

**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap  
Keputusan Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah Dengan  
Religiusitas Sebagai Variabel Moderating**

(Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan 2020/2021)

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)



**Disusun Oleh:**

**JUWITA**

**NIM : 1908204064**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
SYEKH NURJATI CIREBON**

**2023**

## ABSTRAK

**JUWITA. NIM : 1908204064, “PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, ISLAMIC BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING”.**

Keputusan mahasiswa perbankan syariah dalam memilih dan menggunakan produk perbankan syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor, dalam penelitian ini berdasarkan hasil penelitian terdahulu diduga Keputusan Mahasiswa memilih dan menggunakan produk perbankan dipengaruhi oleh faktor Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan tingkat Religiusitas. Masalah dalam penelitian ini yang diambil dari fenomena yang ada dan dari hasil penelitian terdahulu bahwasanya masih banyak mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang menggunakan produk perbankan konvensional dalam kegiatan transaksi sehari-hari dan masih rendahnya tingkat Literasi Keuangan Syariah pada masyarakat Indonesia, dan kurangnya strategi marketing dalam pemasaran Islamic Branding pada produk perbankan syariah. Adapun Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah dengan Religiusitas sebagai variabel moderating.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif dengan subjek penelitian mahasiswa perbankan syariah angkatan (2020/2021) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 369 mahasiswa. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 192 sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 5%. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan uji analisis regresi moderasi (MRA) dengan menggunakan IBM SPSS Versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan hasil uji  $F$  pada Literasi Keuangan Syariah dan Islamic Branding berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan mahasiswa, untuk uji  $t$  Literasi Keuangan Syariah berpengaruh secara

parsial terhadap Keputusan Mahasiswa sedangkan untuk Islamic Branding tidak berpengaruh secara parsial. Berdasarkan uji analisis regresi moderasi dari uji f variabel Religiusitas berpengaruh secara simultan antara variabel Literasi Keuangan Syariah dan Islamic Branding terhadap Keputusan Mahasiswa sedangkan hasil uji t variabel Religiusitas tidak dapat memoderating secara parsial terhadap Keputusan Mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan produk perbankan syariah.

***Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Religiusitas***



## ABSTRACT

**JUWITA. NIM : 1908204064, "The INFLUENCE OF SHARIA FINANCIAL LITERACY, ISLAMIC BRANDING ON STUDENTS' DECISIONS TO USE SHARIA BANKING PRODUCTS WITH RELIGIUS AS A MODERATING VARIABLE".**

Sharia banking students' decisions in choosing and using sharia banking products are influenced by several factors. In this research, based on the results of previous research, it is suspected that students' decisions in choosing and using banking products are influenced by the factors of Sharia Financial Literacy, Islamic Branding and level of Religiosity. The problem in this research is taken from existing phenomena and from the results of previous research that there are still many students of IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) who use conventional banking products in their daily transaction activities and the level of Sharia Financial Literacy is still low. Indonesian society, and the lack of marketing strategies in marketing Islamic branding on sharia banking products. The aim of this research is to determine the influence of sharia financial literacy, Islamic branding on students' decisions to use sharia banking products with religiosity as a moderating variable.

This research uses an associative quantitative research method with the research subjects being sharia banking students class (2020/2021) of the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI), the population in this research is 369 students. The number of samples in this study was 192 samples which were calculated using the Slovin formula with an error rate of 5%. The data analysis methods used are descriptive analysis, multiple linear regression analysis and moderate regression analysis (MRA) using IBMS SPSS Version 23.

The research results show that the results of the f test on Sharia Financial Literacy and Islamic Branding have a joint (simultaneous) effect on student decisions, for the t test Sharia Financial Literacy has a partial effect on student decisions, while Islamic Branding has no partial effect. Based on the moderation regression analysis test from the f test, the Religiosity variable has a simultaneous influence between the Sharia Financial Literacy and Islamic Branding variables on student decisions, while the t test results of the Religiosity variable cannot

partially moderate the Islamic banking students' decisions in using sharia banking products.

**Keywords:** *Sharia Financial Literacy, Islamic Branding, Religiosity*



## المخلص

جويتا. نيم: 1908204064، "تأثير الثقافة المالية الشرعية والعلامة التجارية الإسلامية على قرارات الطلاب لاستخدام المنتجات المصرفية الشرعية مع الدين كمتغير معتدل".

تتأثر قرارات طلاب العلوم المصرفية الشرعية في اختيار واستخدام المنتجات المصرفية الشرعية بعدة عوامل، وفي هذا البحث وبناء على نتائج البحوث السابقة يشتهب في أن قرارات الطلاب في اختيار واستخدام المنتجات المصرفية تتأثر بالعوامل الشرعية. الثقافة المالية والعلامات التجارية الإسلامية ومستوى التدين. المشكلة في هذا البحث مأخوذة من الظواهر الموجودة ومن نتائج الأبحاث السابقة أنه لا يزال هناك العديد من طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon، كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية (FEBI) الذين يستخدمون المنتجات المصرفية التقليدية في أنشطة معاملاتهم اليومية و لا يزال مستوى الثقافة المالية الشرعية منخفضا في المجتمع الإندونيسي، ونقص استراتيجيات التسويق في تسويق العلامات التجارية الإسلامية على المنتجات المصرفية الشرعية. الهدف من هذا البحث هو تحديد تأثير الثقافة المالية الشرعية، والعلامات التجارية الإسلامية على قرارات الطلاب لاستخدامها. المنتجات المصرفية الشرعية مع التدين كمتغير معتدل.

يستخدم هذا البحث منهج البحث الكمي الترابطي حيث يكون موضوع البحث طلاب المصرفية الشرعية دفعة (2021/2020) بكلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية (FEBI)، ويبلغ عدد طلاب هذا البحث 369 طالبا. بلغ عدد العينات في هذه الدراسة 192 عينة تم حسابها باستخدام صيغة سلوفين بنسبة خطأ 5%. طرق تحليل البيانات المستخدمة هي التحليل الوصفي وتحليل الانحدار الخطي المتعدد وتحليل الانحدار المعتدل (MRA) باستخدام IBMS SPSS الإصدار 23.

أظهرت نتائج البحث أن نتائج اختبار  $f$  حول الثقافة المالية الشرعية والعلامة التجارية الإسلامية لها تأثير مشترك (متزامن) على قرارات الطلاب، لأن اختبار  $t$  للثقافة المالية الشرعية له تأثير جزئي على قرارات الطلاب، في حين أن العلامة التجارية الإسلامية ليس لها تأثير جزئي تأثير. بناءً على اختبار تحليل الانحدار المعتدل من اختبار  $f$ ، فإن متغير التدين له تأثير متزامن بين متغيرات المعرفة المالية الشرعية والعلامة التجارية الإسلامية على قرارات الطلاب، في حين أن نتائج اختبار  $t$  لمتغير التدين لا يمكن أن تؤدي إلى تخفيف قرارات طلاب المصرفية الإسلامية جزئياً. في استخدام المنتجات المصرفية الشرعية.

**كلمات البحث:** الثقافة المالية الشرعية، العلامة التجارية الإسلامية، التدين

# PERSETUJUAN PEMBIMBING

## SKRIPSI

### **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating**

(Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan 2020/2021)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah (SE)

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

Oleh

**Juwita**

**NIM : 1908204064**

**Pembimbing :**

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Ila Navilah S.Sos., M.E.Sy**

NIP. 320170519860223201

**Dr. Wartoyo, M.S.I.**

NIP. 198307022011011008

*Mengetahui:*

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



**H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M. Ag**

NIP. 19731222007011022

## NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

di Cirebon,

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i **Juwita**, NIM : **1908204064** dengan Judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”** pada (Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan 2020/2021)


Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, (FEBI) Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Menyetujui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
**Ila Navilah S.Sos., M.E.Sy**  
NIP. 320170519860223201

  
**Dr. Wartovo, M.S.I**  
NIP. 198307022011011008

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



**H.Achmad Otong Busthomi,Lc.,M.Ag**  
NIP.19731222007011022



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating**”, oleh **Juwita NIM : 1908204064**, telah diajukan dalam Sidang Munaqosah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 8 Desember 2023.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah (SE) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah

Ketua Sidang,



**H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag**  
NIP.19731222007011022

Sekretaris Sidang,



**H. Syaeful Bakhri, SE, M.Si**  
NIP. 197311252014111002

Penguji I,



**Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si**  
NIP. 197301072009012001

Penguji II,



**Abdul Muizz Abdul Wadud K A, M.Si.**  
NIP. 19870827201903100

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : JUWITA  
Nim : 19082004064  
Tempat Tanggal Lahir : Kuningan, 26 Januari 2000  
Alamat : Dusun Wage Rt.09 Rw.04 Desa Cieurih  
Kecamatan Cidahu Kabupaten Kuningan  
Jawa Barat.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 12 November 2023

Saya yang menyatakan,



JUWITA  
NIM. 19082004064

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Tanggal 26 Januari tahun 2000 telah lahir seorang anak perempuan dari pasangan suami istri sapja (alm) dan sarki yang diberi nama JUWITA lahir di Kuningan Jawa Barat, seorang mahasiswa yang telah menyelesaikan skripsi ini.

Penulis adalah anak kelima dari delapan bersaudara dan anak pertama yang menempuh pendidikan diperguruan tinggi negeri.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah :

- |                       |                  |
|-----------------------|------------------|
| 1. SDN 1 Cieurih      | Tahun Lulus 2013 |
| 2. SMPN 1 Cidahu      | Tahun Lulus 2016 |
| 3. SMAN 1 Ciawigebang | Tahun Lulus 2019 |

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah dan mengambil judul Skripsi “judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan ProdukPerbankan Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”**, dibawah bimbingan Ibu Ila Navilah S.Sos., MESy dan Bapak Dr Wartoyo MSI

## MOTTO

“Menghidupkan kembali agama berarti menghidupkan suatu bangsa. Hidupnya agama berarti cahaya kehidupan”

— Bediuzzaman Said Nursi

“Aku yakin bahwa semua takdirku adalah baik, semua kejadian yang telah aku alami selama aku hidup itu sudah ditetapkan oleh Allah SWT, aku tidak pernah menyesal dengan apa yang sudah ku alami, aku hanya tinggal menunggu ending dari hidupku seperti apa”

— By Juwita



## **KATA PERSEMBAHAN**

Puji Syukur dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan kasih sayang, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu dan dengan diberi kemudahan dalam segala prosesnya, skripsi ini saya selesaikan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan pada jurusan ekonomi syariah. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun saya bangga telah mencapai akhir dari pendidikan yang telah saya tempu dengan telah seslesainya skripsi ini, saya persembahkan semua ini untuk ibunda saya tercinta Mih Sarki dan Bapak saya tercinta Bapak Sapja (Alm), mereka adalah support system terbaik bagi seorang anak tanmpa mereka saya bukan apa-apa. Semoga dengan selesainya skripsi ini akan menjadi langkah awal saya untuk melanjutkan hidup kedepanya semoga ilmu dan skill saya dapat bermanfaat bagi diri saya pribadi, kelaurag dan mayarakat.



## KATA PENGANTAR

Assalamualikum wr.wb

Alhamdulillah, puji dan syukur kita persembahkan atas kehadiran Allah Swt. atas rahmat dan hidayahnya penulis diberi kemudahan oleh Allah Swt. dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul penelitian, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”, penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengerjakan skripsi penelitian pada program Starta-1 di jurusan Ekonomi Syariah, Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI), Institute Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada berbagai pihak yang telah terlibat dalam penyelesaian skripsi ini, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Dr Didi Sukardi MH, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
3. Bapak Achmad Otong Busthomi Lc..M.Ag selaku ketua jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI).
4. Syaeful Bakhri SE, M.Si, selaku sekretaris jurusan ekonomi syariah
5. Ibu Ila Navilah S.Sos., M.E.Sy., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, motivasi, dan bimbingan.
6. Bapak Dr Wartoyo MSI, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, motivasi dan bimbingannya.
7. Semua dosen yang telah mengampu saya selama dibangku perkuliahan.
8. Orang Tua, sanak saudara saya atas doa dan motivasinya, segenap dosen jurusan ekonomi syariah yang telah memberi ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui kegiatan belajar selama saya menempuh pendidikan di bangku kuliah.

Dalam hal ini, peneliti menyadari bahwasanya masih ada kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dan penulis berharap masukan dan saran dari para pembaca untuk perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini agar dapat

memberikan manfaat dan berkontribusi terhadap keilmuan ekonomi syariah khususnya serta dapat dikembangkan lebih baik lagi dimasa yang akan datang.  
Wassalamualikum wr. wb

Kuningan, 12 November 2023



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>المخلص</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>vi</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLATERASI</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	14
1. Identifikasi Masalah.....	14
2. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Kegunaan Penelitian .....	17
D. Sistematika Penelitian.....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>20</b>
A. Telaah Pustaka .....	20
1. Literasi Keuangan Syariah .....	20
2. Islamic Branding.....	27



3. Religiusitas .....	32
4. Keputusan.....	35
5. Perbankan Syariah .....	41
B. Penelitian Terdahulu .....	44
C. Kerangka Pemikiran .....	56
D. Hipotesis .....	63
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>65</b>
A. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	65
B. Populasi dan Sampel.....	65
1. Populasi.....	65
2. Sampel.....	65
C. Jenis Data.....	67
D. Metode Penelitian.....	68
E. Teknik Pengumpulan Data.....	68
F. Definsi Oprasional Variabel.....	69
G. Uji Kualitas Istrumen.....	73
H. Teknik Analisis Data .....	76
I. Uji Analisis Regresi Moderasi atau Moderat Regression Analysis (MRA).....	79
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>81</b>
A. Gambaran Umum .....	81
1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon .....	81
B. Karakteristik Responden.....	84
1. Karakteristik Berdasarkan Usia .....	85
2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	86
C. Hasil Uji Instrumen .....	87
1. Hasil Uji Linearitas.....	87

2.	Hasil Uji Validitas .....	87
3.	Hasil Uji Realibilitas .....	90
D.	Uji Asumsi Klasik .....	91
1.	Uji Normalitas ( <i>P-P Plot &amp; Kolmogrov Smirnov</i> ).....	91
2.	Uji Multikolinieritas ( <i>Tolerance &amp; VIP</i> ) .....	93
3.	Heteroskedastisitas( <i>Scatterplot &amp; Glejser</i> ) .....	95
E.	Analisis Linear Berganda .....	96
F.	Hasil Uji Hipotesis .....	98
1.	Hasil Uji signifikansi Simultan (Uji F) .....	98
2.	Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	99
G.	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	101
H.	Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi (MRA) .....	102
1.	Hasil Uji signifikansi Simultan Regresi Moderasi (Uji F).....	102
2.	Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial MRA (Uji t).....	104
I.	Hasil Uji Koefisien Determinasi MRA ( $R^2$ ).....	106
J.	Pembahasan.....	107
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>110</b>
A.	Kesimpulan .....	110
B.	Saran.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>114</b>