



Pengaruh Literasi, Minat, dan Demografi terhadap Keputusan Memilih Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Muchammad Oki Sudarman, Popon Srisusilawati*

Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 30/4/2024

Revised : 4/7/2024

Published : 17/7/2024



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 1

Halaman : 27 - 36

Terbitan : Juli 2024

ABSTRAK

Berdasarkan uji parsial pada tabel dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel ($2,888 > 1,984$), sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi terhadap keputusan menjadi nasabah, lalu t hitung lebih besar daripada t tabel ($2,291 > 1,984$), sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara minat terhadap keputusan menjadi nasabah, dan t hitung lebih kecil daripada t tabel ($1,661 < 1,984$), sehingga disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara demografi terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama menunjukkan variabel literasi, minat, dan demografi berpengaruh terhadap variabel Y yaitu keputusan menjadi nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan tabel F hitung adalah 20,741 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi, minat, dan demografi terhadap keputusan menjadi nasabah.

Kata Kunci : Literasi; Minat; Demografi.

ABSTRACT

Based on the partial test in the table, it can be concluded that the t count is greater than the t table ($2.888 > 1.984$), so it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that there is a significant influence between literacy on the decision to become a customer, so the t count is greater than the t table ($2.291 > 1.984$), so it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means there is a significant influence between interest and the decision to become a customer. a customer, and the calculated t is smaller than the t table ($1.661 < 1.984$), so it can be concluded that H_a is rejected and H_0 is accepted, which means there is no significant influence between demographics on the decision to become a customer. Based on the test results together, it shows that literacy, interest and demographic variables have an influence on variable Y , namely the decision to become a customer. This is shown in table F count is 20.741 with a significance level of 0.000. Because the probability of 0.000 is much smaller than 0.05, there is a significant influence between literacy, interest and demographics on the decision to become a customer.

Keywords : Literacy; Interests; Demographics.

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Indonesia berada di peringkat keempat sebagai negara dengan pembangunan ekonomi syariah terbaik di dunia berdasarkan State of the Global Islamic Economy Report 2020-2021. Potensi perkembangan industri keuangan dan perbankan Syariah yang semakin baik ini didukung oleh masyarakat Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam. Indonesia berada di peringkat 10 besar secara keseluruhan sektor yaitu sektor keuangan syariah, pariwisata halal, fashion, farmasi dan kosmetik, media dan rekreasi, serta makanan dan minuman halal. (Sugiarti, 2023)

Organisasi untuk kerjasama ekonomi dan pembangunan atau OECD, menyatakan bahwa literasi keuangan tidak hanya sekedar pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan tetapi juga kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat suatu keputusan keuangan yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan (financial wellbeing) individu dan masyarakat dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi. (Viana et al., 2022)

Literasi keuangan syariah menurut Hambali merupakan wawasan yang dimiliki individu mengenai produk dan jasa keuangan syariah, serta dapat membedakannya dengan sistem bank konvensional.

Tabel 1. Perbandingan Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah

Indeks Syariah	2019	2022
Literasi	8,93%	9,14%
Inklusi	9,10%	12,12%

Sumber : (OJK, 2022)

Data pada tabel 1 di atas menunjukkan tingkat melek huruf Masyarakat Indonesia masih rendah terlihat pada persentase keuangan syariah 10% yaitu 8,93% pada tahun 2019 dan 9,14% pada tahun 2019-2022. Sementara itu, jumlah penduduk beragama Islam di Indonesia mencapai 86,7%. Artinya, sekitar 77,56% Populasi Muslim di Indonesia belum memilikinya Pengetahuan yang baik tentang keuangan Islam.

Pada tahun 2020 hingga 2030, Indonesia akan mendapatkan bonus demografi yaitu fenomena dimana struktur penduduk sangat menguntungkan dari sudut pandang pembangunan karena jumlah penduduk usia produktif sangat banyak. Usia produktif pada masa bonus demografi tidak lain adalah remaja kita saat ini. Merekalah generasi penerus bangsa yang akan memegang peranan penting saat ini dan nasib bangsa kita dipengaruhi oleh kualitas generasi muda. (Dinas Kesehatan Kota Istimewa Jakarta, 2023)

Terdapat faktor-faktor keputusan menabung salah satunya menurut Pride dan Ferrell dalam Shofwa, ada tiga kelompok faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen untuk dapat memutuskan keputusan pembelian yaitu Faktor pribadi, psikologis, dan sosial. Faktor pribadi Merupakan faktor yang unik yang dimiliki sebagai manusia, ada beberapa faktor, yaitu (a) Faktor demografi, faktor ini berkaitan dengan pribadi yang terlibat dalam pengambilan keputusan, meliputi ciri-ciri seperti jenis kelamin, usia, ras, sukuClick or tap here to enter text. bangsa, pendapatan, siklus, kehidupan keluarga dan pekerjaan. (b) Faktor situasional, faktor ini merupakan keadaan atau kondisi eksternal yang ada ketika konsumen membuat keputusan pembelian. (c) Faktor tingkat keterlibatan, faktor ini merupakan tingkat keterlibatan konsumen yang ditunjukkan dengan sejauh mana konsumen mempertimbangkan terlebih dahulu keputusannya sebelum membeli suatu produk. (Sinaga, 2019)

Tabel 2. Jumlah Siswa SMK Jurusan Perbankan Syariah di Kota Bandung

SMK Al-Hadi	SMK PGRI	SMK Terpadu Ad-Dimyati	SMK Muhammadiyah 2	SMK Cipta Skill
1.213	284	331	577	800

Sumber : dapo.Kemendikbud.go.id.

Tabel tersebut menunjukkan betapa banyak jumlah Siswa SMK di Kota Bandung, terlebih lagi para siswa mayoritas beragama islam. Selain dari itu, SMK diatas merupakan sebuah lembaga pendidikan yang memiliki jurusan perbankan syariah sehingga mereka sudah paham terkait ekonomi islam terutama bagian perbankan syariah,

Peneliti memilih SMK Al-Hadi sebagai objek penelitian karena sekolah tersebut memiliki jumlah siswa terbanyak diantara kelima SMK pada tabel 1.2. Jenjang SMK termasuk dalam usia produktif, dimana mereka sudah masuk memiliki kriteria untuk membuka buku tabungan.

Dilihat secara demografis SMK Al-Hadi sudah masuk usia produktif dan terdapatnya jurusan perbankan syariah. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap minat mereka untuk menabung di perbankan syariah, baik untuk jurusan yang berkaitan maupun tiga jurusan lainnya yang terdapat di SMK Al-Hadi. Selain itu terdapatnya Bank Amanah didalam sekolah yang dikelola oleh siswa membuat seluruh siswa. Bukan hanya bagi siswa perbankan syariah, melainkan siswa diluar jurusan perbankan syariah pun sudah tidak asing lagi dengan Bank Syariah. Hal tersebut dikarenakan SMK Al-Hadi bernuansa islami, peneliti mendapatkan informasi tersebut melalui wawancara awal yang dilakukan kepada bapa zaki selaku guru, bahwa guru selalu memberi asupan terkait nilai-nilai islam kepada para siswa dalam setiap kegiatannya.(Zaki, 2023) Sehingga penulis berasumsi bahwa seluruh siswa SMK Al-Hadi memiliki pengetahuan keislaman yang baik secara merata, bukan hanya siswa jurusan perbankan syariah saja. Hal tersebut yang mendasari penulis akan melakukan penelitian di seluruh jurusan yang terdapat di SMK Al-Hadi.

Minat merupakan campuran perasaan, harapan, keyakinan, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan seseorang pada hal tersebut. Minat menggambarkan terhadap sesuatu untuk mewujudkan keinginan. Menurut Reber, faktor yang memengaruhi minat terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. (Pratama, 2016) Data awal yang didapatkan peneliti menunjukkan hanya 10% yang memiliki tabungan syariah dan 90% tidak memiliki rekening tabungan bank syariah.

Hal ini tentunya tidak sejalan dengan penelitian Niko Pratama yang berjudul "Pengaruh Persepsi Nilai Sya riah, Literasi Keuangan, dan Persepsi Kelebihan Pada Lembaga Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung" bahwasannnya literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah. selanjutnya tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk menganalisis Pengaruh Literasi, Minat, dan Demografi Terhadap terhadap keputusan memilih menjadi nasabah perbankan syariah di SMK Al-Hadi Kota Bandung secara simultan dan juga parsial.

B. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode survei dengan menganalisis data secara kuantitatif. Tujuan metode ini adalah untuk menguji secara khusus apakah variabel tersebut memiliki pengaruh atau tidak literasi, minat, dan demografi terhadap keputusan memilih menjadi nasabah perbankan syariah di SMK Al-Hadi Kota Bandung.

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah siswa SMK Al-Hadi Kota Bandung yang berjumlah 1.213 siswa. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 93 siswa yang dibulatkan menjadi 100 siswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, library search, text books, majalah, surat kabar, dan bulletin, serta data penunjang lainnya. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis regresi linier berganda.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengaruh antara Literasi dengan keputusan

Ho : Tidak terdapat pengaruh literasi terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

Ha : Terdapat pengaruh literasi terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

Minat

Ho : Tidak terdapat pengaruh minat terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

Ha : Terdapat pengaruh minat terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

Demografi

Ho : Tidak terdapat pengaruh demografi terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

Ha : Terdapat pengaruh demografi terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

Literasi, Minat, dan Demografi

Ho : Tidak terdapat pengaruh literasi, minat, dan demografi terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

Ha : Terdapat pengaruh literasi, minat, dan demografi terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

C. Hasil dan Pembahasan

Bahasan utama Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Keputusan pembelian sebagai efek langsung dari komunikasi pemasaran terpadu merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Dalam keputusan pembelian terdapat beberapa tahap yang tidak selalu sesuai dengan urutannya, antara lain: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. (Srisusilawati, 2017)

Menurut Kasmir, Nasabah adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank. Menurut Tjiptono, pengertian nasabah adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. (Koeswara & Muslimah, 2016) Dari penjelasan Kasmir dan Tjiptono menunjukkan bahwa nasabah merupakan pembeli yang menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang akan dijelaskan oleh peneliti merupakan keputusan untuk menjadi nasabah perbankan syariah.

Menurut Kotler dalam penelitian Fitriani Sinaga terdapat faktor memengaruhi perilaku konsumen, yang dapat dilihat dari faktor-faktor dalam pengambilan keputusan yaitu eksternal dan internal. (Andespa, 2017) Faktor eksternal terdiri dari faktor budaya, sosial, dan pemasaran. Sedangkan faktor internal, yaitu faktor pribadi dan psikologis.

Literasi

Literasi adalah kemampuan menulis dan membaca, pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu, serta kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup (KBBI). Kecakapan literasi pada masa ini menjadi hal yang esensial, dimana masa ini teknologi menyediakan ruang informasi untuk terus meningkatkan kualitas hidup seseorang. (Silviany et al., 2023)

Literasi perbankan syariah dapat diartikan sebagai pengetahuan, kepercayaan/keyakinan, sikap dalam mengambil keputusan terhadap berbagai aktivitas perbankan seseorang, dalam hal ini khususnya perbankan syariah. Konsep literasi perbankan syariah tidak lepas dari konsep dasar ekonomi Islam yaitu larangan riba (bunga), larangan gharar (ketidakpastian), dan larangan maysir (judi). (Karmayani et al., 2023)

Komponen penilaian literasi keuangan Berdasarkan penelitian Sekar Syahira, literasi keuangan dapat diukur melalui metode OECD, yang mana metode ini menggunakan tiga komponen literasi keuangan, yakni pengetahuan keuangan, sikap keuangan, serta perilaku keuangan. Hal tersebut juga disampaikan Setiawati, bahwa literasi keuangan syariah diukur melalui pengetahuan mengenai Lembaga keuangan syariah, perilaku dan sikap keuangan. (Syahira, 2022) Gilang dan Isnalita menjelaskan juga bahwasannya literasi keuangan diukur melalui pengetahuan keuangan dan perilaku keuangan. (Puspita & Isnalita, 2019)

Minat

Menurut Prof. Dr. Iskandar Wasid, minat adalah gabungan antara keinginan dan kemauan untuk dapat berkembang. Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam memengaruhi preferensi pelanggan dalam menabung. Ada tiga batasan kepentingan, yang pertama, sikap yang bisa mengikat perhatian seseorang terhadap suatu obyek tertentu secara selektif. Kedua, perasaan itu aktivitas dan kesukaan terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa perilaku ke arah atau tujuan tertentu. (Andespa, 2017)

Minat (Interest) digambarkan sebagai situasi dimana konsumen belum melakukan suatu tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. (Srisusilawati et al., 2019) Menurut Howard dan Sheth dalam Priansa, minat menabung adalah sesuatu yang berkaitan dengan rencana pelanggan dalam memilih suatu produk yakin. Minat menabung juga bisa dikatakan sebagai pernyataan mental nasabah untuk memilih produk tabungan tertentu (Putri et al., 2019)

Menurut Reber dalam penelitian Niko menjelaskan bahwa faktor yang memengaruhi minat terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu dan itu adalah motivasi diri. Contoh dari Faktor internal adalah kebutuhan, rasa ingin tahu, motivasi, dan keinginan. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri individu dan Hal ini merupakan dorongan dari orang lain, misalnya orang tua, rekan kerja, teman, lingkungan, dan keadaan. (Pratama, 2016)

Demografi

Demografi adalah studi ilmiah tentang populasi manusia, termasuk ukuran, distribusi, komposisi, dan faktor terkait menentukan perubahan jumlah, distribusi, dan komposisinya. Demografi dalam arti luas berbicara tentang angka termasuk ciri-ciri kependudukan seperti ciri-ciri sosial, ekonomi, termasuk etnis. Ciri-ciri sosial meliputi status perkawinan penduduk, tingkat pendidikan, status kesehatan dan dll. Karakteristik ekonomi meliputi status pekerjaan, pekerjaan, jenis pekerjaan, pendapatan, jam kerja dan dll. Ciri-ciri etnis antara lain meliputi agama, atau suku. (Thoyibah & Mu'alifatul, 2020)

Ilmu demografi memahami perubahan struktur penduduk yang meliputi perubahan distribusi, komposisi, jumlah dan struktur suatu populasi. Ada perubahan tersebut terjadi karena komponen utama pertumbuhan seperti migrasi, kematian, dan juga fertilitas. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan Rusli menjelaskan bahwa Demografi merupakan ilmu yang menitikberatkan pada perkembangan, komposisi dan jumlah penduduk suatu populasi yang digambarkan melalui gambaran statistik yang dapat dilihat dari suatu sudut dari perspektif ilmu kependudukan dan juga dari perspektif sosial-politik.(Fitriani, 2023) Menurut Kotler dan Armstrong dalam skripsi Chintya Putrianum, faktor-faktor yang dipergunakan dalam segmentasi ini adalah pendapatan, gender/jenis kelamin, pendidikan, dan agama. (Chintya, 2022)

Korelasi Antara Variabel Literasi, Minat, dan Demografi dengan Variabel Keputusan Menjadi Nasabah.

Tabel 3. Korelasi Antara Variabel Literasi, Minat, dan Demografi Dengan Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

		Correlations			
		Keputusan_Y	Literasi_X1	Minat_X2	Demografi_X3
Pearson Correlation	Keputusan_Y	1,000	,534	,502	,559
	Literasi_X1	,534	1,000	,380	,739
	Minat_X2	,502	,380	1,000	,519
	Demografi_X3	,559	,739	,519	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan_Y	.	,000	,000	,000
	Literasi_X1	,000	.	,000	,000
	Minat_X2	,000	,000	.	,000
	Demografi_X3	,000	,000	,000	.
N	Keputusan_Y	100	100	100	100
	Literasi_X1	100	100	100	100
	Minat_X2	100	100	100	100
	Demografi_X3	100	100	100	100

Melihat dari tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan koefisien korelasi antara Literasi dengan Keputusan menjadi nasabah $r = 0,534$, ini berarti terdapat hubungan yang kuat antara Literasi dengan Keputusan menjadi nasabah. Jika diinterpretasikan menurut Nunung maka eratnya korelasi Literasi dengan Keputusan menjadi nasabah adalah kuat karena berada diantara $0,5 - 0,75$, dan arahnya positif ini berarti apabila terjadi peningkatan Literasi maka Keputusan menjadi nasabah juga akan meningkat.

Tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan koefisien korelasi antara Minat dengan Keputusan menjadi nasabah $r = 0,502$, ini berarti terdapat hubungan yang kuat antara Minat dengan Keputusan menjadi nasabah. Jika diinterpretasikan menurut Nunung maka eratnya korelasi Minat dengan Keputusan menjadi nasabah adalah kuat karena berada diantara $0,5 - 0,75$, dan arahnya positif ini berarti apabila terjadi peningkatan Minat maka Keputusan menjadi nasabah juga akan meningkat.

Tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan koefisien korelasi antara Demografi dengan Keputusan menjadi nasabah $r = 0,559$, ini berarti terdapat hubungan yang cukup antara Demografi dengan Keputusan menjadi nasabah. Jika diinterpretasikan menurut Nunung maka eratnya korelasi Demografi dengan Keputusan menjadi nasabah adalah cukup karena berada diantara $0,5 - 0,75$, dan arahnya positif ini berarti apabila terjadi peningkatan Demografi maka Keputusan menjadi nasabah juga akan meningkat.

Korelasi Determinasi

Besarnya sumbangan atau peranan variabel literasi, minat, dan demografi dengan terhadap variabel keputusan menjadi nasabah dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi (KD).

Tabel 4. Literasi, Minat, dan Demografi Dengan Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,638 ^a	,407	,388	3,159

a. Predictors: (Constant), Demografi_X3, Minat_X2, Literasi_X1

b. Dependent Variable: Keputusan_Y

Tabel menunjukkan hasil koefisien determinasi (R Square) menunjukkan nilai sebesar 0,407 atau sebesar 40,7% diperoleh dari hasil ($r^2 \times 100\% = 0,638^2 \times 100\% = 40,7\%$), artinya variabel keputusan menjadi nasabah dipengaruhi oleh variable Literasi, Minat, dan Demografi sebesar 40,7% dan sisanya 59,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Koefisien Regresi

Tabel 5. Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11,420	3,954		2,888	,005
	Literasi_X1	,192	,084	,268	2,291	,024
	Minat_X2	,526	,166	,292	3,172	,002
	Demografi_X3	,315	,190	,210	1,661	,100

a. Dependent Variable: Keputusan_Y

Berdasarkan tabel diatas persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

Menurut modul praktikum statistika yang disusun oleh Yayat Rahmat Hidayat dan Ifa Hanifia Senjiati persamaan regresi dengan rumus dibawah ini. (Hidayat & Senjiati, 2016)

$$Y = a + b1X_1 + b2X_2 + b3X_3 + error \tag{1}$$

$$Y = 11,420+0,192+0,526+0,315 + error$$

Konstanta sebesar 11,420 artinya jika untuk Literasi, Minat, dan Demografi bernilai nol maka nilai keputusan menjadi nasabah adalah sebesar 11,420

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Nilai Konstanta sebesar 11,420 artinya jika untuk literasi, minat, dan demografi bernilai nol maka nilai keputusan menjadi nasabah adalah sebesar 11,420. (2) Nilai koefisien regresi variabel literasi bersifat positif sebesar 0.192 yang menyatakan bahwa jika variabel literasi meningkat, maka nilai keputusan menjadi nasabah perbankan syariah bertambah sebesar 0.192 dengan asumsi variabel minat dan demografi tetap. (3) Nilai koefisien regresi variabel minat bersifat positif sebesar 0.526 yang menyatakan bahwa jika variabel minat meningkat, maka nilai keputusan menjadi nasabah perbankan syariah bertambah sebesar 0.526 dengan asumsi variabel literasi dan demografi tetap. (4) Nilai koefisien regresi variabel demografi bersifat positif sebesar 0.315 yang menyatakan bahwa jika variabel minat meningkat, maka nilai keputusan menjadi nasabah perbankan syariah bertambah sebesar 0.315 dengan asumsi variabel literasi dan minat tetap.

Uji Hipotesis

Uji f

Tabel 6. Uji f hitung Variabel Literasi, Minat, Dan Demografi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	656,223	3	218,741	21,921	,000 ^b
	Residual	957,967	96	9,979		
	Total	1614,190	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Y

b. Predictors: (Constant), Demografi_X3, Minat_X2, Literasi_X1

Berdasarkan tabel diatas hitung adalah 21,921 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi, minat, dan demografi terhadap keputusan menjadi nasabah. Menurut Hidayat dan Senjiati jika nilai sig < 0,05, maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji t

Tabel 7. Uji t hitung Variabel Literasi, Minat, Dan Demografi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,420	3,954		2,888	,005
	Literasi_X1	,192	,084	,268	2,291	,024
	Minat_X2	,526	,166	,292	3,172	,002
	Demografi_X3	,315	,190	,210	1,661	,100

a. Dependent Variable: Keputusan_Y

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Nunung nilai signifikansi yang dihasilkan $<0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat dari tabel output, ternyata t hitung adalah 2,291, sedangkan t tabel untuk taraf nyata sebesar 5% dan derajat bebas $(n-2) = 98$, maka diperoleh $t_{(0,05, 98)} = 1,984$. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel ($2,291 > 1,984$), sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi terhadap keputusan menjadi nasabah.

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat dari tabel output, ternyata t hitung adalah 3,172, sedangkan t tabel untuk taraf nyata sebesar 5% dan derajat bebas $(n-2) = 98$, maka diperoleh $t_{(0,05, 98)} = 1,984$. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel ($3,172 > 1,984$), sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara minat terhadap keputusan menjadi nasabah.

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat dari tabel output ternyata t hitung adalah 1,661, sedangkan t tabel untuk taraf nyata sebesar 5% dan derajat bebas $(n-2) = 98$, maka diperoleh $t_{(0,05, 98)} = 1,984$. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel ($1,661 < 1,984$), sehingga disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara demografi terhadap keputusan menjadi nasabah.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai inti masalah penelitian literasi yang rendah, minat yang masih minim, dan demografi berdasarkan usia produktif di SMK Al-Hadi Kota Bandung mengenai keputusan menjadi nasabah. Maka dapat disimpulkan berdasarkan rumusan masalah sebagai berikut:

Berdasarkan uji parsial literasi terhadap keputusan bahwa t hitung adalah 2,888, sedangkan t tabel untuk taraf nyata sebesar 5% dan derajat bebas $(n-2) = 98$, maka diperoleh $t_{(0,05, 98)} = 1,984$ Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel ($2,888 > 1,984$), sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi terhadap keputusan menjadi nasabah

Berdasarkan uji parsial minat terhadap keputusan bahwa t hitung adalah 2,291, sedangkan t tabel untuk taraf nyata sebesar 5% dan derajat bebas $(n-2) = 98$, maka diperoleh $t_{(0,05, 98)} = 1,984$ Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel ($2,291 > 1,984$), sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara minat terhadap keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan uji parsial demografi terhadap keputusan bahwa t hitung adalah 1,661, sedangkan t tabel untuk taraf nyata sebesar 5% dan derajat bebas $(n-2) = 98$, maka diperoleh $t_{(0,05, 98)} = 1,984$ Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel ($1,661 < 1,984$), sehingga disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara demografi terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini disebabkan karena siswa SMK Al-Hadi belum memiliki pendapatan karena tidak memiliki pekerjaan, sehingga pendapatan yang dimiliki mereka adalah bekal sekolah yang berikan orang tua. Selain dari itu tidak ada pihak perbankan yang datang secara langsung ke SMK Al-Hadi untuk mengenalkan produknya kepada siswa.

Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama menunjukan variabel literasi, minat, dan demografi berpengaruh terhadap variabel Y yaitu keputusan menjadi nasabah. hasil koefisien determinasi (R Square) menunjukkan nilai sebesar 0,407 atau sebesar 40,7% diperoleh dari hasil ($r^2 \times 100\% = 0,638^2 \times 100\% = 40,7\%$), artinya variabel keputusan menjadi nasabah dipengaruhi oleh variabel Literasi, Minat, dan Demografi sebesar 40,7% dan sisanya 59,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan, Vol.2, No.*, 43–57.
- Chintya, P. (2022). *Analisis Keterlibatan Faktor Demografis Dan Psikologis Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kabupaten Pringsewu*. Universitas Islam Raden Intan Lampung.
- Fitriani, S. (2023). *Analisis Faktor Demografi, Variasi Layanan dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus Masyarakat Kota Malang)*.
- Indonesia 2020-2030: Bonus Demografi atau Bencana Demografi. (n.d.). Dinas Kesehatan Kota Istimewa Jakarta. Retrieved February 11, 2023, from <https://dinkes.jogjaprovo.go.id/berita/detail/bonus-demografi-indonesia-20202030-bonus-demografi-atau-bencana-demografi>
- Karmayani, Nurzanti, R., & Pasarela, H. (2023). TINGKAT LITERASI PERBANKAN SYARIAH DI KALANGAN MAHASISWA. *Jurnal Invasi Penelitian, 9*(3).
- Koeswara, S., & Muslimah. (2016). Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas Pt. Bca, Tbk Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple. *Jurnal PASTI, 8*(1).
- OJK. (2022). *Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>
- Pratama, N. (2016). *Pengaruh Persepsi Nilai Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Dan Persepsi Kelebihan Pada Lembaga Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Lampung*. Universitas Lampung.
- Puspita, G., & Isnalita, I. (2019). Financial Literacy: Pengetahuan, Kepercayaan Diri dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi. *Owner, 3*(2), 117. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.147>
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa, 16*(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Rahmi Kurniadi, A., Permana, I., Firdaus Nuzula, Z., & Hukum Ekonomi Syariah, P. (2023). *Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Pelaksanaan Sewa Menyewa dalam Jasa Layanan Rental Mobil Box di D-Trans Logistics Bandung* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.sbpublisher.com/index.php/imsak>
- Sandy Rizki Febriadi, & Silfa Fadlilatunnisa. (2023). Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Praktik Jasa Nail Art di Meet.Nails Kota Bandung. *Jurnal Riset Perbankan Syariah, 75–80*. <https://doi.org/10.29313/jrps.v2i2.2773>
- Silviany, I. Y., Pratikno, H., Dewi, A. N., As Syakir, M. A., & Huwaida, S. A. M. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Literasi dalam Pembelajaran bagi Guru Sekolah Dasar di Kecamatan Cilengkrang. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat , 4*(2).
- Sinaga, F. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu)*.
- Srisusilawati, P. (2017). KAJIAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM MENDORONG KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PERBANKAN. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 1*(1), 1–18. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.1993>
- Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah Dalam Minat Beli Konsumen. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia), 9*(1), 65. [https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(1\).65-71](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(1).65-71)
- Sugiarti, Di. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9*(1), 766–772.
- Syahira, S. (2022). *Pengaruh Literasi Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z Di Jakarta*.
- Thoyibah, & Mu'alifatut, S. N. (2020). *Pengaruh Faktor Demografi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo*. IAIN Ponorogo.

- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2022). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252–264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Hidayat, Y. R., Senjiati, I. H. (2016). *Modul Praktikum Statistika* (1st ed.). Mujahid Press.
- Zaki. (2023, October 14). *Wawancara Di SMK Al-Hadi Kota Bandung*.