuhan aset, pembiayaan, dan dana pihak ketiga mengindikasikan bahwa masyarakat semakin banyak memanfaatkan layanan bank syariah. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan, aset perbankan syariah Indonesia mencapai Rp1.067,73 triliun pada Desember 2025, dengan pangsa pasar sebesar 7,69% dan dana pihak ketiga sebesar Rp829,99 triliun. Meskipun angka-angka tersebut menunjukkan pertumbuhan, pangsa pasar bank syariah masih tergolong kecil dibandingkan dengan bank konvensional. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan antara potensi komunitas Muslim Indonesia dan tingkat pemanfaatan layanan perbankan syariah. Dengan kata lain, sebagian besar umat Muslim tidak secara otomatis menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama dalam melakukan aktivitas keuangan, seperti kegiatan perbankan.

Minat menabung di bank syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi. Literasi keuangan

syariah mencerminkan kemampuan individu memahami konsep, prinsip, akad, dan produk keuangan syariah, seperti tabungan wadiah, mudharabah, sistem bagi hasil, serta larangan riba. Tingkat literasi yang baik akan meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Religiusitas juga berperan penting karena mencerminkan tingkat keyakinan dan pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Individu dengan religiusitas tinggi cenderung mempertimbangkan aspek halal dalam aktivitas keuangan, termasuk dalam memilih lembaga perbankan. Selain itu, persepsi terhadap bank syariah, seperti kepercayaan, kualitas layanan, kemudahan akses, fasilitas digital, reputasi, dan manfaat produk, turut membentuk minat seseorang untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Oleh karena itu, minat menabung tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh tingkat pengetahuan, nilai keagamaan, dan penilaian individu terhadap bank syariah.

Fenomena tersebut relevan dikaji pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. Sebagai mahasiswa yang mempelajari bidang ekonomi dan keuangan, mereka memiliki peluang lebih besar untuk memahami konsep perbankan syariah. Namun, latar belakang pendidikan ekonomi tidak selalu diikuti oleh tingginya minat menabung di bank syariah. Sebagian mahasiswa masih memiliki literasi keuangan syariah yang terbatas, sementara sebagian lainnya memiliki tingkat religiusitas yang baik tetapi belum menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama karena faktor persepsi terhadap kualitas layanan, kemudahan transaksi, maupun kebiasaan menggunakan bank konvensional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa literasi, religiusitas, dan persepsi merupakan faktor yang layak dianalisis secara bersama dalam menjelaskan minat menabung mahasiswa.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam. Chania (2025), Mahira (2024), serta Usman dan Zulfizon (2024) menemukan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Firdiana dan Fikriyah (2021) serta Sari dan Afandy (2024). Namun, terdapat research gap karena beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. Aulia, Saputra, dan Mansur (2025) menemukan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Maghfiroh (2018) serta Hariyanto dan Nafi'ah (2022) melaporkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan, sedangkan Dela (2025) menyimpulkan bahwa persepsi juga tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian tersebut, diperlukan kajian yang lebih spesifik mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi terhadap minat menabung mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. Penelitian ini penting karena mahasiswa

merupakan kelompok strategis yang berpotensi menjadi pengguna sekaligus agen literasi keuangan syariah di masyarakat. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi edukasi dan promosi bank syariah oleh perguruan tinggi, industri perbankan, maupun regulator, sekaligus memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung pada generasi muda.

Literasi

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami, menilai, dan menggunakan informasi keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah untuk mengambil keputusan ekonomi. Menurut Firdiana dan Fikriyah (2021), literasi ini mencakup pemahaman terhadap konsep ekonomi Islam, seperti larangan riba, akad syariah, dan produk lembaga keuangan syariah. Usman dan Zulfizon (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan syariah memengaruhi minat seseorang menjadi nasabah bank syariah, sedangkan Sari dan Afandy (2024) menekankan pentingnya kemampuan mengelola keuangan sesuai nilai-nilai Islam. Dalam penelitian ini, literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan mengelola keuangan berdasarkan prinsip syariah. Mengacu pada Baso Akib et al. (2023), OJK (2022), dan Andi Reni (2015), indikator yang digunakan meliputi pengetahuan produk keuangan syariah, pemahaman prinsip syariah, kemampuan menerapkan konsep syariah dalam kehidupan sehari-hari, serta pemahaman perbedaan sistem keuangan syariah dan konvensional.

Religiusitas

Religiusitas adalah tingkat keyakinan, pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Ancok dan Suroso (2011), religiusitas tidak hanya mencakup ibadah formal, tetapi juga

pengaruh nilai-nilai Islam terhadap sikap dan keputusan individu, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Usman dan Zulfison (2024) serta Sari dan Afandy (2024) menyatakan bahwa religiusitas mendorong individu memilih layanan keuangan yang sesuai prinsip syariah. Dalam penelitian ini, religiusitas diukur berdasarkan konsep Glock dan Stark, meliputi lima indikator, yaitu keyakinan (ideologi), praktik ibadah (ritualistik), pengetahuan agama (intelektual), pengalaman spiritual, dan konsekuensi perilaku, yang mencerminkan sejauh mana ajaran Islam memengaruhi keputusan menabung di bank syariah.

Persepsi

Persepsi terhadap bank syariah merupakan proses individu dalam menilai, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap produk, layanan, serta prinsip operasional bank syariah. Usman dan Zulfison (2024) menyatakan bahwa persepsi positif dapat meningkatkan minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah. Sandria (2018) dan Fijriah (2021) juga menemukan bahwa persepsi yang baik mengenai manfaat, keamanan, dan kesesuaian syariah mendorong keputusan menabung. Dalam penelitian ini, persepsi didefinisikan sebagai penilaian individu terhadap manfaat, kualitas layanan, kepercayaan, serta kepatuhan bank syariah terhadap prinsip Islam. Mengacu pada Pantari dan Aji (2020) serta Aisyah et al. (2023), persepsi diukur melalui empat indikator, yaitu persepsi manfaat dan kemudahan layanan, persepsi kehalalan dan kepatuhan syariah, persepsi kepercayaan dan keamanan, serta citra lembaga bank syariah yang mencerminkan reputasi, profesionalitas, kredibilitas, dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

Minat

Minat menabung di bank syariah merupakan kecenderungan psikologis individu untuk tertarik dan berkeinginan menggunakan produk tabungan syariah

berdasarkan pengetahuan, keyakinan, serta persepsi positif terhadap layanan yang ditawarkan. Usman dan Zulfison (2024) menyatakan bahwa minat dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi. Adilla, Eliyanora, dan Handayani (2021) juga menemukan bahwa religiusitas dan pengetahuan tentang bank syariah berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung. Selain itu, Firdiana dan Fikriyah (2021) serta Pantari dan Aji (2020) menegaskan bahwa pemahaman ekonomi syariah, awareness, dan perceived social value mampu meningkatkan kecenderungan individu untuk memilih layanan perbankan syariah.

Pengaruh Literasi Religiusitas Persepsi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) dari Ajzen (1991) sebagai grand theory. TPB menjelaskan bahwa perilaku diawali oleh niat (intention), yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, minat menabung di bank syariah dipandang sebagai niat individu untuk menggunakan produk tabungan syariah yang dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi. Literasi keuangan syariah mengacu pada konsep Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yaitu kemampuan memahami dan menggunakan pengetahuan keuangan syariah dalam pengambilan keputusan sehingga mendorong sikap positif terhadap bank syariah.

Religiusitas dijelaskan melalui teori Glock dan Stark yang dikembangkan Ancok dan Suroso, meliputi dimensi keyakinan, praktik ibadah, pengetahuan agama, pengalaman spiritual, dan konsekuensi perilaku yang mendorong individu memilih layanan keuangan sesuai syariat. Sementara itu, persepsi didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menekankan bahwa penilaian terhadap manfaat, keamanan, kemudahan, kualitas

layanan, dan kepatuhan syariah memengaruhi keputusan menggunakan bank syariah. Hubungan ketiga variabel tersebut didukung oleh penelitian Usman dan Zulfison (2024) yang membuktikan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Temuan tersebut memperkuat relevansi TPB sebagai landasan teoritis penelitian ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini menguji hubungan antarvariabel dengan data berbentuk angka dan dianalisis menggunakan prosedur statistik.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi, sedangkan variabel dependen adalah minat menabung di bank syariah.

HASIL

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan instrumen berupa kuesioner yang terdiri dari variabel Literasi (X1), variabel Religiusitas (X2), Persepsi (X3) dan Variabel Minat (Y).

Uji Validitas. Kuesioner sebagai alat atau instrumen dalam penelitian ini juga melalui tahap uji instrumen yakni : Uji validitas. Adapun ketentuannya adalah Jika

$r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data valid dan Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data tidak valid. Dalam penelitian ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk semua variabel (literasi, religiusitas, persepsi dan minat) yakni $> 0,183$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$.

Uji reabilitas. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut: Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten dan Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,70$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Dalam penelitian ini mendapat hasil reliabel yakni 0,807 (literasi), 0,831 (religiusitas), 0,911 (persepsi) dan 0,884 (minat) dimana semua hasil tersebut $> 0,70$.

Uji normalitas. Uji normalitas merupakan uji yang dapat dilakukan dengan pendekatan kolmogorov smirnov dimana dikatakan data berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$. Fungsi dari uji normalitas yaitu menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Data normal merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam melakukan inferensi statistik. Dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi 0,132 $> 0,05$ sehingga uji normalitas terpenuhi.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari collinearity statistics, apabila nilai VIF (Variance Inflation Factor) memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai tolerance tidak boleh lebih kecil dari 0,1 maka menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 maka gejala multikolinieritas tidak ada. Berdasarkan hasil SPSS diperoleh tidak terjadi gejala multikolinieritas atau terbebas dari Multikolinieritas. Adapun nilai yang diperoleh VIF yang diperoleh : 2,504 (literasi); 1,568 (religiusitas) dan 2,836

(persepsi) sedangkan nilai tolerance : 0,399 ; 0,638 dan 0,353 sehingga memenuhi tidak terjadinya korelasi antara variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Yakni, 0,810 (Literasi), 0,303 (Religiusitas), 0,218 (Persepsi) > 0,05.

Regresi Linier Berganda Analisis regresi linier berganda yaitu analisis yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan ketergantungan dan arah hubungan ketergantungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat apakah positif atau negatif. Adapun persamaan regresi linier bergandanya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.783	1.020	-4.690	<.001
	Literasi	.119	.055	.118	.032
	Religiusitas	.145	.045	.141	.001
	Persepsi	.694	.054	.746	<.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data Olahan SPSS 27,2026

Berdasarkan Tabel 1, maka persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + e$$

$$Y = -4,783 + 0,119 X_1 + 0,145 X_2 + 0,694 X_3$$

Keterangan :

Y = Minat, a = Konstanta, b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi, X₁ = Literasi, X₂ = Religiusitas, X₃ = Persepsi, e = Kesalahan random.

Uraian hasil regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -4,783 artinya apabila variabel literasi keuangan syariah (X₁), religiusitas (X₂), dan persepsi (X₃) bernilai 0, maka minat menabung di bank syariah (Y) memiliki nilai sebesar -4,783. Nilai konstanta negatif menunjukkan bahwa tanpa adanya literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi, maka

minat menabung di bank syariah berada pada nilai yang rendah.

2. Koefisien regresi variabel literasi keuangan syariah (X₁) sebesar 0,119 dengan tanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki hubungan positif terhadap minat menabung di bank syariah. Artinya, apabila literasi keuangan syariah meningkat sebesar satu satuan, sementara religiusitas dan persepsi dianggap tetap, maka minat menabung di bank syariah akan meningkat sebesar 0,119. Dengan demikian, semakin baik literasi keuangan syariah mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.
3. Koefisien regresi variabel religiusitas (X₂) sebesar 0,145 dengan tanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas memiliki hubungan positif terhadap minat menabung di bank syariah. Artinya, apabila religiusitas meningkat sebesar satu satuan, sementara literasi keuangan syariah dan persepsi dianggap tetap, maka minat menabung di bank syariah akan meningkat sebesar 0,145. Dengan demikian, semakin tinggi religiusitas mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.
4. Koefisien regresi variabel persepsi (X₃) sebesar 0,694 dengan tanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi memiliki hubungan positif terhadap minat menabung di bank syariah. Artinya, apabila persepsi meningkat sebesar satu satuan, sementara literasi keuangan syariah dan religiusitas dianggap tetap, maka minat menabung di bank syariah akan meningkat sebesar 0,694. Dengan demikian, semakin positif persepsi mahasiswa terhadap bank syariah, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Secara umum, ketiga variabel bebas dalam persamaan tersebut memiliki koefisien bernilai positif. Hal ini

menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi memiliki arah hubungan positif terhadap minat menabung di bank syariah. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar berdasarkan nilai koefisien regresi adalah persepsi (X3), karena memiliki nilai koefisien terbesar, yaitu 0,694.

Adapun untuk uji hipotesis secara parsial atau uji t maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

Berdasarkan tabel 1 di atas, diperoleh nilai t hitung untuk variabel literasi (X1) sebesar 2,168, variabel religiusitas (X2) sebesar 3,257, dan variabel persepsi (X3) sebesar 12,834. Sedangkan nilai kritis menurut tabel dengan tingkat signifikansi 5% menggunakan rumus $t_{tabel} = \alpha/2; n - k$, dengan $n = 115$ dan $k = 4$, maka derajat kebebasan adalah $115 - 4 = 111$. Dengan demikian, nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 adalah sekitar 1,981.

Berdasarkan hasil tersebut, maka uraian uji t masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel literasi (X1) memiliki nilai t hitung sebesar $2,168 > t_{tabel} 1,981$ dengan nilai signifikansi $0,032 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah.
2. Variabel religiusitas (X2) memiliki nilai t hitung sebesar $3,257 > t_{tabel} 1,981$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah.
3. Variabel persepsi (X3) memiliki nilai t hitung sebesar $12,834 > t_{tabel} 1,981$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel literasi, religiusitas, dan persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank

syariah pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan adalah persepsi (X3) karena memiliki nilai t hitung terbesar, yaitu 12,834, dan nilai koefisien regresi terbesar sebesar 0,694.

Uji_F digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama, berikut adalah hasil output SPSS untuk uji_F:

Tabel 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	976.159	3	325.386	243.101	<.001 ^b
	Residual	148.571	111	1.338		
	Total	1124.730	114			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data Olahan SPSS 27,2026

Berdasarkan hasil uji ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 243,101, sedangkan Ftabel sebesar 2,69 pada taraf signifikansi 5% dengan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 111$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,001 (< 0,05)$, maka hipotesis simultan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. Dengan demikian, ketiga variabel independen tersebut secara simultan mampu menjelaskan variasi dan peningkatan minat mahasiswa dalam memilih serta menggunakan layanan perbankan syariah.

Berikutnya hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini yang ditunjukkan oleh tabel 3 :

Tabel 3

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.868	.864	1.157

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data Olahan SPSS 27,2026

Besarnya kontribusi variabel independen, yakni literasi keuangan syariah (X1), religiusitas (X2), dan persepsi (X3)

terhadap variabel dependen, yakni minat menabung di bank syariah (Y), dapat dihitung dengan melihat nilai koefisien determinasi atau R Square/Adjusted R Square pada tabel *Model Summary*.

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh nilai R Square sebesar 0,868 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,864. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,864 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi memberikan kontribusi terhadap perubahan variabel minat menabung di bank syariah sebesar 86,40%.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi berkontribusi sebesar 86,40% terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Sementara itu, sisanya sebesar 13,60% diperoleh dari 100% - 86,40%, yang berarti dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas layanan, promosi, lokasi, fasilitas digital, kepercayaan, pendapatan, lingkungan sosial, atau faktor lainnya.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi, Religiusitas, dan Persepsi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai Fhitung sebesar 243,101 yang lebih besar daripada Ftabel sebesar 2,69, dengan nilai signifikansi $< 0,001$ ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan diterima. Semakin baik literasi keuangan syariah, semakin tinggi religiusitas, dan semakin positif persepsi mahasiswa terhadap bank syariah, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung.

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan menabung di bank syariah tidak hanya didasarkan pada kebutuhan finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh pemahaman terhadap prinsip dan produk keuangan

syariah, nilai-nilai keagamaan, serta persepsi positif mengenai manfaat, keamanan, kemudahan layanan, dan reputasi bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan Usman dan Zulfison (2024), Firdiana dan Fikriyah (2021), Adilla, Eliyanora, dan Handayani (2021), serta Sandria (2018) dan Fijriah (2021), yang menyatakan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan syariah, penguatan nilai religiusitas, dan perbaikan kualitas layanan bank syariah menjadi strategi penting untuk meningkatkan minat menabung mahasiswa.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t, variabel literasi keuangan syariah memperoleh nilai t hitung sebesar 2,168, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,981, dengan nilai signifikansi $0,032 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dinyatakan diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah mahasiswa, semakin besar pula minat mereka untuk menabung di bank syariah. Pemahaman mengenai prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, akad wadiah dan mudharabah, sistem bagi hasil, serta perbedaan bank syariah dengan bank konvensional, membentuk sikap positif dan meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap produk perbankan syariah. Pengetahuan tersebut menjadi dasar dalam pengambilan keputusan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Firdiana dan Fikriyah (2021), Usman dan Zulfison (2024), Sari dan Afandy (2024), Mahira, Badina, dan Najib

(2024), serta Chania dan Farhani (2025), yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu, peningkatan edukasi dan literasi keuangan syariah di lingkungan perguruan tinggi menjadi strategi penting untuk meningkatkan minat mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah.

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t, variabel religiusitas memperoleh nilai t hitung sebesar 3,257, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,981, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dinyatakan diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa, semakin besar pula kecenderungan mereka memilih bank syariah sebagai tempat menabung. Religiusitas mencerminkan keyakinan, penghayatan, pengetahuan, serta pengamalan ajaran Islam yang mendorong individu mempertimbangkan aspek halal, menghindari riba, dan memilih transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, religiusitas menjadi faktor internal yang memengaruhi sikap dan keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori religiusitas Glock dan Stark yang dikembangkan oleh Ancok dan Suroso (2011), yang menyatakan bahwa religiusitas memengaruhi perilaku individu dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk keputusan ekonomi. Temuan ini juga mendukung penelitian Usman dan Zulfison (2024), Sari dan Afandy (2024), Chania dan Farhani (2025), Aulia, Saputra, dan Mansur (2025), serta Hanida (2025), yang menyimpulkan bahwa religiusitas

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu, penguatan nilai-nilai keislaman dapat menjadi strategi untuk meningkatkan minat mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah.

Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t, variabel persepsi memperoleh nilai t hitung sebesar 12,834, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,981, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau, sehingga hipotesis penelitian diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin positif persepsi mahasiswa terhadap manfaat, kemudahan layanan, keamanan, kepercayaan, citra lembaga, dan kepatuhan bank syariah terhadap prinsip Islam, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung. Nilai t hitung yang paling besar menunjukkan bahwa persepsi merupakan faktor dominan dalam membentuk minat menabung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Usman dan Zulfison (2024), Sandria (2018), Fijriah (2021), Mahira, Badina, dan Najib (2024), serta Putri (2025), yang menyimpulkan bahwa persepsi positif terhadap bank syariah berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah.

SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $243,101 > F_{tabel}$ sebesar 2,69 dengan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$, sehingga secara simultan variabel literasi keuangan syariah (X1), religiusitas (X2), dan persepsi (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung

di bank syariah (Y) pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau.

2. Berdasarkan hasil uji t, variabel literasi keuangan syariah (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, dengan nilai t hitung $2,168 > t$ tabel $1,981$ dan signifikansi $0,032 < 0,05$.
3. Variabel religiusitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, dengan nilai t hitung $3,257 > t$ tabel $1,981$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$.
4. Variabel persepsi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, dengan nilai t hitung $12,834 > t$ tabel $1,981$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$.
5. Nilai Adjusted R Square sebesar 86,40%, sedangkan sisanya 13,60% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Adilla, N. S., Eliyanora, & Handayani, D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa di bank syariah. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 14(2).
<https://doi.org/10.35143/jakb.v14i2.5174>
- Aisyah, N., Rusdi, M., & Assidiq, A. B. (2023). Determinants of the decision to become an Islamic bank customer. *Jurnal Perbankan Syariah (JPS)*, 4(2), 147–161.
<https://www.ejournal.isnjbengkalis.ac.id/index.php/jps/article/view/1226>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Akib, B., Nur, A., & Handayani, L. (2023). Analysis of the influence of Islamic branding on the intention to become customers of Bank Syariah Indonesia (BSI). *Journal of Waqf and Islamic Economic Philanthropy*, 1(1).
<https://economics.pubmedia.id/index.php/wiep/article/view/38>
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2011). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas problem-problem psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Aulia, I., Saputra, M. R. P., & Mansur, M. (2025). Pengaruh literasi keuangan syariah, literasi digital dan religiusitas terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah di Mataram. *Kredibel: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
<https://journal.stieamm.ac.id/kredibel/article/view/520>
- Chania, S., & Farhani, N. H. (2025). Pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah dengan perilaku keuangan sebagai moderasi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6876–6883.
<https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1773>
- Fijriah, N. (2021). *Pengaruh persepsi terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah* [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro]. Repository IAIN Metro.
<https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/4433/>
- Firdiana, E., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh literasi ekonomi syariah terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(1), 99–109.
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p99-109>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hanida, D. (2025). Pengaruh pengetahuan, religiusitas dan lokasi terhadap

- minat menabung mahasiswa di bank syariah. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/25014>
- Imran, I., & Hendrawan, B. (2017). Pengaruh persepsi masyarakat Batam tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 209–218. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.621>
- Khairunnisa, K., Hafidz, J., & Iskandar, I. (2024). Pengaruh tingkat literasi keuangan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3536–3544. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i5.1646>
- Mahira, R., Badina, T., & Najib, M. A. (2024). Pengaruh literasi keuangan, religiusitas, promosi, dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah: Studi pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah di Universitas Kota Serang. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(5). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i5.24561>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Literasi keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pantari, E. D., & Aji, H. M. (2020). Investigating Muslim non-consumers' intention to use Islamic bank: Perceived social value and awareness. *Jurnal Siasat Bisnis*, 24(2), 187–198. <https://journal.uin.ac.id/JSB/article/view/15978>
- Putri, E. S., Safitri, N. P., & Yuniarti, T. (2025). Pengaruh persepsi terhadap minat menabung di bank syariah: Studi kasus pada mahasiswa Institut Islam Mamba'ul Ulum Jambi Program Studi Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah Semester 3, 5, dan 7. *Al Hakim: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 1(1), 25–33. <https://ejournal.mambaululumjambi.ac.id/index.php/alhakim/article/view/7>
- Reni, A. (2015). The customers behavioural intention to select Islamic banking in Indonesia. *Journal of Islam and Science*, 2(1), 45–58. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jis/article/view/2166>
- Sandria, W. (2018). Persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap keputusan menabung di perbankan syariah: Studi kasus pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Jambi. *Jurnal Development*, 6(2), 178–190. <https://doi.org/10.53978/jd.v6i2.114>
- Sari, D. I., & Afandy, J. (2024). Minat menabung di bank syariah ditinjau dari literasi keuangan syariah, pendapatan dan religiusitas. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 2428–2437. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i3.13981>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- 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. *JAMIE: Journal of Accounting, Management, and Information & Education*, 2(1), 327–340. <https://journal.ibs.ac.id/index.php/jamie/article/view/530>