

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN
ISLAMIC BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA DALAM PENGGUNAAN PRODUK BANK
SYARIAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel
Surabaya)**

SKRIPSI

Oleh:
MUIZZATUL LAILI
NIM: G04219050



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN

Saya, Muizzatul Laili, G04219050, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 03 Juli 2023



Muizzatul Laili

NIM. G04219050

Surabaya, 28 Juni 2023

Skripsi telah selesai dan siap diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ana Toni Roby Candra Yudha', written over a horizontal line.

Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN *ISLAMIC*
BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM
PENGUNAAN PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel
Surabaya)**

Oleh

Muizzatul Laili

NIM : G04219050

Telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 13 Juli 2023 Dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dosen Penguji

Tanda Tangan

Ana Toni Roby Candra Yudha M.SEI
NIP. 201603311

Dr. Mazro'atus Sa'adah, M.Ag.
NIP. 197708272005012002

Muhammad Iqbal Surya Pratiko, S.Pd., M.SEI
NIP. 199103162019031013

Mohammad Dliyaul Muglihin, S.E.I., M.E
NIP. 199401052023211020



Surabaya, 13 Juli 2023



Dr. Saiful Arifin S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muizzatul Laili
NIM : G04219050
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : muizzatullaili@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Penggunaan Produk Bank Syariah

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 November 2024

Penulis

(Muizzatul Laili)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
DECLARATION	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Literasi Keuangan.....	8
2.1.1 Aspek-Aspek Literasi Keuangan.....	10
2.1.2 Kategori Pengukuran Literasi Keuangan.....	11
2.2. Literasi Keuangan Syariah	12
2.2.1 Indikator Literasi Keuangan Syariah	14
2.3. <i>Islamic Branding</i>	15
2.4. Dimensi <i>Islamic Branding</i>	16
2.4.1 Sumber <i>Islamic Branding</i>	17
2.5. Kajian Literatur	20
2.6. Kerangka Penelitian.....	23
2.7. Hipotesis.....	23
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25

3.2	Sumber Data.....	25
3.2.1	Data Primer	25
3.2.2	Data Sekunder	25
3.3	Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5	Definisi dan Operasional Variabel.....	28
3.5.1	Literasi Keuangan Syariah.....	28
3.5.2	Islamic Branding	29
3.5.3	Keputusan Penggunaan Produk Bank Syariah.....	29
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	31
3.6.1	Uji Validitas	31
3.6.2	Uji Reliabilitas	32
3.7	Teknik Analisis Data	32
1.	Uji Asumsi Dasar	32
2.	Uji Regresi Linier Berganda.....	34
BAB IV		36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1.	Statistik Deskriptif Responden.....	36
4.2.	Analisis Data	38
4.2.1.	Hasil Uji Validitas	38
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	40
4.2.4	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis	45
4.3.	Pembahasan	49
BAB V.....		55
PENUTUP		55
5.1.	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN		60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Literatur	20
Tabel 3.1 Skala likert	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Semester.....	37
Tabel 4. 3 Output Uji Validitas	38
Tabel 4. 4 Output Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4. 5 Output Uji Normalitas	41
Tabel 4. 6 Output Uji Multikolinieritas	42
Tabel 4. 7 Output Heterokedastisitas	43
Tabel 4. 8 Output Analisi Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4. 9 Output Uji Parsial.....	45
Tabel 4. 10 Output Uji Simultan	47
Tabel 4. 11 Output Uji R ²	48
Tabel 4. 12 Presentase Responden Literasi Keuangan Syariah.....	49
Tabel 4. 13 Presentase Responden Islamic Branding	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	23



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRAK

Terdapat dua persoalan yang kemudian menjadi fokus penelitian dalam skripsi ini, yang pertama; 1. Apakah literasi keuangan syariah dan *Islamic branding* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam penggunaan produk bank syariah?, 2. Apakah literasi keuangan syariah dan *Islamic branding* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam penggunaan produk bank syariah?. Hal ini yang melatar belakangi peneliti memilih kajian ini adalah rendahnya literasi keuangan syariah dalam lingkup mahasiswa ekonomi syariah sendiri. Padahal seharusnya mahasiswa ekonomi syariah lah yang menjadi pioner dalam menggunakan produk bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengertian umumnya kepada masyarakat dan kepada mahasiswa ekonomi syariah secara khusus agar mulai memperhatikan literatur keuangan syariah dan *Islamic Branding*. Lebih-lebih menggunakan produk bank syariah dalam kehidupan sehari-hari.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *field research* atau penelitian langsung di lapangan, serta melakukan survei yaitu menyebar angket kuesioner pada responden yang menjadi subjek penelitian. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data melalui kuesioner yang telah disebar yang kemudian di isi oleh mahasiswa ekonomi syariah sebagai objek penelitian dalam skripsi ini. Data tersebut menjadi data primer atau utama dalam penelitian ini. Disamping itu, sebagai stimulus analisa hasil penelitian peneliti juga menggunakan data-data dari berbagai literatur seperti buku, media cetak, media online, dll.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan : *yang pertama*, berdasarkan Uji Parsial (T) Literasi Keuangan Syariah (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan produk bank syariah (Y). Dan pada variabel *Islamic branding* (X2) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan produk bank syariah (Y). *Kedua*, Secara penelitian Uji Simultan (F) dimana peneliti dapat menyimpulkan bahwa kedua variabel yaitu literasi keuangan syariah (X1) dan *Islamic branding* (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan produk bank syariah (Y). Selaras dengan hasil penelitian tersebut terdapat saran yang diberikan oleh peneliti. mulai dari semangat literasi keuangan syariah dan secara terus menerus membangun *Islamic Branding* sehingga produk- produk syariah dapat menarik bagi khalayak umum.

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, Keputusan Mahasiswa

ABSTRACT

There are two issues which later become the focus of research in this thesis, the first; 1. Does Islamic financial literacy and Islamic branding partially influence student decisions in using Islamic bank products?, 2. Does Islamic financial literacy and Islamic branding simultaneously influence student decisions in using Islamic bank products? This is the background for the researcher choosing this study, namely the low literacy of Islamic finance within the scope of Islamic economics students themselves. Even though Islamic economics students should be pioneers in using Islamic bank products. This study aims to provide a general understanding to the community and to Islamic economics students in particular so that they begin to pay attention to Islamic finance literature and Islamic Branding. Moreover, using Islamic bank products in everyday life.

The research method used is quantitative research with a field research approach or direct research in the field, as well as conducting surveys, namely distributing questionnaires to respondents who are the research subjects. The technique used in collecting data is through questionnaires that have been distributed which are then filled in by Islamic economics students as the object of research in this thesis. The data is the primary or main data in this study. Besides that, as a stimulus for analyzing research results, researchers also use data from various literature such as books, print media, online media, etc.

This study draws conclusions: first, based on the Partial Test (T) Islamic Financial Literacy (X1) does not affect student decisions in using Islamic bank products (Y). And the Islamic branding variable (X2) influences student decisions in using Islamic bank products (Y). Second, by means of Simultaneous Test (F) research where researchers can conclude that the two variables, namely Islamic financial literacy (X1) and Islamic branding (X2) together have a significant effect on student decisions in using Islamic bank products (Y). In line with the results of these studies there are suggestions given by researchers. starting from the spirit of Islamic financial literacy and continuously building Islamic Branding so that sharia products can appeal to the general public.

Keywords: Islamic Financial Literacy, Islamic Branding, Student Decisions

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, Nonie, and Detri Agustina. 2020. "Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT. HNI HPAI Kota Bengkulu." *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 1(2):121–36.
- Albaity, Mohamed, and Mahfuzur Rahman. 2019. "The Intention to Use Islamic Banking: An Exploratory Study To Measure Islamic Financial Literacy." *International Journal of Emerging Markets* 14(5):988–1012.
- Andini, Anggie Lia, and Popy Rufaidah. 2017. "The Influence of Islamic Branding and Religiosity on Brand Image." *AFEBI Islamic Finance and Economic Review (AIFER)* 2(2):31–43.
- Anggraeni, Birawani Dwi. 2015. "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan Studi Kasus : UMKM DEPOK." *Jurnal Vokasi Indonesia* 3(1):23–28.
- Ates, Sinem et al. 2016. "Impact of Financial Literacy on the Behavioral Biases of Individual Stock Investors: Evidence from Borsa Istanbul." *Business and Economics Research Journal* 7:1–19.
- Bhabha, Iqbal Javed et al. 2014. "Impact of Financial Literacy on Saving-Investment Behavior of Working Women in the Developing Countries." *Research Journal of Finance and Accounting* 5:118–22.
- Bhushan, Puneet, and Yajulu Medury. 2013. "Financial Literacy and Its Determinants." *International Association of Scientific Innovation and Research* 4(2):155–60.
- Cahyanti, Deby Hana. 2018. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religuitas Masyarakat Dan Keterjangkauan Akses Dan Layanan Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Yogyakarta)." UIN Sunan Kalijaga.
- Candera, Mister et al. 2020. "Peran Literasi Keuangan Syariah Dalam Memoderasi Pengaruh Demografi Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah." *Jurnal Manajemen Motivasi* 16:1–7.
- Dahlia, Muna. 2020. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)." UIN Ar-Raniry.
- Djuwita, Diana, and Ayus Ahmad Yusuf. 2018. "Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha." *Al-Amwal* 10:105–27.

- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadinda, Rahmawati Deylla. 2019. "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta." Universitas Negeri Yogyakarta.
- Handida, Rahmawati Deylla, and Maimun Sholeh. 2018. "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Kualitas Layanan Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Economia* 14(1):84–90.
- Hua Chung, Shen et al. 2016. "The Relationship between Financial Disputes and Financial Literacy." *Pacific-Bastin Finance Journal* 36:46–65.
- Ismanto, Kwat. 2018. "Literasi Masyarakat Dan Dampaknya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah." *HUMAN FALAH* 5(1):15–27.
- Jalil, Md. Abdul, and Muhammad Khalilur Rahman. 2014. "The Impact of Islamic Branding on Consumer Preference towards Islamic Banking Services: An Empirical Investigation in Malaysia." *Journal of Islamic Banking and Finance* 2(1):209–29.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga.
- Mulyaningtyas, Indah Fajarwati et al. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Di Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 8(1):53–66.
- Nasrullah, Muhammad. 2015. "Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk." *Jurnal Hukum Islam* 13(2):79–87.
- Ningrum, Indah Asrowati. 2018. "Analisis Faktor Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pelaku UMKM Kota Makassar." Universitas Islam Indonesia.
- Nopitasari, Eka. 2017. "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah."
- Nurrohmah, Resti Fadhilah, and Radia Purbayati. 2020. "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Manajemen Perbankan Syariah* 3(2):140–53.
- OJK. 2017. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*.
- Parida, Reni. 2018. "Pengaruh Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Minat

Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah.” Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Priyatno, Dwi. 2016. *SPSS HANDBOOK Analisis Data, Oleh Data Dan Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Yogyakarta: MediaKom.

Rahim, Siti Hafizah Abdul et al. 2016. “Islamic Financial Literacy and Its Determinants Among University Students: An Exploratory Factor Analysis.” *International Journal of Economics and Financial Issues* 6:32–35.

Raihan. 2016. “Pengambilan Keputusan Dalam Kepemimpinan Manajemen Dakwah.” *Jurnal Al-Bayan* 22(34):65–78.

Ruwaitah, Siti Homisyah. 2020. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 1(1):79–106.

Shobah, Nurus. 2017. “Analisis Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion: Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya.”

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Wijanarko, Agus, and Lucky Rachmawati. 2020. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3(1):104–16.

Yulianto, Agus. 2018. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah.” Universitas Islam Indonesia.

Yustika, Syarifah. 2020. “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pemahaman Masyarakat Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Di Kecamatan Pulau Banyak Barat).” Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.