

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *ISLAMIC*
BRANDING DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH**

**(STUDI EMPIRIS PADA MAHASANTRI PONDOK
PESANTREN DARUL HUDA MAYAK TONATAN
PONOROGO)**

SKRIPSI

Oleh

SITI ROBI'AH AULIAK MAHMUDAH

NIM : 08040420165



**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 Siti Robi'ah Auliak Mahmudah, 08040420165 menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini 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, 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, 14 Desember 2023

Siti Robi'ah Auliak Mahmudah

NIM. 08040420165

Surabaya, 14 Desember 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nurul Fatma Hasan', written over a large, stylized, hand-drawn checkmark or 'V' shape.

Nurul Fatma Hasan, S.Si., M.E.I.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *ISLAMIC* *BRANDING* DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH

(STUDI EMPIRIS PADA MAHASANTRI PONDOK
PESANTREN DARUL HUDA MAYAK TONATAN
PONOROGO)

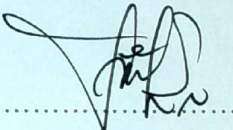
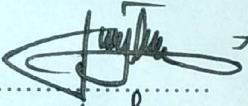
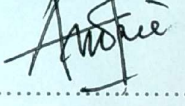
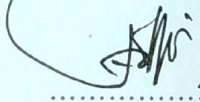
oleh
Siti Robi'ah Auliak Mahmudah
NIM: 08040420165

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 28 Desember 2023 dan dinyatakan memenuhi
syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji :

1. Nurul Fatma Hasan, S.Si., M.E.I
NIP. 198907112020122013
(Penguji 1)
2. Dr. Mugiyati, S.Ag., M.El.
NIP. 197102261997032001
(Penguji 2)
3. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos., M.M
NIP. 197608022009122002
(Penguji 3)
4. Mohammad Dliyaul Muflihini, S.E.I., M.E
NIP. 199401052023211020
(Penguji 4)

Tanda Tangan


.....

.....

.....

.....

Surabaya, 28 Desember 2023

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

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 : Siti Robi'ah Auliak Mahmudah
NIM : 08040420165
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : auliamahmudah31@gmail.com

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

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

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Empiris pada Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo)

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, 20 Februari 2025

Penulis

(Siti Robi'ah Auliak Mahmudah)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, *Islamic branding* dan religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 127 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan uji regresi linier berganda dengan nilai R^2 sebesar 0,618 (61,8%) dan memakai program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan syariah dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah, sedangkan variabel *Islamic branding* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah. Kemudian penelitian secara simultan literasi keuangan syariah, *Islamic branding* dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasantri menggunakan jasa perbankan syariah.

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, Religiusitas dan Keputusan Mahasantri Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of sharia financial literacy, Islamic branding, and religiosity on the decision to use sharia banking services at the Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo Islamic Boarding School. The type of research used is quantitative research. The total sample consisted of 127 respondents with a sampling technique, namely purposive sampling. Data collection was done by distributing questionnaires. Data analysis used multiple linear regression tests with an R^2 value of 0.618 (61.8%) and the SPSS version 25 program.

The research results show that the variables of sharia financial literacy and religiosity have a positive and significant effect on students' decisions to use sharia banking services, while the Islamic branding variable has an insignificant effect on students' decisions to use sharia banking services. Then, simultaneous research on sharia financial literacy, Islamic branding, and religiosity has a positive and significant effect on students' decisions to use sharia banking services.

Keywords: Sharia Financial Literacy, Islamic Branding, Religiosity, and Mahasantri's Decision to Use Sharia Banking Services.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
MOTTO	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Secara Teoritis	15
1.4.2 Secara Praktis.....	15
1.5. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1. Literasi Keuangan Syariah.....	1
2.1.1 Pengertian Literasi Keuangan Syariah.....	15
2.1.2 Indikator Literasi Keuangan Syariah	15
2.1.3 Tujuan Literasi Keuangan.....	17
2.2. <i>Islamic Branding</i>	11
2.2.1 Pengertian <i>Islamic Branding</i>	17
2.2.2 Indikator <i>Islamic Branding</i>	18
2.2.3 Bentuk-bentuk <i>Islamic Branding</i>	18
2.3. Religiusitas.....	11
2.3.1 Pengertian Religiusitas	19
2.3.2 Indikator Religiusitas.....	20
2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiusitas.....	21
2.4. Keputusan	12

2.4.1 Pengertian Keputusan	22
2.4.2 Indikator Keputusan.....	22
2.5. Penelitian Terdahulu	13
2.6. Pengembangan Hipotesis	1
2.7. Kerangka Konseptual.....	11
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Jenis Penelitian.....	1
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	11
3.2.1 Populasi Penelitian.....	22
3.2.2 Sampel Penelitian	22
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian.....	11
3.4. Variabel Penelitian.....	12
3.4.1 Variabel Independen.....	22
3.4.2 Variabel Dependen	22
3.5. Penelitian Terdahulu	13
3.6. Pengembangan Hipotesis	1
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	11
3.8. Teknik Analisis Data.....	12
3.9. Uji Instrumen Data.....	13
3.9.1 Uji Validitas.....	22
3.9.2 Uji Reliabilitas	22
3.10. Uji Asumsi Klasik.....	1
3.10.1 Uji Normalitas	22
3.10.2 Uji Multikolinieritas	22
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	22
3.11. Uji Regresi Linier Berganda	11
3.12. Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	12
3.13. Pengujian Hipotesis	13
3.13.1 Uji-t (Uji Parsial)	22
3.13.2 Uji f (Uji Simultan).....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
4.1.1 Variabel Independen.....	22

4.1.2 Variabel Dependen	22
4.2. Deskripsi Responden	11
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	22
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	22
4.3. Hasil Penelitian	11
4.3.1 Variabel Independen.....	22
4.3.2 Variabel Dependen	22
4.4. Pembahasan.....	12
4.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Mahasantri Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	19
4.4.2 Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasantri Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.....	20
4.4.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasantri Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	21
4.4.4 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan Religiusitas Secara Simultan Terhadap Keputusan Mahasantri Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	19
BAB V PENUTUP.....	50
5.1. Kesimpulan	1
5.2. Saran	11
Lampiran	77

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	40
Tabel 3. 2 Skala Likert	44
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji t (Uji Parsial)	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	61

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Aset Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Bank Pada Bank Syariah dan Bank Konvensional	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	37



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, S. El. (2021). *Islamic Branding* Dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 4(1), 26–35. <https://doi.org/10.30863/al-tsarwah.v4i1.1556>
- Afandi, A. (2022). Pengaruh Inklusi Perbankan Syariah terhadap Pembiayaan UMKM Halal di Indonesia Periode 2017-2020. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10(2), 280–291. <https://doi.org/10.33059/jmk.v10i2.3868>
- Affandi, I., & Susilawati. (2014). Faktor-faktor Penentu Pengambilan Keputusan Konsumen di dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah. 1–15.
- Afifah, A. M., & SWH, M. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung). *Jurnal Cita Ekonomika*, 16(2), 77–95. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v16i2.6646>
- Amanah, F. F. y dan L. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7, 7. <https://doi.org/10.22225/we.19.2.1955.131-142>
- Amrullah, A. G. (2019). Pengaruh *Islamic Branding*, dan Biaya Pendidikan terhadap Pilihan Mahasiswa Masuk Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun 2015-2017. In *Donnu*.
- Anggytania. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Tanjung Balai Karimun kabupaten Karimun. 18. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/12316%0Ahttps://repository.uir.ac.id/123>

16/1/182310301.pdf

- Annisa, Y. N., Setyadi, S., & Arifin, S. (2019). Faktor-Faktor Penentu Inklusi Keuangan di Indonesia Periode Tahun 2012-2016. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(1), 150. <https://doi.org/10.35448/jte.v14i1.5425>
- Daru Anggrahardi. (2022). Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Santri Pondok Pesantren Al-Fattah Temboro Dalam Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah.
- Dedy Indra Prayoga. (2016). Analisis Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Santri Memilih Produk Bank Syariah (Studi Komparasi Pada Pondok Pesantren Walisongo Lampung Tengah dan Pondok Pesantren Darussalam Lampung Selatan). 4(1), 1–23.
- Ernayani, R. (2023). Peningkatan Minat Penggunaan Produk Keuangan Syariah Melalui *Islamic Branding* dan Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 2. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8484>
- Falevy, M. I., Suryani, & Prima Dwi Priyatno. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Persepsi Mahasiswa Jabodetabek terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 1–21. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v3i1.345>
- Fauziah, N. (2020). Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah atau Bank Konvensional.
- Fitriyah, A. (2023). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Islamic Branding terhadap Keputusan Nasabah Menabung Melalui Kepercayaan Di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Jember. <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/19751>
- Hafiz, M. (2017). Pengaruh *Islamic Branding* dan Perilaku Religius terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Pada

Produk Kosmetik Wardah.

Harahap, T. S. R. (2020). Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Nasabah terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas di PT Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Iskandar Muda. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 1.
<https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.493>

Hutauruk, I. S. (2021). Pengaruh *Islamic Branding* dan Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa PAI IAIN Padangsidimpuan Menabung di Bank Syariah. *Skripsi*, 1–141.

Iskamto, D. (2018). Analisis Peranan Religiusitas terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah Indonesia. *Jurnal Perbankan Keuangan Syariah*, November 2017.

Jannah, M. (2021). Pengaruh *Islamic Branding Image* dan Pengetahuan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada PT. BPRS Dinar Ashri Mataram).
[http://etheses.uinmataram.ac.id/id/eprint/3623%0Ahttp://etheses.uinmataram.ac.id/3623/1/Miftahul Jannah 170502335-.pdf](http://etheses.uinmataram.ac.id/id/eprint/3623%0Ahttp://etheses.uinmataram.ac.id/3623/1/Miftahul%20Jannah%20170502335-.pdf)

Khairunnisa, G., & Zahara, Z. (2021). Pengaruh *Islamic Branding* Dan Perilaku Religius terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bsm Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 7(3), 1–2.
<https://doi.org/10.22487/jimut.v7i3.240>

Kholiq, M. N., Susyanti, J., & Mustapita, A. F. (2022). Pengaruh *Islamic Branding* dan *Customer Religiosity* terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Minimarket Al-Khaibar. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 51–60.

Kisworo, Y., Salama, H., & Paramita, G. (2021). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Market Share Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional (Studi Kasus BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, BCA Syariah dengan Bank BRI Tbk, BNI Tbk, Mandiri Tbk dan

BCA Tbk). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(1), 1–12.

Leanita, F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. 9.

Maulida, N. (2017). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Preferensi Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan Angkatan 2014).

Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.

Nasution, D. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Singkohor Kabupaten Aceh Singkil).

Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 291–304.

Nurudin, N., Arifin, J., & Ma'ruf, A. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, dan Kebudayaan terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *EL MUDHORIB : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.53491/elmudhorib.v2i1.79>

Octavia, A. (2014). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.

- Oktafia, L. T. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge*, dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Menabung di Bank Muamalat KCU Purwokerto.
- Pandjaitan, D., & Ahmad, A. (2017). Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 230.
- Paramita, W. V. (2019). Pengaruh *Islamic Branding* terhadap Tingkat Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat (Studi Kasus Bank Muamalat Jakarta Selatan).
- Pradana, M., Anggriani, I., & Rahman, A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa pada LPK Barokah Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 571–580. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3186>
- Pratama, Y. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank BSI di Kotabumi Lampung Utara). 44.
- Puteri, M. (2023). Analisis *Islamic Branding*, Literasi dan Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BTN Syariah di Jabodetabek.
- Rahma, T. I. F. (2019). Buku Diktat Perbankan Syariah I. 3.
- Ramadhan, R. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan Produk Tabungan Santri Pondok Pesantren Al-Barokah terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah.
- Rosdiansyah, M. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Kelurahan Siranindi terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. <https://www.e-ir.info/2018/01/14/securitisation-theory-an-introduction/>
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa

- Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 94.
<https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>
- Salim, S. dan. (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).
- Salsabilla, A. I. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Empiris Pelajar SMKN 1 Purwokerto Jurusan Perbankan Syariah).
- Santoso, I., & Adawiyah, S. El. (2019). *Branding* Islam dan Religiusitas Individu pada Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Business & Entrepreneurship*, 2(1), 1–12.
<https://doi.org/10.24853/baskara.2.1.1-12>
- Sari, D. W., Pristiyono, P., & Pitriyani, P. (2023). Inklusi Keuangan Digital Melalui Loyalitas Dalam Membangun Finansial Teknologi. *Owner*, 7(3), 2750–2761. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1557>
- Sholeha, N. L. (2021). Pengaruh *Islamic Branding*, Iklan Islami, dan *Lifestyle* terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Wardah pada Generasi Millennial di Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi. In *Industry and Higher Education*.
<http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspac.e.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Sopian, A., Basri, H., & Suhartini, A. (2022). Peran Pesantren Alam Khoiro Ummah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam. *Journal Analytica Islamica*, 11(2), 353–364.
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/article/view/13912>
- Statistik Perbankan Indonesia*. (n.d.). <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Pages/Statistik-Perbankan-Indonesia---Juni-2023.aspx>

Statistik Perbankan Syariah. (n.d.). <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juni-2023.aspx>

Sulistiyowati, T. I., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Religiusitas terhadap Minat Berkarir di Perbankan Syariah Dengan Sikap Sebagai Variabel Moderasi. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 12(01), 2–3.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/33652/18163>

Tiyas, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, *Brand Image*, dan *Word of Mouth* terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Berbasis Islam di Purwokerto).

Toyibah, R. A. (2023). Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Masyarakat terhadap Konversi Bank Riau KEPRI Berbasis Konvensional Menjadi Berbasis Syariah (Studi Kasus di Kampung Tualang).

Ulfa, R. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 6115, 3. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>

Wijanarko, A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding* dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 8. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/32670>

Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 75.
<https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.4117>

Yuliawati, L. D. (2020). Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah dan Pengetahuan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Indonesia. In *Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Vol. 3, Issue 1).

- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>
- Zain, S. (2020). Pengaruh Persepsi Santri, Religiusitas dan Promosi Bank Syariah terhadap Minat Menabung Santri Pada Produk Simpanan Pelajar (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Mukhlishin). https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/52190/1/SULAIMAN_ZAIN-FEB.pdf
- Zainuddin, Z. (2016). Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.5>
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>
- Zulni, D. A., Suryani, M., Alkahf, A. R., & Aisia, G. (2022). Eksplorasi Peran Pesantren Dalam Menjawab Modernitas Bank Syariah. *Tamwil*, 8(2), 47. <https://doi.org/10.31958/jtm.v8i2.6932>