

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PRODUK
KEUANGAN SYARIAH DI BANK 9 JAMBI**

SKRIPSI



WAWAN FADLI
NIM: 2110402051

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
T.A 2024/2025**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PRODUK
KEUANGAN SYARIAH DI BANK 9 JAMBI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**

**WAWAN FADLI
NIM: 2110402051**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
T.A 2024/2025**

Dr. Eko Sujadi, M. Pd., Kons
DOSEN FEBI IAIN KERINCI

Sungai Penuh, April 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
IAIN Kerinci
di-

Sungai peruh

NOTA DINAS

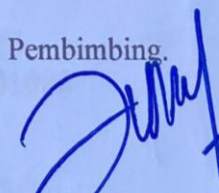
Assalamualaikum, Wr, Wb.

Dengan hormat setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara: **WAWAN FADLI, NIM: 2110402051**, yang berjudul **PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PRODUK KEUANGAN SYARIAH DI BANK 9 JAMBI**, telah dapat diajukan untuk dimunaqasah guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut, kiranya di terima dengan baik.

Demikianlah kami ucapkan terima kasih, semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, bangsa dan Negara.

Wassalamualaikum, Wr, Wb.

Pembimbing.



Dr. Eko Sujadi, M. Pd., Kons
NIP. 199107182015031004

AGENDA	
NOMOR :	43
TANGGAL :	29 April 2025
PARAF :	J.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI**

Jln. Kapten Muradi, Desa Sumur Jauh. Kecamatan Pesisir Bukit, Kota Sungai Penuh,
Telp. (0748) 21065, Fax. (0748) 22114, Kode Pos.37112
Website: www.iainkerinci.ac.id Email: info@iainkerinci.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan oleh sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada hari **Rabu** tanggal **07 Mei** dan telah di terima sebagai bagian dari syarat-syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Sungai Penuh, 08 Mei 2025

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

Ketua sidang/Pembimbing

Dr. Eko Sujadi, M. Pd., Kons
NIP. 199107182015031004

Penguji I

Elex Sarmigi, M.Si
NIP. 199304022019031006

Penguji II

Rezki Agrisa Ditama, M.M
NIP. 198808082020121016

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WAWAN FADLI
NIM : 2110402051
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Alamat : Koto Kapeh, Kecamatan Siulak, Kabupaten Kerinci.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PRODUK KEUANGAN SYARIAH DI BANK 9 JAMBI**, murni merupakan gagasan dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing. Didalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya serta dicantumkan dalam daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan ketidakbenaran pernyataan ini, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri

Sungai Penuh, 17 April 2025
Yang Menyatakan



WAWAN FADLI
NIM: 2110402051

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

PERSMEBAHAN

Alhamdulillahirobbil alaamiin

Dengan ridha Allah SWT...

Karya dan keberhasilan ini kupersembahkan untuk:

Kedua orang tuaku tercinta, dan Seluruh Keluargaku yang tidak hentinya selalu mendo'akan setiap langkahku, mensupportku, memberi sepuncuk kasih sayang serta cinta yang tiada tara.

Terimakasih untuk dukungan, do'a dan pengorbanannya. Semoga kita selalu dilimpahkan rahmat dan karunianya Allah SWT. Aamiin yarobbal alaamiin...

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa :29)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih dan karunetia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADAP RODUK KEUANGAN SYARIAH DI BANK 9 JAMBI”**, Proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri Kerinci. Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Dalam Penulisan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Jafar Ahmad., S.Ag., M.Si Selaku Rektor IAIN Kerinci, Bapak Dr. Faizin, S.Ag. M.Ag Selaku wakil rektor I IAIN Kerinci, Bapak Dr. Ahmad Jamin, S.Ag. S.IP. M.Ag., Selaku Wakil Rektor II IAIN Kerinci, Bapak Dr. Halil Khusairi, M.Ag Selaku Wail Rektor III IAIN Kerinci yang secara tidak langsung telah ikut dalam mewujudkan proposal skripsi ini.
2. Bapak Dr. Yuserizal Bustami, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci, Ibuk Dr. Zufriani, M.HI selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci, Bapak Aridem Vintoni, M.Pd selaku

Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci, Ibuk Syamsarina, Lc, M.A selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kerinci yang telah membekali penulis ilmu pengetahuan serta memberi pelayanan dan fasilitas bagi kelancaran dalam penyusunan proposal skripsi ini.

3. Bapak Alek Wissalam Bustami, M.Sy selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
4. Bapak Dr. Eko Sujadi, Mp.Pd, Kons selaku dosen Penasehat Akademik dan juga Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan dan dorongan agar penulis dapat menyelesaikan segala tugas dengan baik dan tepat waktu.
5. Bapak/Ibu Staf Pengajar (Dosen) beserta karyawan dan Karyawati Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci yang telah membekali penulis ilmu pengetahuan serta memberi pelayanan dan fasilitas bagi kelancaran dalam penyusunan proposal skripsi ini.
6. Pimpinan Cabang Bank 9 Jambi dan karyawan serta seluruh pihak yang telah membantu untuk memberikan penjelasan dan keterangan demi kelancaran dari peneliti skripsi ini.
7. Kepada Orang Tua dan Keluarga besar yang telah memberi dukungan dan telah mendoakan dalam kelancaran selama menjalani perkuliahan dan dalam proses skripsi hingga sekarang ini.
8. Wawan Fadli, Ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih sudah berjuang menjadi yang baik, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya, yang bisa dibilang tidak mudah. Sekali lagi terima kasih sudah bertahan!

Penulis do'akan semoga segala bentuk bantuan dan sumbangan kepada penulis, mendapatkan pahala yang setimpal disisi Allah Subhanahuataala hendaknya Aamiin Ya Mujjibassailin. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan para pembacanya serta bernilai ibadah disisi Allah Subhanahuataala.

Kepada Allah Subhanahuataala kita berserah diri semoga kita senantiasa diberi rahmat dan selalu berada dalam lindungannya Aamiin

Siulak, 17 April 2025

Penulis



WAWAN FADLI

NIM. 2110402051



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

ABSTRAK

Wawan Fadli. Nim 2110402051. PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PRODUK KEUANGAN SYARIAH DI BANK 9 JAMBI

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia menghadapi tantangan seperti rendahnya literasi keuangan masyarakat dan persepsi rumitnya layanan syariah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi. Metode kuantitatif dengan pendekatan survei korelasional digunakan pada 55 nasabah. Hasil menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan layanan berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan nasabah. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan edukasi keuangan syariah dan inovasi layanan untuk mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei korelasional. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 55 nasabah produk tabungan syariah di Bank 9 Jambi. Teknik analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas), serta analisis regresi sederhana dan berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,456 dan signifikansi 0,000. Kemudahan layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,541 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, literasi keuangan dan kemudahan layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai F hitung sebesar 31,207 dan signifikansi 0,000.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Kemudahan Layanan, Keputusan Menjadi Nasabah, Keuangan Syariah, Bank 9 Jambi

ABSTRACT

Wawan Fadli. 2110402051. THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY AND SERVICE CONVENIENCE ON THE DECISION TO BECOME A CUSTOMER OF SHARIA FINANCIAL PRODUCTS AT BANK 9 JAMBI

The development of the sharia financial industry in Indonesia faces challenges such as low public financial literacy and perceptions of complicated sharia services. This study aims to analyze the influence of financial literacy and service convenience on the decision to become a customer of sharia financial products at Bank 9 Jambi. A quantitative method with a correlational survey approach was used on 55 customers. The results show that financial literacy and service convenience have a positive and significant influence, both partially and simultaneously, on customer decisions. These findings emphasize the importance of improving sharia financial education and service innovation to support the growth of the sharia banking industry.

This study aims to analyze the influence of financial literacy and service convenience on the decision to become a customer of sharia financial products at Bank 9 Jambi. The research method used is quantitative with a correlational survey approach. Data was collected through questionnaires distributed to 55 customers of sharia savings products at Bank 9 Jambi. Data analysis techniques include validity tests, reliability tests, classical assumption tests (normality, heteroscedasticity, multicollinearity), as well as simple and multiple regression analysis. The results show that financial literacy has a positive and significant influence on the decision to become a customer with a regression coefficient of 0.456 and a significance of 0.000. Service convenience also has a positive and significant influence on the decision to become a customer with a regression coefficient of 0.541 and a significance of 0.000. Simultaneously, financial literacy and service convenience significantly influence the decision to become a customer with an F-value of 31.207 and a significance of 0.000.

Keywords: Financial Literacy, Service Convenience, Customer Decision, Sharia Finance, Bank 9 Jambi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS	ii
PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN DAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Perilaku Terencana	12
2.2 Keputusan Menjadi Nasabah	13

2.2.1 Definisi Keputusan Menjadi Nasabah	13
2.2.2 Konsep Keputusan Menjadi Nasabah Dalam Islam.....	13
2.2.3 Indikator Keputusan Menjadi Nasabah.....	15
2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah.....	16
2.3 Literasi keuangan	17
2.3.1 Definisi Literasi keuangan	17
2.3.2 Literasi keuangan Dalam Islam	18
2.3.3 Indikator Literasi keuangan	18
2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi keuangan	19
2.4 Kemudahan Layanan	19
2.4.1 Definisi Kemudahan Layanan.....	19
2.4.2 Kemudahan Layanan Dalam Islam.....	20
2.4.3 Indikator Kemudahan Layanan.....	21
2.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Layanan.....	21
2.5 Pengaruh Literasi keuangan Dan Kemudahan Layanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah	21
2.6 Penelitian Relevan	22
2.7 Kerangka Konseptual.....	24
2.8 Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	27
3.3 Definisi Operasional Variabel	27
3.4 Populasi Dan Sampel	27

3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel.....	28
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.4.4 Ukuran Sampel.....	28
3.5 Jenis Data	29
3.6 Sumber Data.....	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data	30
3.8 Instrumen Penelitian	30
3.9 Uji Instrumen Penelitian	31
3.9.1 Uji Validitas	31
3.9.2 Uji Reliabilitas	31
3.10 Uji Asumsi Klasik	31
3.10.1 Uji Normalitas.....	31
3.10.2 Uji Heteroskedastitas	32
3.10.3 Uji Multikolinearitas.....	33
3.11 Teknik Analisis Data	33
3.11.1 Analisis Deskriptif.....	33
3.11.2 Analisis Regresi.....	34
3.11.3 Uji Hipotesis	34
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Demografis.....	38
4.2 Analisis Deskriptif	39
4.3 Pengujian Skala Penelitian.....	45
4.4 Uji Asumsi Klasik	48

4.5 Pengujian Hipotesis52

4.6 Pembahasan.....62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan66

5.2 Saran67

5.3 Keterbatasan Penelitian.....68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Pilihan Likert.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan	45
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Layanan	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.10 Koefisien korelasi X1 dengan Y	53
Tabel 4.11 Uji F Variabel X1 dengan Y	54
Tabel 4.12 Hasil Regresi Sederhana Variabel X1 dengan Y	55
Tabel 4.13 Koefisien Korelasi X2 dengan Y	57
Tabel 4.14 Uji F Variabel X2 dengan Y	57
Tabel 4.15 Hasil Regresi Sederhana Variabel X2 dengan Y	58
Tabel 4.16 Uji F Variabel X1 X2 dengan Y	59
Tabel 4.17 Hasil Regresi Berganda Variabel X1 X2 dengan Y	60

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

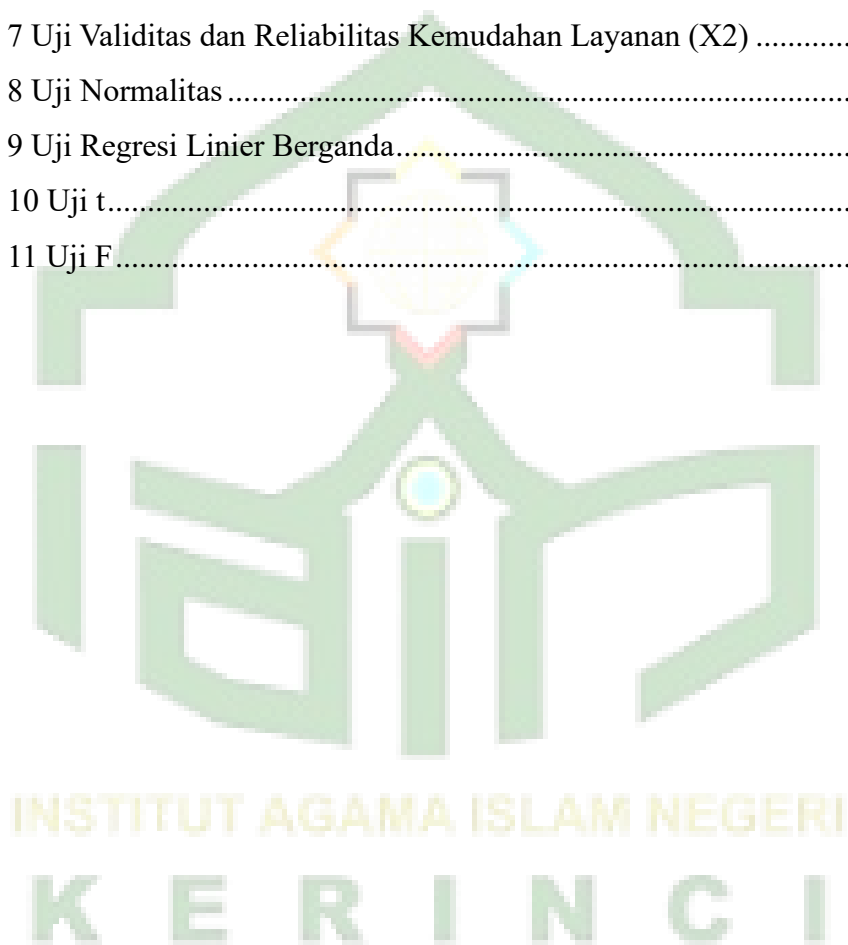
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	39
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian	72
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	77
Lampiran 3 Hasil Kuisisioner Literasi Keuangan (X1)	79
Lampiran 4 Hasil Kuisisioner Kemudahan Layanan (X2)	81
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	83
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Literasi Keuangan (X1)	85
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas Kemudahan Layanan (X2)	89
Lampiran 8 Uji Normalitas	91
Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda	91
Lampiran 10 Uji t	92
Lampiran 11 Uji F	92



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, ekonomi syariah telah berkembang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia, yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Ekonomi berbasis prinsip syariah menjadi solusi alternatif dalam menjawab kebutuhan masyarakat akan sistem keuangan yang berlandaskan etika dan nilai-nilai agama.

Seiring dengan tantangan masa depan Indonesia dalam era globalisasi, ekonomi syariah perlu mempertimbangkan sejumlah aspek penting, antara lain penguasaan teknologi, pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis prinsip syariah, serta mempertahankan keunggulan sistem ekonomi syariah (Mashdurohatun, 2011). Perkembangan industri keuangan syariah semakin pesat, didukung oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan. Namun, fenomena yang sering terjadi karena rendahnya literasi keuangan di kalangan masyarakat, sehingga masih terdapat sejumlah pihak yang belum menyadari manfaat serta keunggulan produk keuangan syariah dibandingkan konvensional. Di sisi lain, kemajuan teknologi telah memungkinkan layanan keuangan menjadi lebih mudah diakses, namun adopsi terhadap produk keuangan syariah tetap menghadapi tantangan, seperti persepsi rumitnya proses atau kurangnya edukasi. Hal ini menimbulkan pertanyaan, sejauh mana literasi keuangan dan kemudahan layanan memengaruhi keputusan untuk menggunakan produk keuangan syariah, terutama dalam menghadapi persaingan ketat dengan lembaga keuangan konvensional di era global.

Produk keuangan syariah merupakan layanan keuangan yang didasarkan pada prinsip-prinsip hukum Islam (syariah), yang melarang riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (perjudian). Prinsip-prinsip keuangan Islam diterapkan dalam praktik perbankan syariah, termasuk dalam pembiayaan proyek, investasi, dan struktur produk keuangan (Zulhikam *et al.*, 2024). Produk ini mencakup berbagai layanan seperti tabungan, pembiayaan, asuransi, dan investasi yang dijalankan dengan berbagai bentuk akad seperti mudharabah (sistem bagi hasil), murabahah (jual beli dengan margin keuntungan), dan ijarah (sewa) diterapkan dalam sistem keuangan syariah. Dalam keuangan syariah, fokus utamanya adalah pada keadilan, transparansi, dan keberlanjutan, sehingga dapat mendukung inklusi keuangan sekaligus mempromosikan nilai-nilai etika dan kesejahteraan masyarakat secara holistik. Salah satu keunggulan produk keuangan syariah adalah kemampuannya untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat yang ingin menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama dalam mengelola keuangan.

Selain itu, keuangan syariah mendorong praktik bisnis yang beretika dengan memastikan bahwa investasi atau pembiayaan hanya dilakukan pada sektor-sektor yang halal dan tidak merugikan masyarakat. Dengan berkembangnya kesadaran akan pentingnya keuangan yang adil dan berkelanjutan, produk keuangan syariah semakin diminati, baik oleh individu maupun institusi, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan beretika. Dalam praktiknya, produk keuangan syariah juga terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan zaman modern, seperti hadirnya fintech syariah yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan akses yang lebih luas dan efisien kepada masyarakat. Contohnya adalah platform pembiayaan berbasis peer-to-peer lending syariah dan layanan

investasi reksa dana syariah yang memungkinkan masyarakat berinvestasi dengan mudah sesuai prinsip syariah. Dukungan pemerintah dan regulator melalui kebijakan yang mendorong pengembangan sektor ini juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan produk keuangan syariah di pasar global.

Produk tabungan syariah di bank 9 jambi adalah layanan simpanan yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seperti akad wadiah (titipan) atau mudharabah (bagi hasil). Produk ini dikembangkan untuk memastikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah yang ingin menyimpan dana sekaligus memastikan kepatuhan terhadap aturan syariah. Tabungan syariah tidak menerapkan sistem bunga, melainkan pembagian hasil sesuai kesepakatan antara bank dan nasabah. Selain itu, tabungan ini sering kali dilengkapi dengan fasilitas seperti kartu ATM, layanan digital, serta bebas biaya administrasi bulanan, menjadikannya solusi praktis dan halal untuk kebutuhan finansial masyarakat. Masalah keputusan menjadi nasabah pada produk keuangan syariah sering kali berkaitan dengan rendahnya literasi keuangan di masyarakat serta persepsi bahwa layanan keuangan syariah lebih rumit dibandingkan konvensional. Sebagian besar masyarakat masih belum memahami perbedaan mendasar antara sistem syariah dan sistem konvensional, sehingga mereka ragu untuk beralih atau mencoba produk berbasis syariah. Selain itu, meskipun banyak produk keuangan syariah yang telah menawarkan berbagai inovasi, terkadang kemudahan layanan seperti akses digital, proses pendaftaran, atau informasi yang transparan masih kurang optimal dibandingkan bank konvensional. Akibatnya, potensi pasar yang besar untuk produk keuangan syariah belum sepenuhnya tergarap, khususnya di kalangan

masyarakat yang sebenarnya sudah memiliki kesadaran untuk menggunakan layanan berbasis prinsip Islam. Hal ini menunjukkan pentingnya upaya edukasi yang masif dan peningkatan kualitas layanan guna mendorong minat masyarakat.

Literasi keuangan memengaruhi keputusan menjadi nasabah secara signifikan (Ramadhani *et al.*, 2021). Keuangan syariah memiliki peran strategis dalam mendorong tercapainya pertumbuhan ekonomi yang tidak hanya inklusif tetapi juga berkeadilan. Melalui prinsip utama yang mengutamakan keadilan, transparansi, dan keberlanjutan, keuangan syariah berkontribusi dalam menciptakan distribusi kekayaan yang lebih merata melalui mekanisme bagi hasil dan zakat. Di tengah perkembangan ini, pemahaman akan peran keuangan syariah dalam mendorong pembangunan ekonomi telah mendapatkan perhatian yang signifikan dari para akademisi, pembuat kebijakan, dan praktisi maupun pemerintahan (Yuliyanti & Wijaya, 2024). Selain itu, keuangan syariah juga mendorong investasi pada sektor-sektor produktif yang halal dan mendukung kesejahteraan sosial, seperti pendanaan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan semakin berkembangnya produk dan layanan berbasis syariah, sektor ini tidak hanya melayani kebutuhan umat Muslim, tetapi juga menjadi alternatif solusi keuangan global yang etis dan berkelanjutan. Selain mendukung inklusi keuangan, keuangan syariah juga berperan dalam stabilitas ekonomi melalui pendekatan yang menghindari spekulasi berlebihan dan pengelolaan risiko yang bijak. Sistem keuangan ini memastikan bahwa transaksi didasarkan pada aset riil, sehingga menciptakan hubungan yang erat antara sektor keuangan dan sektor ekonomi nyata.

Keuangan syariah juga memainkan peran penting dalam pembangunan sosial melalui instrumen-instrumen seperti wakaf dan sukuk, yang dapat digunakan untuk membiayai proyek infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan. Dengan demikian, keuangan syariah tidak hanya menjadi pilar ekonomi tetapi juga instrumen transformasi sosial yang berkelanjutan. Keuangan syariah juga berperan penting dalam mempromosikan tanggung jawab sosial dan lingkungan, karena menekankan pada prinsip kehati-hatian dan keadilan dalam setiap transaksi. Produk keuangan syariah, seperti sukuk hijau dan investasi berkelanjutan, memungkinkan dana untuk dialokasikan pada proyek yang memperhatikan keberlanjutan lingkungan serta memberikan dampak yang konstruktif bagi masyarakat. Dengan demikian, keuangan syariah tidak hanya mengutamakan keuntungan finansial, tetapi juga berupaya untuk menciptakan nilai sosial yang lebih luas, memfasilitasi pembangunan yang berkelanjutan, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam menghadapi masalah global seperti ketimpangan ekonomi, Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah dapat menjadi kendala dalam penerapan solusi ekonomi syariah sebagai respons terhadap krisis keuangan global (Rabbani *et al.*, 2021). kemiskinan, dan keberlanjutan lingkungan. Prinsip keuangan syariah yang mengedepankan keadilan, transparansi, dan larangan riba menawarkan alternatif solusi dalam menciptakan sistem ekonomi yang lebih inklusif dan stabil. Dengan memahami literasi keuangan, individu dan masyarakat dapat mengelola keuangan secara etis, mendukung investasi yang berorientasi pada nilai sosial, serta mendorong pengembangan ekonomi berbasis keberlanjutan. Di tengah tantangan global,

penerapan keuangan syariah juga berpotensi mengurangi risiko ekonomi berbasis spekulasi, sehingga menciptakan keseimbangan yang lebih baik dalam sistem keuangan internasional.

Literasi keuangan juga relevan dalam mengatasi masalah-masalah umum, seperti rendahnya pemahaman masyarakat tentang pengelolaan keuangan, tingginya utang berbasis bunga, dan kurangnya akses terhadap layanan keuangan yang adil. Dengan memahami konsep-konsep dasar seperti zakat, wakaf, bagi hasil, dan larangan riba, masyarakat dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan yang tidak semata-mata memberikan keuntungan materi, sekaligus menggunakan nilai-nilai spiritual. Literasi ini juga mendorong inklusi keuangan, membuka peluang bagi kelompok yang sebelumnya terpinggirkan untuk mendapatkan akses ke produk keuangan berbasis syariah, sehingga menciptakan stabilitas dan kesejahteraan ekonomi yang lebih luas. Sebagai bank sentral, Bank Indonesia telah menerbitkan sejumlah kebijakan guna mempercepat pertumbuhan sektor keuangan berbasis Islam, di antaranya pendirian bank syariah, pengembangan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, serta peningkatan pemahaman mengenai keuangan syariah di kalangan masyarakat (Sharma *et al.*, 2021).

Selama beberapa tahun terakhir, industri keuangan syariah di Indonesia sekarang berkembang pesat, menandakan peningkatan minat dan permintaan terhadap produk yang dirancang sesuai dengan pedoman syariah (Kamal, 2024). Rendahnya minat masyarakat terhadap keuangan syariah seringkali disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang manfaat dan prinsip yang ditawarkannya. Banyak yang masih menganggap produk keuangan syariah rumit atau tidak

kompetitif dibandingkan dengan keuangan konvensional. Literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan minat ini dengan memberikan edukasi yang jelas dan sederhana tentang keunggulan produk syariah, seperti keberpihakannya pada keadilan, transparansi, dan keberlanjutan. Selain itu, melalui kampanye yang relevan dan inklusif, masyarakat dapat lebih tertarik untuk memanfaatkan layanan keuangan syariah sebagai bagian dari gaya hidup yang etis dan berdaya guna. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah (Puspitasari & Meieny, 2020).

Kemudahan layanan dalam produk keuangan syariah menjadi solusi praktis untuk mengatasi tantangan global seperti inklusi keuangan dan aksesibilitas. Produk keuangan syariah kini semakin inovatif dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti mobile banking dan platform syariah, yang memungkinkan masyarakat di berbagai penjuru dunia mengakses layanan keuangan dengan mudah. Hal ini sangat relevan dalam menjangkau populasi unbanked di negara berkembang, yang seringkali tidak memiliki akses ke lembaga keuangan tradisional. Dengan transparansi dan prinsip keadilan yang diusung, layanan ini juga memberikan rasa aman bagi pengguna, sekaligus mendukung pengembangan ekonomi berkelanjutan melalui pembiayaan yang berfokus pada sektor-sektor produktif dan etis. Layanan keuangan juga dapat dimanfaatkan untuk menghimpun dana dari berbagai negara dengan mudah, bahkan dari individu yang belum pernah dikenal sebelumnya (Gusriyani *et al.*, 2024)

Kemudahan layanan produk keuangan syariah juga dapat membantu mengatasi berbagai masalah yang ada dimasyarakat, seperti pengelolaan keuangan keluarga, perencanaan investasi, dan kebutuhan pembiayaan usaha kecil. Dengan

sektor riil yang mendukung pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan. Selain itu, keuangan syariah memiliki peran penting dalam mendorong inklusi keuangan, karena menyediakan layanan yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang tidak terlayani oleh sistem keuangan konvensional.

Meskipun produk keuangan syariah terus berkembang, keputusan menjadi nasabah pada produk keuangan syariah masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan produk keuangan konvensional. Hal ini diduga dipengaruhi oleh rendahnya literasi keuangan masyarakat terkait prinsip dan manfaat produk syariah, serta persepsi mengenai kemudahan layanan yang diberikan oleh bank syariah. Banyak nasabah yang belum memahami secara mendalam perbedaan produk syariah dengan produk konvensional, sehingga menimbulkan keraguan dalam memilih layanan tersebut. Selain itu, faktor kualitas pelayanan, dan teknologi layanan di bank syariah juga dinilai berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan ketertarikan nasabah. Oleh karena itu, perlu diteliti sejauh mana literasi keuangan dan kemudahan layanan memengaruhi keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PRODUK KEUANGAN SYARIAH DI BANK 9 JAMBI”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1.2.1 Rendahnya Literasi keuangan.

1.2.2 Kurangnya Informasi dan Edukasi tentang Produk Keuangan Syariah.

1.2.3 Kemudahan Layanan yang belum optimal

1.2.4 Keterbatasan Akses dan Jangkauan

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah penulis membatasi penelitian ini pada pengaruh literasi keuangan dan kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah oleh nasabah produk tabungan syariah di bank 9 jambi

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1.4.1 Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah di bank 9 jambi?

1.4.2 Bagaimana pengaruh kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah di bank 9 jambi?

1.4.3 Bagaimana hubungan antara literasi keuangan dan kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah di bank 9 jambi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1.5.1 Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah di bank 9 jambi?

1.5.2 Untuk mengetahui pengaruh kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah di bank 9 jambi?

1.5.3 Untuk mengetahui hubungan antara literasi keuangan dan kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah di bank 9 jambi?

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dalam literatur terkait pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan individu untuk menjadi nasabah produk keuangan syariah. Selain itu, studi ini turut berkontribusi pada peningkatan teori perilaku keuangan syariah dengan memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi lembaga keuangan syariah dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta meningkatkan program edukasi keuangan syariah. Bagi para nasabah, penelitian ini dapat membantu meningkatkan pemahaman mereka dalam memilih produk keuangan syariah yang berlandaskan pada prinsip-prinsip agama. Hasil studi ini juga berpotensi memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan regulator dalam merumuskan kebijakan yang mendukung perkembangan industri keuangan syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Perilaku Terencana

Pendekatan atau grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku terencana, Azwar (2011:11) teori perilaku terencana (theory of planned behavior) merupakan perluasan dari theory of reasoned action (TRA) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fisbein pada tahun 1980. Ajzen dan Fisbein mengembangkan teori perilaku terencana dengan menambah konstruk yang belum ada di theory of reasoned action yaitu persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). Teori perilaku terencana adalah teori psikologi yang menjelaskan bagaimana niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang dirasakan oleh individu. Teori ini menekankan bahwa perilaku seseorang diprediksi oleh niat, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Teori perilaku terencana bertujuan untuk memprediksi dan memahami dampak dari niat berperilaku, mengidentifikasi strategi untuk merubah suatu perilaku serta menjelaskan perilaku nyata manusia. Teori perilaku terencana mengansumsi bahwa manusia yang bersifat rasional akan menggunakan informasi yang ada secara sistematis kemudian memahami dampak perilakunya sebelum memutuskan untuk mewujudkan perilaku tersebut.

Teori perilaku terencana (TPB) mengenal kemungkinan bahwa banyak perilaku yang semuanya di bawah kontrol penuh individu. Dalam Teori perilaku terencana, perilaku yang ditampilkan individu timbul karena adanya intensi untuk berperilaku. Intensi merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha untuk menampilkan suatu perilaku. Jadi, semakin keras niat seseorang untuk terlibat

dalam suatu perilaku maka semakin besar pula kecenderungan orang untuk melakukan perilaku tersebut.

2.2 Keputusan Menjadi Nasabah

2.2.1 Definisi Keputusan Menjadi Nasabah

Pengambilan keputusan adalah suatu tindakan yang dilakukan dengan sengaja, memilih dari beberapa pilihan yang tersedia dengan tekad yang matang untuk memecahkan suatu masalah. Keputusan adalah yang dibuat oleh konsumen untuk memuaskan pilihan mereka untuk membeli suatu barang atau jasa. Berbagai jenis pilihan dibuat mengenai aktivitas hidup yang sering dilakukan konsumen sehari-hari, konsumen tidak menyadari bahwa mereka telah membuat keputusan sehari-hari (Reni, 2019).

Jadi, berlandaskan definisi yang telah diuraikan diatas bisa disimpulkan bahwa nasabah banyak alternatif bank yang menawarkan beberapa produk jasa untuk kebutuhan dan keinginan mereka, dan pada akhirnya nasabah membuat sebuah keputusan bank mana akan dipilih yang bisa memenuhi kebutuhan mereka dan membuat nasabah merasa puas atas keinginannya.

Keputusan menjadi nasabah merupakan satu faktor penting dalam kemajuan setiap bank dan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, Promosi dan Inovasi produk (Demmassabu *et al.*, 2023).

2.2.2 Konsep Keputusan Menjadi Nasabah Dalam Islam

Dalam Islam, keputusan yang baik diambil dengan niat yang baik dan tanpa maksud lain. Beberapa prinsip Islam yang dapat dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan, antara lain: Prinsip “Kepentingan Umum”

(Maslaha), Prinsip “Tidak Menimbulkan Kerugian” (La Darar wa la Derar), Prinsip “Keharusan” (Darura), Prinsip “Tidak Ada Kesulitan” (La Haradj).

Etika masa depan timbul dari sebuah kesadaran anak manusia dalam menjalani sebuah proses kehidupannya bersama dengan manusia yang lainnya di dunia ini, berarti hal ini menjadikan dampak pada satu pihak, bahwa pengambilan keputusan menjadikan manusia untuk mampu memikul konsekuensi dan tanggung jawab dari sebuah lakon hidup yang dijalannya (Fahrudin, 2021)

Sebuah dinamika hidup manusia, selalu muncul pertentangan-pertentangan, ini bukan sebuah kesalahan, melainkan adalah sebuah sunnatullah. Maka, pentingnya sebuah keputusan di sini menemukan titik signifikansinya. Allah menyampaikan dengan lugas di Al-Qur'an QS. Al-Baqarah ayat 30 dan QS. Asy-Syura ayat 38 sebagai berikut:

Artinya: (Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah¹³) di bumi.” Mereka berkata, “Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia berfirman, “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”

Artinya: (juga lebih baik dan lebih kekal bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhan dan melaksanakan salat, sedangkan urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah di antara mereka. Mereka menginfakkan sebagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka;

2.2.3 Indikator Keputusan Menjadi Nasabah

Menurut Ujang Sumarwan dalam (Kusumawati, 2019) proses keputusan memiliki berbagai indikator yaitu:

2.1 Berhubungan dengan toko (*store contact*)

Adanya keinginan untuk menggunakan suatu produk akan mendorong konsumen untuk mencari tempat ia membeli produk tersebut. Kontak dengan toko akan dilakukan konsumen untuk menentukan toko mana yang akan dikunjungi. Para pemilik biasanya mencari lokasi yang sangat strategis agar mudah dilihat oleh calon konsumen. Selain itu, pemilik juga menyelenggarakan pengumuman diskon melalui promosi. Tujuannya untuk menarik perhatian calon konsumen.

2.2 Mencari produk (*product contact*)

Setelah konsumen mengunjungi toko, selanjutnya ia mencari produk yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Ia harus mencari lokasi dimana produk ditempatkan dalam toko tersebut. Bagi pemilik bertujuan agar konsumen selalu mengunjungi tokonya, bagi konsumen berkepentingan untuk memenuhi kebutuhannya. Biasanya calon konsumen akan mencari produk yang menurutnya dapat memenuhi kebutuhannya dan menciptakan rasa kepuasan.

2.3 Transaksi (*transaction*)

Tahap ketiga adalah melakukan transaksi. Kenyamanan seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk bukan hanya ditentukan dari banyaknya produk akan tetapi dari kemudahan memperoleh produk, daya tarik promosi dan kenyamanan proses

transaksi. Proses transaksi yang dimaksudkan ialah singkat, nyaman dan aman. Selain itu disediakan pula teknologi untuk membantu proses transaksi.

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah

(Nofriza & Az-zahra, 2023) Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih terbagi menjadi:

2.1 Produk

Menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka.

2.2 Premi

Menurut Undang-Undang Nomor 40 tahun 2014, premi asuransi adalah sejumlah uang yang ditetapkan oleh perusahaan asuransi atau perusahaan reasuransi dan disetujui oleh pemegang polis untuk dibayarkan berdasarkan perjanjian asuransi atau perjanjian reasuransi, atau sejumlah uang yang ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mendasari program asuransi wajib untuk memperoleh manfaat.

2.3 Kualitas pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi

atau melebihi harapan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Selain produk, kualitas pelayanan juga mempengaruhi keputusan nasabah memilih sebuah asuransi, karena dengan adanya pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah pastinya akan mempengaruhi nasabah untuk memilih sebuah perusahaan asuransi atau tetap lanjut dengan perusahaan asuransi yang telah dipakainya tersebut.

2.3 Literasi keuangan

2.3.1 Definisi Literasi keuangan

Strategi Literasi Keuangan Indonesia yang diterbitkan Lembaga Otoritas Jasa Keuangan, mengartikan literasi keuangan merupakan serangkaian proses atau kegiatan guna meningkatkan keterampilan, pengetahuan, keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan dapat mengatur keuangan mereka secara luas sehingga mereka dapat mengelola keuangan lebih baik

Syariah merupakan seperangkat norma, nilai, dan hukum yang mengatur cara hidup islam. Syariah adalah keseluruhan ajaran islam dan sistem islami, yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad Saw., dicatatkan di dalam Al-Quran, serta dideduksi dari Sunnah.

Literasi keuangan merupakan suatu kebutuhan yang perlu dimiliki oleh setiap individu untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan dan pengelolaan keuangan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan. Sedangkan menurut (Safitri & Wahyudi, 2022) Literasi

keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Dengan demikian, untuk membuat keputusan keuangan yang sehat, individu harus dilengkapi dengan pengetahuan dan sikap keuangan yang baik.

2.3.2 Literasi keuangan Dalam Islam

Dalam agama islam, literasi keuangan merupakan salah satu instrumen yang penting, islam menuntut umatnya agar tidak menghambur-hamburkan hartanya secara berlebih-lebihan, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT. Al-Israa: 26 *“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”*.

Al-Qur'an Surat Al-Israa ayat 26 menerangkan bahwa Allah menganjurkan kepada umat-Nya untuk mengelola keuangan dengan baik, serta memanfaatkannya hartanya secara efisien dan tidak boros. Karena perilaku boros merupakan salah satu dari sifat syaitan dan hendaknya umat Islam menjauhi perilaku tersebut. Salah satu cara agar dapat menghindari perilaku boros yaitu dengan cara mempelajari literasi keuangan dan mempraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

2.3.3 Indikator Literasi keuangan

Menurut Chen dan Volpe dalam (Yushita, 2017), Literasi keuangan dibagi menjadi empat aspek yang terdiri dari pengetahuan keuangan dasar (*basic financial knowledge*), simpanan dan pinjaman (*saving and borrowing*), proteksi (*insurance*), dan investasi.

2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan adalah jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan. Pernyataan yang tidak jauh berbeda diungkapkan oleh The Australia and New Zealand Banking Group Limited (dalam ANZ, 2015) yang menyebutkan faktor yang mempengaruhi literasi keuangan adalah usia, pengetahuan keuangan dan numerik sikap keuangan, pendapatan rumah tangga serta pendidikan dan jabatan.

Faktor lainnya yang mempengaruhi literasi keuangan menurut (Andrew & Linawati, 2014) antara lain: jenis kelamin, dan tingkat pendapatan.

2.4 Kemudahan Layanan

2.4.1 Definisi Kemudahan Layanan

Layanan adalah setiap tindakan atau aktivitas yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Kotler *et al.*, 2016). Produksi layanan bisa berhubungan atau tidak berhubungan dengan produk fisik.

Kemudahan layanan adalah tingkat kepraktisan, kecepatan, dan aksesibilitas yang dirasakan oleh pelanggan atau pengguna dalam mendapatkan suatu layanan, yang mencakup kemudahan dalam mengakses, memahami, menggunakan, serta menyelesaikan proses layanan dengan minimal hambatan atau kerumitan.

Konsep ini sering dikaitkan dengan upaya penyedia layanan untuk memastikan kenyamanan dan efisiensi bagi pengguna, baik melalui

teknologi, prosedur yang sederhana, maupun pendekatan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

2.4.2 Kemudahan Layanan Dalam Islam

Pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Nurhadi, 2020). Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan atau pelanggan.

Pelayanan menurut Islam adalah suatu keharusan dalam pelayanan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Konsep Pelayanan menurut Islam memiliki 6 prinsip, yaitu Prinsip Tolong Menolong (Ta'awun), Prinsip Memberi Kemudahan (At-taysir), Prinsip Persamaan (Musawah), Prinsip Saling Mencintai (Muhabbah), Prinsip Lemah Lembut (Al-layin), Prinsip Kekeluargaan (Ukhuwah). Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik, yaitu: 1). Pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan kepuasan secara maksimum. 2). Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya. 3). Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan pelanggan mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan. Budaya kerja sebagai pelayan yang melayani dalam Islam yang mengacu kepada sifat-sifat Nabi SAW shiddiq, istiqamah, fathanah, tabligh, dan amanah.

2.4.3 Indikator Kemudahan Layanan

Adapun indikator-indikator untuk mengukur kemudahan menurut Davis *et al* (1989) dalam (Putri & Nurtantiono, 2024) adalah: (1) Mudah dipelajari (easy to learn). (2) Fleksibel (flexible). (3) Mudah digunakan (easy to use). (4) Jelas dan dapat dipahami (clear and understandable).

2.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Layanan

Kemudahan layanan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya:

1. Kemudahan akses

Pelanggan akan merasa puas jika layanan yang diberikan mudah diakses dan proses transaksinya sederhana.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima indikator, yaitu tangibilitas, reliabilitas, responsiveness, empati, dan assurance.

3. Persepsi kemudahan

Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

2.5 Pengaruh Literasi keuangan Dan Kemudahan Layanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Literasi keuangan memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan individu untuk menjadi nasabah lembaga keuangan. Literasi keuangan mencerminkan kemampuan seseorang untuk memahami konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan uang, investasi, dan perencanaan masa depan. Individu dengan

tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki kepercayaan diri lebih besar dalam mengevaluasi manfaat produk keuangan dan memahami risiko yang terlibat (Lusardi & Mitchell, 2014). Hal ini meningkatkan kecenderungan mereka untuk memilih lembaga keuangan sebagai mitra dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

Selain itu, kemudahan layanan menjadi faktor krusial dalam keputusan menjadi nasabah. Lembaga keuangan yang menawarkan aksesibilitas tinggi melalui teknologi digital, seperti aplikasi mobile banking dan internet banking, mampu menarik minat masyarakat yang mencari efisiensi dan kenyamanan dalam melakukan transaksi keuangan. Proses pendaftaran yang sederhana, lokasi strategis, serta pelayanan pelanggan yang baik juga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan individu untuk bergabung dengan lembaga keuangan (Beck & Demirgüç-Kunt, 2008)

Namun, keberhasilan literasi keuangan dan kemudahan layanan dalam menarik nasabah tergantung pada inklusi keuangan yang lebih luas. Banyak masyarakat, terutama di wilayah terpencil, masih menghadapi kendala akses terhadap teknologi dan informasi keuangan. Oleh karena itu, edukasi keuangan yang masif dan pembangunan infrastruktur digital yang inklusif diperlukan untuk memastikan partisipasi masyarakat yang lebih besar dalam sistem keuangan formal (OJK, 2021).

2.6 Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini, penulis mengacu pada penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan saat ini. Berikut ini beberapa hasil penelitian yang dijadikan bahan bagi peneliti.

Tabel 2.1 Penelitian Relevan

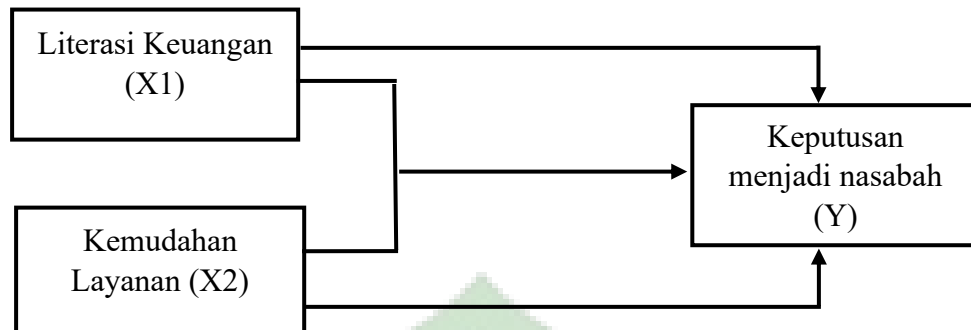
No	Nama Peneliti	Judul	Hasill	Perbedaan	Persamaan
1.	Anisa Putri (2023)	Pengaruh literasi keuangan, keamanan dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah indonesia kantor capem genteng gajah mada (studi generasi millennial urban)	diperoleh hasil H0 ditolak dan H4 diterima. Dan hal ini menunjukkan jika secara simultan literasi keuangan, keamanan dan kemudahan bertransaksi oleh generasi millennial urban meningkat, maka keputusan menjadi nasabah di BSI KCP Genteng Gajah Mada akan meningkat	Perbedaan terdapat pada variabel (X2) keamanan dan Jumlah responden yaitu 80	Persamaan terletak pada variabel (X1) literasi keuangan dan (Y) Keputusan menjadi nasabah
2.	Zavira Permata Kusuma (2023)	Pengaruh literasi keuangan, risiko transaksi, dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan qris pada umkm di kota semarang	Literasi keuangan terbukti berpengaruh terhadap minat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki individu makan akan mendorong meningkatnya penggunaan qris, hal ini membuktikan bahwa literasi keuangan menjadi faktor penting dalam menentukan perencanaan dan Keputusan penggunaan inovasi produk keuangan	Perbedaan terletak pada variabel (Y) minat menggunakan qris	Persamaan terletak pada variabel (X1) literasi keuangan

No	Nama Peneliti	Judul	Hasill	Perbedaan	Persamaan
3.	Ni Putu Linda Christina (2024)	Pengaruh literasi keuangan dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet gopay pada generasi z di politeknik negeri bali	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet GoPay pada generasi Z di Politeknik Negeri Bali. Sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet GoPay pada generasi Z di Politeknik Negeri Bali. Literasi keuangan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan e-wallet GoPay pada generasi Z di Politeknik Negeri Bali	Perbedaan terletak pada variabel (Y) minat menggunakan e-wallet gopay	Persamaan terletak pada variabel (X1) literasi keuangan

2.7 Kerangka Konseptual

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu ada sebuah kerangka teori pemikiran yang merupakan sebuah landasan dalam meneliti masalah yang memiliki tujuan untuk di dapatkan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu penelitian. Maka disusun kerangka konseptual sesuai dengan rangkaian kegiatan penelitian ini sebagai berikut:

2.1 Kerangka Konseptual



2.8 Hipotesis Penelitian

2.8.1 Hipotesis Pertama

Ho : Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menjadi nasabah

Ha : Tidak terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menjadi nasabah

2.8.2 Hipotesis Kedua

Ho : Terdapat pengaruh kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah

Ha : Tidak terdapat pengaruh kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah

2.8.3 Hipotesis Ketiga

Ho : Terdapat pengaruh literasi keuangan dan kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah

Ha : Tidak terdapat pengaruh literasi keuangan dan kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya dan juga digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013)

Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan adalah survei. Survei korelasional adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel tanpa memanipulasi variabel tersebut. Dalam pendekatan ini, data dikumpulkan melalui kuesioner atau wawancara untuk mengukur tingkat hubungan, apakah positif, negatif, atau tidak ada hubungan sama sekali. Misalnya, sebuah penelitian dapat mengeksplorasi hubungan antara tingkat stres dengan produktivitas kerja pada karyawan. Analisis statistik, seperti koefisien korelasi Pearson, sering digunakan untuk menentukan kekuatan dan arah hubungan antar variabel. Hasilnya membantu memahami pola hubungan, tetapi tidak bisa menyimpulkan hubungan sebab-akibat. Penelitian korelasional terkadang diperlakukan sebagai penelitian deskriptif, terutama dikarenakan penelitian korelasional mendeskripsikan sebuah kondisi yang sudah ada (El Hasbi *et al.*, 2023)

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk keuangan syariah di bank 9 jambi.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini definisi operasional variabel menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional variabel tersebut dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Literasi keuangan (X_1)	Literasi keuangan adalah perluasan dari literasi keuangan dengan elemen-elemen yang sesuai syariat Islam didalamnya	a. pengetahuan keuangan dasar (<i>basic financial knowledge</i>) b. simpanan dan pinjaman (<i>saving and borrowing</i>) c. proteksi (<i>insurance</i>) d. investasi
Kemudahan Layanan (X_2)	Kemudahan layanan adalah tingkat kepraktisan, kecepatan, dan aksesibilitas yang dirasakan oleh pelanggan atau pengguna dalam mendapatkan suatu layanan, yang mencakup kemudahan dalam mengakses, memahami, menggunakan, serta menyelesaikan proses layanan dengan minimal hambatan atau kerumitan	a. Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>) b. Fleksibel (<i>flexible</i>) c. Mudah digunakan (<i>easy to use</i>) d. Jelas dan dapat dipahami (<i>clear and understandable</i>)
Keputusan menjadi nasabah (Y)	Pengambilan keputusan adalah suatu tindakan yang dilakukan dengan sengaja, memilih dari beberapa pilihan yang tersedia dengan tekad yang matang untuk memecahkan suatu masalah	a. Berhubungan dengan toko (<i>store contact</i>) b. Mencari produk (<i>product contact</i>) c. Transaksi (<i>transaction</i>)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013)

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2013)

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Didalam penelitian terdapat teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel menurut (Sugiyono, 2013), merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Didalam penelitian ini peneliti akan menggunakan *convenience sampling*. Menurut Sugiyono, *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kemudahan dan ketersediaan elemen yang ada. Teknik ini juga dikenal sebagai *accidental sampling*.

3.4.4 Ukuran Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Hal ini sesuai dengan pendapat Cohen (2007) semakin besar sampel dari populasi yang ada adalah semakin baik.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung menggunakan Rumus Hair. Menurut (Hair *et al.*, 2019) rumus yang

digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5 – 10 kali variabel indikator.

Berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 11 \times 5 \\ &= 55\end{aligned}$$

Jadi berdasarkan rumus tersebut didapatkan jumlah sampel penelitian ini yaitu sebanyak 60 orang dari nasabah produk tabungan syariah di bank 9 Jambi

3.5 Jenis Data

3.5.1 Data Kuantitatif

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data berupa angka dan ilmu pasti untuk menjawab hipotesis penelitian (Waruwu, 2023).

3.6 Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur,

artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

3.7.1 Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan. Selain itu, dokumentasi juga diartikan sebagai pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain).

3.7.2 Kuesioner/Angket

Kuesioner/angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner/angket dapat berupa pertanyaan-pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2013).

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pilihan Likert

Item		Skor
Sangat Setuju	=	5
Setuju	=	4
Kurang Setuju	=	3
Tidak Setuju	=	2
Sangat Tidak Setuju	=	1

3.9 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilakukan untuk menunjukkan kebebasan dari instrumen yang akan dipakai dari penelitian. Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran (Dewi, 2018). Alat ukur dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Dewi, 2018). Hasil pengukuran yang memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi akan mampu memberikan hasil yang terpercaya. Tinggi rendahnya reliabilitas instrumen ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Jika suatu instrumen dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya yang diperoleh konsisten, instrumen itu reliabel.

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2017) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki

distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Uji normalitas menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji normal probability plot. Regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal.

3.10.2 Uji Heteroskedastitas

Menurut (Ghozali, 2017) uji heteroskedastitas adalah pengujian untuk melihat apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk menguji ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat apakah terdapat pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah residual dan sumbu X adalah X yang telah diprediksi. Apabila terdapat pola tertentu secara teratur pada grafik scatterplot maka terdapat indikasi bahwa terdapat heteroskedastisitas. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas menguji sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya

mempunyai varians yang sama, maka disebut terjadi homokedastisitas, dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas.

3.10.3 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2017) uji Multkolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (tolerance value) dan nilai variance inflation factor (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10. Salah satu asumsi model regresi linier adalah tidak terdapat korelasi yang sempurna atau korelasi tidak sempurna tetapi sangat tinggi pada variabelvariabel bebasnya. Uji multikolinieritas mengukur tingkat keeratan tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi.

3.11 Teknik Analisis Data

3.11.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada. Pada analisis deskriptif data biasanya ditampilkan dalam bentuk tabel biasa atau tabel frekuensi, grafik, diagram batang, diagram garis, diagram lingkaran, ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data dan sebagainya (Sugiyono, 2013)

3.11.2 Analisis Regresi

Analisis regresi merupakan suatu proses statistik untuk mengestimasi hubungan antara variabel-variabel, yakni berupa teknik-teknik memodelkan dan melakukan analisis beberapa variabel atas dasar bentuk hubungan antara satu variabel tak bebas dan satu atau lebih variabel bebas (prediktor) (Basri, 2019)

Terdapat dua jenis dasar regresi yaitu, regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Kalau regresi linear sederhana menggunakan satu variabel independen untuk menjelaskan atau memprediksi hasil dari variabel dependen Y.

Sedangkan regresi linear multiples atau berganda berfungsi untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independent (variabel bebas atau X) terhadap variabel dependent (variabel terikat Y).

Dengan demikian secara sederhana dapat dikatakan bahwa, apabila kita ingin mengetahui ada tidaknya pengaruh satu variabel X terhadap variabel Y maka digunakan analisis regresi sederhana. Sementara apabila kita ingin mengetahui pengaruh dua variabel X atau lebih terhadap variabel Y maka digunakan analisis regresi linear ganda (multiples).

3.11.3 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam statistik sebuah hasil bisa dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir

tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya.

Uji hipotesis kadang disebut juga "konfirmasi analisis data". Keputusan dari uji hipotesis hampir selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol. Ini adalah pengujian untuk menjawab pertanyaan yang mengasumsikan hipotesis nol adalah benar (Sugiyono, 2017)

Uji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial menggunakan uji t dan secara simultan menggunakan uji f.

1. Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen Bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, pengujian dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1) Apabila Fhitung dan nilai p-value F-statistik $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel independen secara Bersama-

sama mempengaruhi variabel dependen.

2) Apabila Fhitung dan nilai p-value F-statistik $\geq 0,05$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima yang artinya variabel independen secara Bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen.

Rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2) - (N - K - 1)}$$

Keterangan:

F = F hitung

R² = Koefisiensi korelasi ganda

k = Jumlah variabel independent

n = Jumlah anggota variabel

2. Uji Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji t (t-test) digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan langkah-langkah penentuannya sebagai berikut (Ghozali, 2017)

- 1) Jika nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\text{sig} < 0,05$) maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi ($\text{sig} > 0,05$) maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus uji T yang digunakan sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 + r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Demografis

4.1.1 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

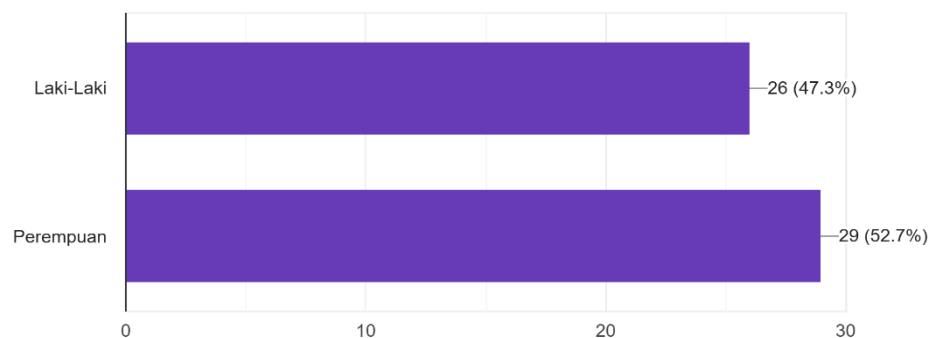
Penelitian ini mengelompokkan responden ke dalam dua kategori berdasarkan jenis kelamin, yaitu Laki-Laki dan Perempuan. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	26
2	Perempuan	29
	Jumlah	55

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin
55 responses



Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Gambar 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, dapat dilihat bahwa responden laki-laki sebanyak 20 orang atau sebesar 47.3%, sedangkan jumlah

responden Perempuan sebanyak 29 orang atau sebesar 52.7% dari jumlah keseluruhan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

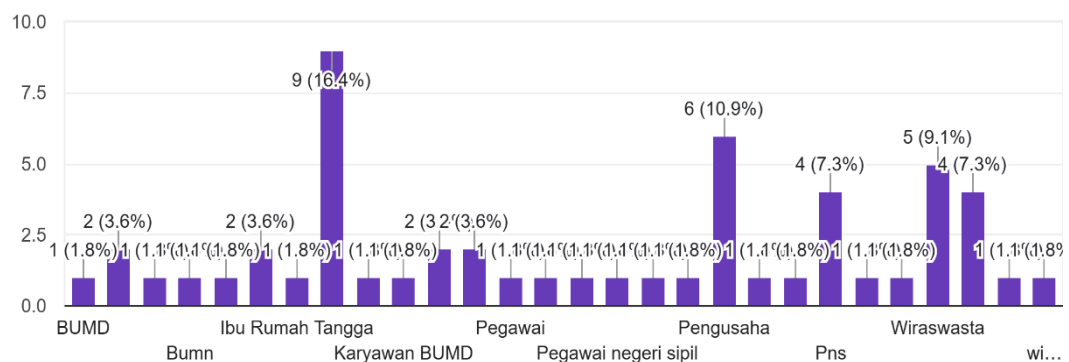
Berdasarkan kelompok pekerjaan, responden penelitian ini terbagi menjadi:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	Bumd/Bumn	6
3	PNS	8
4	Wiraswata/Wirausaha	11
5	Lainnya	30
	Jumlah	55

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan
55 responses



Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

4.2 Analisis Deskriptif

4.2.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan langkah awal dalam analisis data yang bertujuan untuk memahami karakteristik dasar dari data yang telah

dikumpulkan. Analisis ini menyajikan data dalam bentuk ukuran pemusatan, seperti mean, median, dan modus, serta ukuran penyebaran, seperti standar deviasi, rentang, nilai minimum, dan maksimum. Selain itu, distribusi frekuensi juga dianalisis untuk menggambarkan pola penyebaran data. Melalui statistik deskriptif, peneliti dapat memperoleh gambaran awal mengenai kecenderungan data, variasi dalam dataset, serta kemungkinan adanya outlier yang dapat mempengaruhi hasil analisis lebih lanjut. Tahap ini memiliki peran krusial karena menjadi dasar dalam menginterpretasikan hasil penelitian serta memastikan bahwa data memenuhi persyaratan untuk analisis lanjutan, seperti uji asumsi klasik dan regresi. Oleh karena itu, hasil analisis statistik deskriptif akan disajikan secara rinci pada Tabel berikut.

Tabel 4.3 Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	55	22	44	36.11	4.267
Kemudahan Layanan	55	30	48	39.93	4.272
Keputusan Menjadi Nasabah	55	23	36	29.76	3.139
Valid N (listwise)	55				

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Literasi Keuangan memiliki jumlah sampel sebanyak 55 responden dengan nilai minimum sebesar 22 dan nilai maksimum sebesar 44. Rata-rata dari variabel ini adalah 36,11 dengan standar deviasi sebesar 4,267, yang menunjukkan adanya variasi dalam respons yang diberikan oleh responden. Selanjutnya, variabel Kemudahan Layanan memiliki nilai minimum sebesar 30 dan nilai maksimum sebesar 48 dengan jumlah responden sebanyak 55. Rata-rata dari variabel ini adalah 39,93 dengan standar deviasi sebesar 4,272. Nilai standar deviasi yang

relatif besar menunjukkan bahwa terdapat variasi dalam persepsi responden terhadap kemudahan layanan yang diberikan.

Sementara itu, variabel Keputusan Menjadi Nasabah memiliki nilai minimum sebesar 23 dan nilai maksimum sebesar 36, dengan rata-rata sebesar 29,76. Standar deviasi dari variabel ini adalah 3,139, yang menunjukkan bahwa data cukup terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata dan memiliki variasi yang lebih kecil dibandingkan variabel lainnya.

4.2.2 Tingkat Capaian Responden

Hasil dari angket yang telah disebarakan pada 55 responden yang digunakan sebagai data dalam penelitian selanjutnya dianalisis secara deskriptif untuk melihat Total Capaian Responden (TCR) pada masing-masing indikator. Hasil tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Tingkat Capaian Responden (Tcr) Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

No	T				T x SL				N	Skor	mean	TCR (idx)	Kategori
	STS	TS	S	SS	1	2	3	4					
Y1	0	2	32	21	0	4	96	84	55	184	3,3	83,63	BAIK
Y2	0	0	37	18	0	0	111	72	55	183	3,3	83,18	BAIK
Y3	0	1	40	14	0	2	120	56	55	178	3,2	80,90	BAIK
Y4	7	3	27	18	7	6	81	72	55	166	3	75,45	CUKUP BAIK
Y5	0	4	27	24	0	8	81	96	55	185	3,3	84,09	BAIK
Y6	0	4	27	24	0	8	81	96	55	185	3,3	84,09	BAIK
Y7	0	1	34	20	0	2	102	80	55	184	3,3	83,63	BAIK
Y8	0	3	32	20	0	6	96	80	55	182	3,3	82,72	BAIK
Y9	0	2	29	24	0	4	87	96	55	187	3,4	85,00	BAIK
Rata-rata												82,52	BAIK

Berdasarkan hasil analisis Tingkat Capaian Responden (TCR) untuk variabel Y (Keputusan Menjadi Nasabah), diperoleh rata-rata TCR sebesar 82,53%, yang masuk dalam kategori "Baik". Hasil ini menunjukkan bahwa

secara umum, responden memiliki kecenderungan yang baik dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah berdasarkan faktor-faktor yang telah diteliti. Rentang nilai TCR untuk masing-masing indikator berada antara 75,45% hingga 85%, dengan mayoritas indikator masuk dalam kategori "Baik". Indikator dengan nilai TCR tertinggi adalah Y9, dengan capaian sebesar 85%, yang menunjukkan bahwa aspek ini memiliki pengaruh yang cukup besar dalam keputusan responden untuk menjadi nasabah. Sementara itu, indikator dengan nilai TCR terendah adalah Y4, dengan nilai 75,45%, yang masuk dalam kategori "Cukup Baik", mengindikasikan bahwa aspek ini masih perlu diperbaiki atau ditingkatkan agar lebih mendorong keputusan responden dalam memilih layanan. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa yakin dengan keputusan mereka untuk menjadi nasabah. Namun, untuk meningkatkan keputusan menjadi nasabah secara optimal, aspek dengan nilai TCR lebih rendah dapat menjadi perhatian khusus dalam pengembangan strategi pemasaran atau peningkatan layanan agar lebih menarik bagi calon nasabah potensial.

2. Tingkat Capaian Responden (Tcr) Variabel Literasi Keuangan

No	T				T x SL				N	Skor	mean	TCR (idx)	Kategori
	STS	TS	S	SS	1	2	3	4					
X1.1	0	0	37	18	0	0	111	72	55	183	3,3	83,18	BAIK
X1.2	0	1	26	28	0	2	78	112	55	192	3,4	87,27	BAIK
X1.3	0	5	35	15	0	10	105	60	55	175	3,1	79,54	CUKUP BAIK
X1.4	1	5	20	29	1	10	60	116	55	187	3,4	85,00	BAIK
X1.5	2	3	31	19	2	6	93	76	55	177	3,2	80,45	BAIK
X1.6	1	4	33	17	1	8	99	68	55	176	3,2	80,00	BAIK
X1.7	0	1	34	20	0	2	102	80	55	184	3,3	83,63	BAIK
X1.8	1	1	32	21	1	2	96	84	55	183	3,3	83,18	BAIK

No	T				T x SL				N	Skor	mean	TCR (idx)	Kategori
	STS	TS	S	SS	1	2	3	4					
X1.9	0	3	37	15	0	6	111	60	55	177	3,2	80,45	BAIK
X1.10	1	4	26	24	1	8	78	96	55	183	3,3	83,18	BAIK
X1.11	1	3	35	16	1	6	105	64	55	176	3,2	80,00	BAIK
X1.12	0	6	32	17	0	12	96	68	55	176	3,2	80,00	BAIK
Rata-rata												82,15	BAIK

Berdasarkan hasil analisis Tingkat Capaian Responden (TCR) untuk variabel Literasi Keuangan (X1), diperoleh rata-rata TCR sebesar 82,16%, yang masuk dalam kategori "Baik". Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, responden memiliki tingkat literasi keuangan yang baik. Dari hasil perhitungan, nilai TCR untuk setiap indikator variabel X1 berkisar antara 79,54% hingga 87,27%, dengan mayoritas indikator berada dalam kategori "Baik". Namun, terdapat satu indikator, yaitu X1.3, yang memiliki TCR terendah sebesar 79,54%, sehingga masuk dalam kategori "Cukup". Hal ini mengindikasikan bahwa pada aspek tertentu dalam literasi keuangan, masih terdapat ruang untuk perbaikan. Sementara itu, indikator dengan nilai TCR tertinggi adalah X1.2, dengan capaian sebesar 87,27%, yang menunjukkan bahwa aspek tersebut telah dipahami dengan baik oleh responden. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa responden telah memiliki pemahaman yang baik terkait literasi keuangan, meskipun masih ada aspek tertentu yang perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, dalam penelitian lanjutan atau implementasi program literasi keuangan, perhatian lebih dapat diberikan pada aspek dengan nilai TCR yang lebih rendah guna meningkatkan pemahaman responden secara lebih merata.

3. Tingkat Capaian Responden (Tcr) Variabel Kemudahan Layanan

No	T				T x SL				N	Skor	mean	TCR (idx)	Kategori
	STS	TS	S	SS	1	2	3	4					
X2.1	0	3	32	20	0	6	96	80	55	182	3,3	82,72	BAIK
X2.2	0	2	37	16	0	4	111	64	55	179	3,2	81,36	BAIK
X2.3	0	2	40	13	0	4	120	52	55	176	3,2	80,00	BAIK
X2.4	0	2	33	20	0	4	99	80	55	183	3,3	83,18	BAIK
X2.5	0	3	28	24	0	6	84	96	55	186	3,3	84,54	BAIK
X2.6	0	3	26	26	0	6	78	104	55	188	3,4	85,45	BAIK
X2.7	0	3	32	20	0	6	96	80	55	182	3,3	82,72	BAIK
X2.8	0	2	33	20	0	4	99	80	55	183	3,3	83,18	BAIK
X2.9	0	3	28	24	0	6	84	96	55	186	3,3	84,54	BAIK
X2.10	0	1	33	21	0	2	99	84	55	185	3,3	84,09	BAIK
X2.11	0	3	28	24	0	6	84	96	55	186	3,3	84,54	BAIK
X2.12	0	3	33	19	0	6	99	76	55	181	3,2	82,27	BAIK
Rata-rata												83,21	BAIK

Berdasarkan hasil analisis Tingkat Capaian Responden (TCR) untuk variabel X2 (Kemudahan Layanan), diperoleh rata-rata TCR sebesar 83,22%, yang masuk dalam kategori "Baik". Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum, responden merasa bahwa layanan yang diberikan sudah cukup mudah diakses dan digunakan. Rentang nilai TCR untuk masing-masing indikator berada antara 80% hingga 85,45%, dengan seluruh indikator masuk dalam kategori "Baik". Indikator dengan nilai TCR tertinggi adalah X2.6, dengan capaian sebesar 85,45%, yang menunjukkan bahwa aspek tersebut mendapatkan respons positif dari sebagian besar responden dan dianggap paling mudah dalam layanan yang diberikan. Sementara itu, indikator dengan nilai TCR terendah adalah X2.3, dengan nilai 80%, yang meskipun masih dalam kategori "Baik", menunjukkan bahwa aspek ini relatif lebih menantang dibandingkan indikator lainnya dalam hal kemudahan layanan. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa kemudahan layanan

berkontribusi positif terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Dengan nilai TCR yang tinggi, dapat disimpulkan bahwa layanan yang mudah diakses dan digunakan menjadi faktor penting dalam keputusan responden untuk memilih dan menggunakan layanan tersebut. Namun, untuk meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan, perhatian lebih dapat diberikan pada aspek dengan nilai TCR yang lebih rendah guna memastikan bahwa seluruh aspek layanan dapat diakses dengan tingkat kemudahan yang optimal bagi seluruh pengguna.

4.3 Pengujian Skala Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah metode yang digunakan untuk menilai keabsahan suatu kuesioner. Pengujian dilakukan dengan uji dua sisi pada tingkat signifikansi 0,05. Kriteria penilaian didasarkan pada nilai signifikansi (2-tailed), di mana jika nilai tersebut kurang dari 0,05, maka pertanyaan dalam variabel yang diuji dianggap valid. Uji validitas ini diterapkan pada seluruh variabel penelitian, baik variabel independen maupun dependen.

a. Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X1)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji validitas untuk variabel X1 yang terdiri dari 12 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

Variabel	No.Butir	r Hitung	r Tabel	Sig. (2-tailed)	Status
Sistem Literasi	1	0,226	0,265	0,097	Tidak Valid
	2	0,554	0,265	0,000	Valid
	3	0,533	0,265	0,000	Valid
	4	0,570	0,265	0,000	Valid
	5	0,656	0,265	0,000	Valid

Variabel	No.Butir	r Hitung	r Tabel	Sig. (2-tailed)	Status
Keuangan (X1)	6	0,624	0,265	0,000	Valid
	7	0,615	0,265	0,000	Valid
	8	0,741	0,265	0,000	Valid
	9	0,620	0,265	0,000	Valid
	10	0,632	0,265	0,000	Valid
	11	0,715	0,265	0,000	Valid
	12	0,578	0,265	0,000	Valid

Sumber: Data Primer (diolah), SPSS 26 (Lampiran 6)

Dari Tabel diatas, terlihat hasil untuk semua butir soal pada variabel X1 valid kecuali pada item soal 1, karena nilai sig. (2-tailed) > 0,05 sehingga untuk soal 1 pada variabel X1 tidak valid dan dihapus.

b. Uji Validitas Variabel Kemudahan Layanan (X2)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji validitas untuk variabel X2 yang terdiri dari 12 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Layanan

Variabel	No.Butir	r Hitung	r Tabel	Sig. (2-tailed)	Status
Kemudahan Layanan (X2)	1	0,690	0,265	0,000	Valid
	2	0,612	0,265	0,000	Valid
	3	0,639	0,265	0,000	Valid
	4	0,550	0,265	0,000	Valid
	5	0,752	0,265	0,000	Valid
	6	0,728	0,265	0,000	Valid
	7	0,508	0,265	0,000	Valid
	8	0,629	0,265	0,000	Valid
	9	0,640	0,265	0,000	Valid
	10	0,593	0,265	0,000	Valid
	11	0,706	0,265	0,000	Valid
	12	0,537	0,265	0,000	Valid

Sumber: Data Primer (diolah), SPSS 26 (Lampiran 7)

Dari tabel diatas, terlihat hasil untuk semua butir soal pada variabel X2 valid, karena nilai sig. (2-tailed) < 0,05 sehingga untuk soal pada variabel X2 sudah terindikasi valid atau sah.

c. Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji validitas untuk variabel X2 yang terdiri dari 9 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Variabel	No.Butir	r Hitung	r Tabel	Sig. (2-tailed)	Status
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	1	0,604	0,265	0,000	Valid
	2	0,601	0,265	0,000	Valid
	3	0,483	0,265	0,000	Valid
	4	0,629	0,265	0,000	Valid
	5	0,655	0,265	0,000	Valid
	6	0,493	0,265	0,000	Valid
	7	0,508	0,265	0,000	Valid
	8	0,614	0,265	0,000	Valid
	9	0,629	0,265	0,000	Valid

Sumber: Data Primer (diolah), SPSS 26 (Lampiran 5)

Dari Tabel diatas, terlihat hasil untuk semua butir soal pada variabel Y valid, karena nilai sig. (2-tailed) < 0,05 sehingga untuk soal pada variabel Y sudah terindikasi valid atau sah.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian dapat menghasilkan hasil yang konsisten saat digunakan dalam berbagai kondisi. Reliabilitas mengukur sejauh mana kuesioner dapat diandalkan dalam mengumpulkan data yang tepat dan stabil dari responden. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Sebuah instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's

Alpha lebih dari 0,6, yang menunjukkan konsistensi internal yang baik pada item-item dalam kuesioner. Oleh karena itu, uji reliabilitas ini sangat penting untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya dan diandalkan untuk analisis selanjutnya. Hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
Literasi Keuangan (X1)	0,842	Reliabel
Kemudahan Layanan (X2)	0,864	Reliabel
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,740	Reliabel

Sumber: Data Primer (diolah), SPSS 26 (Lampiran 5,6,7)

Berdasarkan analisis reliabilitas terhadap variabel yang diteliti, dapat dilihat bahwa semua instrumen penelitian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6 untuk setiap variabel. Dengan demikian, semua variabel dapat dianggap reliabel (handal). Jumlah item pernyataan yang digunakan berkurang karena beberapa item dihapus, karena jika item tersebut tetap ada, nilai Cronbach's Alpha menjadi kurang dari 0,6. Oleh karena itu, solusi yang diambil adalah menghapus item-item tersebut dari kuesioner.

4.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data yang digunakan dalam penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan asumsi yang sangat penting dalam analisis regresi linear berganda, karena hasil estimasi regresi akan lebih valid jika distribusi data mendekati distribusi normal. Tujuan dari uji normalitas pada model regresi

adalah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal. Sebab, model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Oleh karena itu, jika data sudah berdistribusi normal, maka data dapat diteruskan ke tahap uji berikutnya. Keputusan diambil berdasarkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed); jika nilainya lebih besar dari 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal, peneliti menggunakan uji Kolmogorov Smirnov sebagai berikut:

Tabel 4.8 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11588971
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.063
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

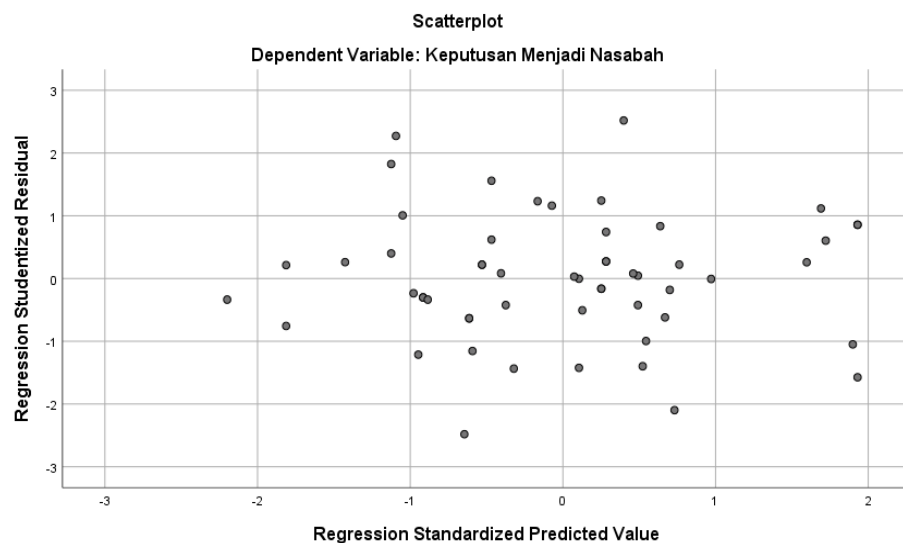
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* yang dilakukan dengan SPSS, pada Tabel menunjukkan bahwa nilai sig. (2-tailed) yang diperoleh adalah 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan varians residual dalam model regresi. Asumsi pada regresi linear berganda mengharuskan varians residual bersifat konstan atau disebut homoskedastisitas. Apabila terdapat heteroskedastisitas, maka estimasi regresi akan menjadi kurang efisien dan dapat menimbulkan kesalahan dalam penafsiran hasil analisis. Selain itu, tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah ada ketidaksesuaian varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Untuk memprediksi adanya gejala heteroskedastisitas, salah satu cara yang digunakan adalah dengan menganalisis pola pada scatterplot. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Grafik berikut.



Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar diatas, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar sumbu nol tanpa membentuk pola tertentu, seperti pola yang semakin sempit atau semakin lebar. Sebaran acak ini mengindikasikan bahwa varians

residual bersifat konstan (homoskedastisitas), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi klasik regresi linear berganda telah terpenuhi, dan model yang digunakan dapat dianalisis lebih lanjut dengan lebih tepat.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan linier yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas yang tinggi dapat mengakibatkan ketidakstabilan dalam perkiraan koefisien regresi, sehingga mengurangi akurasi hasil analisis. Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak terdapat korelasi yang sempurna atau hampir sempurna di antara variabel independen. Model regresi dianggap bebas dari multikolinearitas jika Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dan nilai tolerance > 0,10. Dengan memastikan tidak ada multikolinearitas dalam model regresi, analisis yang dilakukan akan menghasilkan hasil yang lebih valid dan mudah diinterpretasikan. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	,372	2,691
	Kemudahan Layanan	,372	2,691

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antara variabel literasi keuangan dan kemudahan layanan.

Hal ini ditunjukkan oleh nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,1 yaitu ,372 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10 yaitu 2,691 untuk kedua variabel tersebut.

4.5 Pengujian Hipotesis

Setelah pengujian terhadap persyaratan analisis dilakukan dan seluruh skor variabel penelitian memenuhi kriteria yang ditetapkan, langkah selanjutnya adalah melakukan uji terhadap hipotesis.

Adapun hipotesis yang menjadi fokus dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak literasi keuangan terhadap keputusan seseorang untuk menjadi nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan layanan terhadap keputusan individu dalam memilih menjadi nasabah produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi?
3. Bagaimana keterkaitan antara literasi keuangan dan kemudahan layanan dengan keputusan untuk menjadi nasabah dalam penggunaan produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi?

Berikut merupakan hasil analisis dari pengujian ketiga hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian ini:

1. Hipotesis Pertama

Adapun rumusan hipotesis pertama dalam studi ini dapat disampaikan dalam bentuk kalimat berikut:

Ha : Terdapat pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

H_0 : Tidak terdapat pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Sedangkan hipotesis dalam statistik :

$H_a : r_{x_1y} \neq 0$

$H_0 : r_{x_1y} = 0$

Dengan kriteria :

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Untuk menjawab hipotesis diatas maka dilakukan analisis korelasi antara Literasi Keuangan (X1) dengan Keputusan Menjadi Nasabah (Y) yang menghasilkan koefisien korelasi sebesar $r_{x_1y} = 0,62$. Secara jelas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.10 Koefisien korelasi X1 dengan Y

Model	r	r Square	Adjusted r Square	Std. Error of the Estimate
1	0,62	0,384	0,373	2,486

Catatan :

r : Koefisien Korelasi

r Square : Sumbangan/Pengaruh

Std. Error of the Estimate : Kesalahan Model Regresi

Berdasarkan hasil analisis korelasi antara Literasi Keuangan (X1) dan Keputusan Menjadi Nasabah (Y), diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.62. Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan cukup kuat antara literasi keuangan dengan keputusan menjadi nasabah. Artinya, semakin tinggi

literasi keuangan seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut memutuskan untuk menjadi nasabah. Selain itu, nilai koefisien determinasi (r Square) sebesar 0.384 mengindikasikan bahwa sekitar 38.4% variabilitas dalam keputusan menjadi nasabah dapat dijelaskan oleh faktor literasi keuangan, sedangkan sisanya, sebesar 61.6%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Setelah dilakukan penyesuaian dalam perhitungan, nilai Adjusted r Square sebesar 0.373 menunjukkan bahwa kontribusi literasi keuangan terhadap keputusan menjadi nasabah sedikit berkurang setelah mempertimbangkan jumlah variabel dalam model. Selanjutnya, nilai Standard Error of the Estimate sebesar 2.486 menunjukkan tingkat kesalahan model regresi dalam memprediksi keputusan menjadi nasabah. Meskipun model ini dapat menjelaskan sebagian besar variabilitas dalam keputusan menjadi nasabah, masih terdapat faktor-faktor lain yang perlu dipertimbangkan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam memengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi nasabah, meskipun ada variabel lain yang turut mempengaruhi keputusan tersebut.

Tabel 4.11 Uji F Variabel X1 dengan Y

No	Variabel	Fhitung	F tabel	Signifikansi
1	Literasi Keuangan (X1) Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	33,09	4,023	0,000

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai Fhitung sebesar 33,09, sedangkan Ftabel sebesar 4,023. Karena Fhitung lebih besar dari Ftabel, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan secara signifikan mampu menjelaskan variabilitas dalam keputusan seseorang untuk menjadi nasabah

berdasarkan tingkat literasi keuangan. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan keputusan menjadi nasabah adalah sangat signifikan, karena lebih kecil dari batas kritis 0,05. Dengan kata lain, literasi keuangan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi nasabah. Meskipun demikian, hasil ini tidak menutup kemungkinan adanya faktor lain yang turut berkontribusi dalam keputusan tersebut dan perlu diperhitungkan dalam penelitian lebih lanjut.

Tabel 4.12 Hasil Regresi Sederhana Variabel X1 dengan Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.297	2.882		4.614	.000
	Literasi Keuangan	.456	.079	.620	5.753	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Catatan :

B : Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi)

Std. Error : Kesalahan baku

t : koefisien uji t

Sign. : Signifikansi hubungan antar variabel

Sehingga gambaran persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_1 = 13,297 + 0,456X_1$$

Dari hasil analisis regresi, diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,753 dan t tabel adalah 2,006. Karena t hitung > t tabel, maka H_a diterima, yang berarti

koefisien regresi signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menjadi nasabah. Selain itu, nilai koefisien regresi sebesar 0,456 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam literasi keuangan akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah sebesar 0,456 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

2. Hipotesis Kedua

Adapun rumusan hipotesis kedua dalam studi ini dapat disampaikan dalam bentuk kalimat berikut:

Ha : Terdapat pengaruh Kemudahan Layanan (X2) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

H0 : Tidak terdapat pengaruh Kemudahan Layanan (X2) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Sedangkan hipotesis dalam statistik :

Ha : $rx_{2y} \neq 0$

H0 : $rx_{2y} = 0$

Dengan kriteria :

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H0 ditolak

Untuk menjawab hipotesis diatas maka dilakukan analisis korelasi antara Kemudahan Layanan (X2) dengan Keputusan Menjadi Nasabah (Y) yang menghasilkan koefisien korelasi sebesar $rx_{2y} = 0,736$. Secara jelas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.13 Koefisien Korelasi X2 dengan Y

Model	R	r Square	Adjusted r Square	Std. Error of the Estimate
1	0,736	0,542	0,533	2,144

Catatan :

r : Koefisien Korelasi

r Square : Sumbangan/Pengaruh

Std. Error of the Estimate : Kesalahan Model Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,736, yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai R Square sebesar 0,542 mengindikasikan bahwa sebesar 54,2% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model ini, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai adjusted R Square sebesar 0,533 menunjukkan koreksi terhadap jumlah variabel dalam model, yang tetap menunjukkan kontribusi yang cukup besar. Sementara itu, nilai standard error of the estimate sebesar 2,144 menggambarkan tingkat kesalahan dalam estimasi model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam variabel dependen.

Tabel 4.14 Uji F Variabel X2 dengan Y

No	Variabel	Fhitung	F tabel	Signifikansi
1	Kemudahan Layanan (X2) Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	63,073	4,023	0,000

Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 63,073 lebih besar dari Ftabel sebesar 4,023, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan signifikan, sehingga variabel Kemudahan Layanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y). Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kemudahan layanan yang dirasakan oleh calon nasabah, semakin besar kemungkinan mereka untuk memutuskan menjadi nasabah. Hasil ini menegaskan bahwa kemudahan layanan merupakan faktor yang berperan penting dalam menentukan keputusan seseorang untuk menjadi nasabah.

Tabel 4.15 Hasil Regresi Sederhana Variabel X2 dengan Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.172	2.742		2.980	.004
	Kemudahan Layanan	.541	.068	.736	7.918	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Catatan :

B : Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi)

Std. Error : Kesalahan baku

t : koefisien uji t

Sign. : Signifikansi hubungan antar variabel

Sehingga gambaran persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_1 = 8,172 + 0,541X_2$$

Hasil uji t menunjukkan bahwa Kemudahan Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan $t_{hitung} = 7,918 > t_{tabel}$ 2,006 dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Koefisien regresi 0,541 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Kemudahan Layanan meningkatkan keputusan menjadi nasabah sebesar 0,541 unit. Nilai Beta 0,736 mengindikasikan pengaruh yang kuat. Dengan demikian, Kemudahan Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah.

3. Hipotesis Ketiga

Adapun rumusan hipotesis ketiga dalam studi ini dapat disampaikan dalam bentuk kalimat berikut:

H_a : Terdapat pengaruh Literasi Keuangan (X1) dan Kemudahan -Layanan (X2) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

H_0 : Tidak terdapat pengaruh Literasi Keuangan (X1) dan Kemudahan Layanan (X2) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Dengan kriteria :

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Untuk membuktikan hipotesis penelitian di atas, dilakukan uji signifikansi koefisien regresi ganda seperti yang tertera pada Tabel berikut:

Tabel 4.16 Uji F Variabel X1 X2 dengan Y

No	Variabel	Fhitung	F tabel	Signifikansi
1	Literasi Keuangan (X1) dan Kemudahan Layanan (X2) Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	31,207	4,023	0,000

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 31,207 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa secara simultan variabel Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Menjadi Nasabah. Dengan demikian, hasil uji ANOVA ini mengonfirmasi bahwa model regresi yang digunakan layak dan signifikan, sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara Literasi Keuangan dan Kemudahan Layanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama memiliki kontribusi dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi nasabah.

Tabel 4.17 Hasil Regresi Berganda Variabel X1 X2 dengan Y

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.847	2.804		2.799	.007
	Literasi Keuangan	.072	.113	.098	.640	.525
	Kemudahan Layanan	.484	.113	.658	4.293	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Pada variabel Literasi Keuangan, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,072, dengan nilai t hitung sebesar 0,640 dan nilai Sig. = 0,525. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima, yang berarti Literasi Keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Dengan kata lain, perubahan dalam tingkat Literasi Keuangan tidak secara signifikan memengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi nasabah. Sementara itu, pada variabel Kemudahan Layanan, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar

0,484, dengan t hitung sebesar 4,293 dan nilai Sig. = 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti Kemudahan Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Artinya, semakin mudah layanan yang diberikan, semakin tinggi kemungkinan seseorang untuk menjadi nasabah.

Secara keseluruhan, hasil uji t menunjukkan bahwa hanya variabel Kemudahan Layanan yang berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah, sedangkan Literasi Keuangan tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan Hasil pada Tabel diatas, persamaan regresi linear berganda variabel independen terhadap variabel dependen yang terbentuk yaitu:

$$Y = 7,847 + 0,072X_1 + 0,484 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y: Keputusan menjadi nasabah (variabel dependen)

X1: Literasi keuangan

X2: Kemudahan layanan

Adapun informasi yang bisa diperoleh dari hasil persamaan regresi linear berganda yang terbentuk sebagai berikut:

1. 7,847 adalah konstanta (intersep), yang berarti jika Literasi Keuangan dan Kemudahan Layanan bernilai nol, maka rata-rata Keputusan Menjadi Nasabah dalam kondisi yang baik
2. Setiap peningkatan Literasi Keuangan akan meningkatkan Keputusan Menjadi Nasabah

3. Setiap peningkatan Kemudahan Layanan akan meningkatkan Keputusan Menjadi Nasabah

4.6 Pembahasan

1. Pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap Keputusan menjadi nasabah (Y) pada produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana maka, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman masyarakat mengenai konsep dan produk keuangan syariah belum menjadi faktor utama dalam memengaruhi keputusan mereka untuk menjadi nasabah. Beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebab dari hal ini, antaranya minimnya sosialisasi produk syariah, kurangnya pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsip syariah dalam perbankan, serta dominannya faktor lain seperti kemudahan layanan atau faktor sosial.

Hasil ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang mengemukakan bahwa pemahaman terhadap produk (dalam hal ini literasi keuangan) memengaruhi minat dan keputusan seseorang dalam menggunakan produk tersebut. Selain itu berdasarkan penelitian Harahap (2024), Secara parsial, literasi keuangan syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan individu untuk menjadi nasabah di Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Selain menurut Mardiana (2020), literasi keuangan mahasiswa perbankan syariah UIN Mataram angkatan 2016 mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah dan pengaruhnya sebesar 31,4%.

Menurut Anas (2024), Secara langsung, literasi keuangan memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat untuk menabung. Sementara menurut Annisa dkk (2025), Ramadhani dkk (2025) Menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menjadi nasabah.

Namun, hal ini juga dapat dijelaskan oleh kondisi empiris bahwa dalam praktiknya, sebagian besar masyarakat belum menjadikan literasi keuangan sebagai dasar utama dalam mengambil keputusan keuangan, khususnya pada produk keuangan berbasis syariah.

2. Pengaruh kemudahan layanan (X2) terhadap Keputusan menjadi nasabah (Y) pada produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi

Variabel Kemudahan Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi. Artinya, semakin mudah dan praktis layanan yang diberikan oleh bank, maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk menjadi nasabah produk keuangan syariah. Kemudahan layanan dapat mencakup kemudahan dalam proses pembukaan rekening, pelayanan nasabah yang responsif, sistem transaksi yang user-friendly, serta ketersediaan layanan berbasis teknologi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Hasanah dkk (2024), bahwa variabel kemudahan layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Menurut Anas (2024), Kualitas layanan atau kemudahan layanan ini berpengaruh positif, tapi tidak signifikan terhadap minat menabung. Selain itu menurut Handida (2018), kualitas layanan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

kecenderungan masyarakat Muslim di DIY dalam memilih produk perbankan berbasis syariah. Sementara Menurut Ramadhani dkk (2021), Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan mahasiswa yang berdomisili di Tangerang Selatan untuk menjadi nasabah perbankan syariah.

Temuan ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan dan perilaku konsumen yang menekankan pentingnya kemudahan akses dan pelayanan sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan. Hal ini konsisten dengan hasil riset sebelumnya yang menunjukkan bahwa faktor kemudahan layanan secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk perbankan, termasuk yang berbasis syariah.

3. Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan layanan terhadap Keputusan menjadi nasabah (Y) pada produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Kemudahan Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi. Meskipun secara parsial variabel Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah namun secara simultan dengan variabel Kemudahan Layanan, keduanya tetap memberikan pengaruh yang berarti. Kemudahan Layanan sendiri terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial dengan nilai koefisien regresi yang tinggi. Ini menunjukkan bahwa faktor layanan menjadi aspek dominan dalam memengaruhi keputusan masyarakat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Ramadhani dkk (2021) dimana literasi keuangan dan kemudahan layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa berdomisili Tangerang Selatan menjadi nasabah pada Perbankan Syariah. Selain itu juga sejalan dengan penelitian Anas (2024), literasi keuangan dan kemudahan layanan memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan pada keputusan menabung. Hasanah dkk (2024), Handida (2018) yaitu Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, kualitas layanan, serta literasi keuangan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Muslim di DIY dalam menggunakan produk perbankan syariah, baik secara individu maupun secara bersama-sama.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah produk keuangan syariah tidak hanya ditentukan oleh seberapa baik pemahaman mereka terhadap konsep keuangan syariah, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kemudahan dan kenyamanan layanan yang ditawarkan oleh bank. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah sebaiknya dilakukan melalui pendekatan yang menggabungkan edukasi literasi keuangan dengan peningkatan kualitas layanan yang mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan Masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan dan kemudahan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menjadi nasabah. Artinya semakin baik literasi keuangan maka semakin tinggi keputusan menjadi nasabah.
2. Kemudahan Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah baik secara regresi sederhana dan juga berganda. Semakin mudah layanan yang diberikan oleh bank, seperti kemudahan pembukaan rekening, akses layanan, dan penggunaan teknologi, maka semakin besar kemungkinan seseorang menjadi nasabah.
3. Literasi Keuangan dan Kemudahan Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Artinya semakin tinggi literasi keuangan dan kemudahan layanan maka semakin tinggi juga keputusan untuk menjadi nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank 9 Jambi, sebaiknya lebih meningkatkan kemudahan layanan, khususnya dalam hal digitalisasi perbankan, pelayanan nasabah yang cepat dan responsif, serta fasilitas layanan yang mudah diakses oleh semua kalangan masyarakat.
2. Peningkatan literasi keuangan tetap perlu dilakukan, meskipun pengaruhnya belum signifikan. Edukasi mengenai konsep dan prinsip keuangan syariah kepada masyarakat penting untuk membentuk pemahaman jangka panjang dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk syariah.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar variabel lain ditambahkan seperti kepercayaan, promosi, atau religiusitas yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah, serta memperluas lokasi penelitian agar hasilnya dapat lebih general.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti selama proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dialami, yang dapat menjadi faktor yang perlu lebih diperhatikan oleh peneliti-peneliti di masa depan untuk menyempurnakan penelitian mereka. Penelitian ini tentunya masih memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam studi-studi selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah responden yang hanya berjumlah 55 orang tentu masih terbatas dan belum cukup untuk menggambarkan kondisi yang sesungguhnya.
2. Fokus penelitian ini hanya pada nasabah yang menggunakan produk keuangan syariah di Bank 9 Jambi
3. Selama proses mengumpulkan data, informasi yang disampaikan oleh responden melalui kuesioner tidak selalu mencerminkan pendapat asli mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan cara berpikir, asumsi, dan pemahaman setiap responden, serta faktor lain seperti tingkat kejujuran saat melakukan pengisian kuesioner

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew, V., & Linawati, N. (2014). Hubungan faktor demografi dan pengetahuan keuangan dengan perilaku keuangan karyawan swasta di Surabaya. *Finesta*, 2(2), 35–39.
- Basri, H. (2019). Pemodelan Regresi Berganda Untuk Data Dalam Studi Kecerdasan Emosional. *DIDAKTIKA: Jurnal Kependidikan*, 12(2), 103–116.
- Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2008). Access to finance: An unfinished agenda. *The World Bank Economic Review*, 22(3), 383–396.
- Demmassabu, F. R., Lapian, S. J., & Tampenawas, J. L. A. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan promosi dan inovasi produk terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Sinarmas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 259–270.
- Dewi, D. A. (2018). *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas* (pp. 1–14).
- El Hasbi, A. Z., Damayanti, R., Hermina, D., & Mizani, H. (2023). Penelitian Korelasional (Metodologi Penelitian Pendidikan). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 2(6), 784–808.
- Fahrudin, A. (2021). Pengambilan Keputusan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits (Upaya Menentukan Kebijakan Pendidikan Secara Religius). *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 61–80.
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Gusriyani, M., Hijriyati, S., & Zulfikar, Z. (2024). Inovasi Keuangan Islam Dan Peranan Dalam Mendorong Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(9), 27–37.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis 6th Edition*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- humans: Critique and reformulation
- Kamal, M. (2024). Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Asuransi Syariah. *Abbasiyah: Jurnal Akuntansi Syariah Kyai Haji Ahmad Syairazi*, 1(1), 68–75.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.

- Mashdurohatun, A. (2011). Tantangan ekonomi syariah dalam menghadapi masa depan Indonesia di era globalisasi. *Jurnal Dinamika Hukum*, 11(0), 76–88.
- Nofriza, E., & Az-zahra, S. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah (Studi Pada Nasabah PT. Asuransi Jasa Raharja Putera Cabang Jambi). *Journal of Student Research*, 1(5), 438–458.
- Novi Nugrahani Kusumawati. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bri Syariah Kcp Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137–150.
- Puspitasari, R., & Meieny, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab di PT. Sido Muncul Kebon Jeruk). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di PT. Sido Muncul Kebon Jeruk)*, 15.
- Putri, A. K., & Nurtantiono, A. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Go-Food di Kota Solo. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(3).
- Rabbani, M. R., Ali, M. A. M., Rahiman, H. U., Atif, M., Zulfikar, Z., & Naseem, Y. (2021). The response of Islamic financial service to the COVID-19 pandemic: The open social innovation of the financial system. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 85.
- Ramadhani, H. M., Rahmi, M., & Fathoni, M. A. (2021). Pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 2, 689–704.
- Reni. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Sipin Kota Jambi*. Universitas Batanghari.
- Safitri, N. W. N., & Wahyudi, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Faktor Penentunya: Studi Kasus Masyarakat Di Labuan Bajo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(9), 1657.
- Sharma, H. B., Vanapalli, K. R., Samal, B., Cheela, V. R. S., Dubey, B. K., & Bhattacharya, J. (2021). Circular economy approach in solid waste management system to achieve UN-SDGs: Solutions for post-COVID recovery. *Science of the Total Environment*, 800, 149605.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Tajudin, F. R., Sukma, H. A., Nengsih, S., Fitriani, F., & Alfahlevi, M. A. (2024). Financial Technology (Fintech) Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 262–268.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Yuliyanti, N. P., & Wijaya, T. (2024). Analisis Peran Keuangan Syariah dalam Pembangunan Ekonomi. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 9(2), 117–129.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6 (1), 11–26. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 2017-Journal. Uny. Ac. Id.*
- Zulhikam, A., Parmitasari, R. D. A., Abdullah, M. W., & Rofiah, I. (2024). Filosofi Prinsip Keuangan Islam Dan Implikasinya Pada Perbankan Syariah. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 273–283.



Lampiran 1

ANGKET PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr, Wb

Dengan hormat, bersama angket penelitian ini saya :

Nama : Wawan Fadli
NIM : 2110402051
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Memohon kesediaan Saudara/i untuk bersedia mengisi angket penelitian, **Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Layanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Produk Keuangan Syariah Di Bank 9 Jambi**, penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan skripsi sehingga Saudara/I diharapkan agar mengisi angket penelitian sesuai dengan kenyataan dan keadaan sebenarnya, Apapun jawaban yang diberikan akan di jaga kerahasiaannya dan untuk kepentingan penelitian saja.

Atas kesediaan Saudara/I dalam menjawab kuisisioner, saya sampaikan terimakasih.

Hormat saya,



WAWAN FADLI
NIM : 2110402051

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah “*basmalah*” terlebih dahulu dan pahami dengan teliti pernyataan di bawah ini sebelum mengisi angket
2. Saudara/i diharapkan dapat memberikan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi anda terhadap penelitian ini
3. Berilah tanda centang (✓) pada setiap pernyataan dengan cara memilih salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda, yaitu:

Kriteria Penilaian	Opsi	Positif	Negatif
Sangat Tidak Setuju	STS	1	4
Tidak Setuju	TS	2	3
Setuju	S	3	2
Sangat Setuju	SS	4	1

4. Pengisian angket ini tidak mempengaruhi nilai anda, untuk itu jawablah dengan jujur dan sesuai dengan hati anda
5. Dengan memberikan jawaban yang obyektif, berarti anda telah membantu peneliti dalam memperoleh data yang benar
6. Akhiri pengisian angket ini dengan mengucapkan “*hamdalah*”

B. PETUNJUK PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Aspek Penilaian			
		STS	TS	S	SS
1	Teman-teman mengabaikan saran yang saya berikan			✓	
2	Saya berpenampilan menarik Dibandingkan dengan teman-teman				✓

C. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Pekerjaan :

Variabel Literasi Keuangan (X1)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Pengetahuan Keuangan Dasar <i>(Basic Financial Knowledge)</i>					
1	Saya mengatur pendapatan dan pengeluaran dengan anggaran				
2	Saya pernah belajar mengatur keuangan dengan baik				
3	Saya mengelola hutang dengan bijak				
Simpanan Dan Pinjaman <i>(Saving And Borrowing)</i>					
4	Saya menyisihkan uang untuk simpanan agar siap menghadapi kebutuhan mendesak				
5	Saya meminjam uang hanya untuk kebutuhan penting dan memastikan bisa melunasinya tepat waktu				
6	Saya memilih pinjaman dengan bunga rendah untuk menghindari beban finansial				
Proteksi <i>(Insurance)</i>					
7	Saya menggunakan asuransi untuk melindungi diri dan keluarga dari risiko tak terduga				
8	Saya memilih asuransi yang sesuai dengan kebutuhan kesehatan, kendaraan, atau properti				
9	Saya memastikan surat perjanjian atau kontrak asuransi tetap aktif dan memperbarui informasi yang diperlukan				
Investasi					
10	Saya berinvestasi untuk mengembangkan kekayaan di masa depan				
11	Saya memilih jenis investasi yang sesuai dengan tujuan dan toleransi risiko				
12	Saya memantau kinerja investasi secara berkala untuk memastikan hasil yang optimal				

Variabel Kemudahan Layanan (X2)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Mudah Dipelajari (<i>Easy To Learn</i>)					
1	Saya belajar keuangan dengan langkah-langkah yang sederhana dan mudah dipahami				
2	Saya mencari sumber informasi yang jelas dan mudah diakses untuk memahami topik keuangan				
3	Saya mempraktikkan prinsip-prinsip dasar keuangan secara perlahan untuk meningkatkan pemahaman				
Fleksibel (<i>Flexible</i>)					
4	Saya mengelola keuangan dengan cara yang fleksibel agar bisa menyesuaikan dengan perubahan kebutuhan				
5	Saya memilih investasi yang fleksibel untuk memanfaatkan peluang pasar				
6	Saya menjaga anggaran agar tetap fleksibel, memungkinkan perubahan saat diperlukan				
Mudah Digunakan (<i>Easy To Use</i>)					
7	Saya menggunakan aplikasi keuangan yang mudah digunakan untuk memantau anggaran dan pengeluaran				
8	Saya memilih produk investasi yang mudah dipahami dan dikelola				
9	Saya memanfaatkan alat perencanaan keuangan yang sederhana dan efisien				
Jelas Dan Dapat Dipahami (<i>Clear And Understandable</i>)					
10	Saya memastikan informasi keuangan yang saya terima jelas dan mudah dipahami.				
11	Saya memilih produk keuangan yang menjelaskan risiko dan manfaat dengan transparan				
12	Saya selalu mencari penjelasan yang jelas sebelum membuat keputusan keuangan				

Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Berhubungan Dengan Toko (<i>Store Contact</i>)					
1	Saya selalu memastikan nomor kontak bank 9 jambi tersedia untuk mengatasi masalah atau pertanyaan				
2	Saya menghubungi bank 9 jambi melalui saluran yang mudah diakses, seperti telepon atau email				
3	Saya memanfaatkan layanan pelanggan bank 9 jambi untuk mendapatkan informasi produk atau kebijakan pengembalian				
Mencari Produk (<i>Product Contact</i>)					
4	Saya mencari produk dengan memanfaatkan fitur pencarian yang jelas dan mudah digunakan				
5	Saya menghubungi bank 9 jambi untuk memastikan ketersediaan produk yang saya inginkan				
6	Saya memeriksa deskripsi produk dengan teliti untuk memastikan sesuai dengan kebutuhan saya				
Transaksi (<i>Transaction</i>)					
7	Saya memastikan transaksi dilakukan dengan aman dan terpercaya				
8	Saya memeriksa detail transaksi sebelum melakukan pembayaran				
9	Saya menyimpan bukti transaksi untuk referensi atau pengembalian barang				

Lampiran 2

Hasil Kuisisioner Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Responden	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)									Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	
1	3	3	4	3	4	3	3	2	3	28
2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	32
5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
7	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
8	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
9	3	3	3	3	4	4	3	3	4	30
10	3	3	3	2	2	2	3	3	3	24
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
12	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
15	3	4	3	3	4	4	3	4	4	32
16	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
17	3	3	3	3	3	4	4	3	3	29
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19	4	3	3	3	3	2	4	4	3	29
20	3	3	3	4	2	4	4	3	4	30
21	3	4	4	4	3	3	3	3	4	31
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
23	3	3	3	4	4	4	3	3	4	31
24	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
27	4	4	3	1	4	3	3	3	4	29
28	4	3	3	4	4	2	4	4	4	32
29	4	4	3	1	3	4	3	4	4	30
30	4	3	3	4	4	3	3	3	3	30
31	4	4	3	3	4	4	3	4	3	32
32	4	3	4	4	4	3	4	3	4	33
33	3	3	4	3	4	4	4	4	3	32
34	3	4	3	1	3	4	3	4	3	28
35	3	3	3	1	3	3	3	3	3	25

Responden	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)									Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	
36	4	4	3	3	3	4	3	4	3	31
37	4	4	3	3	3	3	3	3	4	30
38	4	3	3	3	3	3	4	3	3	29
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
41	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
42	3	3	2	2	3	4	3	3	3	26
43	3	3	3	4	3	4	4	4	3	31
44	3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
46	2	3	3	1	2	3	4	4	4	26
47	3	3	3	1	4	3	4	3	3	27
48	3	3	3	1	3	4	4	3	3	27
49	4	3	3	3	4	3	4	3	3	30
50	3	3	3	3	4	3	3	4	4	30
51	4	3	4	3	3	4	3	3	4	31
52	3	3	4	3	2	2	2	2	2	23
53	4	3	3	4	4	4	3	3	4	32
54	3	3	3	3	4	4	3	4	4	31
55	3	4	3	4	4	4	3	3	4	32

Lampiran 3

Hasil Kuisisioner Literasi Keuangan (X1)

Responden	Literasi Keuangan (X1)												Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40
2	3	3	3	2	4	2	4	2	2	3	3	3	34
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	39
4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
8	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	44
9	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	42
10	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	35
11	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	33
12	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
13	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
14	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	35
15	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	43
16	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	40
17	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	35
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	38
19	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	36
20	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37
21	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	42
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
23	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	42
24	4	2	3	1	1	3	3	1	3	1	1	3	26
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
26	4	4	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	35
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
28	3	4	3	2	1	3	4	4	3	3	4	3	37
29	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	3	41
30	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	41
31	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	43
32	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	39
33	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	44
34	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	42
35	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
36	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	41

Responden	Literasi Keuangan (XI)												Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
37	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	40
38	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	39
39	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
40	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
41	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
42	4	4	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	36
43	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	36
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
45	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
46	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	33
47	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	42
48	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	43
49	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	42
50	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	41
51	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	41
52	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	38
53	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	40
54	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	40
55	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	41



Lampiran 4

Hasil Kuisisioner Kemudahan Layanan (X2)

Responden	Kemudahan Layanan (X2)												Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	38
2	2	2	3	3	2	2	4	4	3	2	2	3	32
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	38
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
9	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	42
10	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	30
11	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	34
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
14	2	2	2	3	2	3	4	3	3	4	2	2	32
15	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	44
16	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	41
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	38
18	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	42
19	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	38
20	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	38
21	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	42
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
23	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	41
24	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
27	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	43
28	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	4	35
29	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	41
30	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	43
31	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	39
32	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	43

Responden	Kemudahan Layanan (X2)												Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
33	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	43
34	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	42
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
36	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	41
37	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	41
38	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	38
39	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
42	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	39
43	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	35
44	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	41
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
46	3	3	4	3	3	2	2	4	4	3	4	3	38
47	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	43
48	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	40
49	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	40
50	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	40
51	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	43
52	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
53	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	39
54	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	42
55	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	41

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
 K E R I N C I

q9	Pearson	.202	.333*	.164	.246	.371**	.318*	.279*	.442**	1	.629**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.139	.013	.231	.071	.005	.018	.039	.001		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Tota l	Pearson	.604**	.601**	.483**	.629**	.655**	.493**	.508**	.614**	.629**	1
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha

N of Items

.740

9

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q8	Pearson Correlation	.071	.515*	.300*	.404*	.429*	.486*	.339*	1	.402*	.398*	.509*	.362*	.741*
	Sig. (2-tailed)	.606	.000	.026	.002	.001	.000	.011		.002	.003	.000	.007	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q9	Pearson Correlation	.079	.136	.288*	.245	.262	.566*	.326*	.402*	1	.303*	.369*	.481*	.620*
	Sig. (2-tailed)	.568	.324	.033	.071	.053	.000	.015	.002		.025	.006	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q10	Pearson Correlation	.006	.255	.217	.282*	.452*	.221	.298*	.398*	.303*	1	.489*	.403*	.632*
	Sig. (2-tailed)	.965	.061	.112	.037	.001	.104	.027	.003	.025		.000	.002	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q11	Pearson Correlation	.088	.365*	.360*	.308*	.402*	.266*	.531*	.509*	.369*	.489*	1	.375*	.715*
	Sig. (2-tailed)	.522	.006	.007	.022	.002	.049	.000	.000	.006	.000		.005	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q12	Pearson Correlation	.151	.365*	.154	.024	.109	.358*	.416*	.362*	.481*	.403*	.375*	1	.578*
	Sig. (2-tailed)	.270	.006	.261	.860	.428	.007	.002	.007	.000	.002	.005		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Skor	Pearson Correlation	.226	.554*	.533*	.570*	.656*	.624*	.615*	.741*	.620*	.632*	.715*	.578*	1
	Sig. (2-tailed)	.097	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	Sig. (2-tailed)	.324	.033	.071	.053	.000	.015	.002		.025	.006	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q10	Pearson Correlation	.255	.217	.282*	.452**	.221	.298*	.398**	.303*	1	.489**	.403**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.061	.112	.037	.001	.104	.027	.003	.025		.000	.002	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q11	Pearson Correlation	.365**	.360**	.308*	.402**	.266*	.531**	.509**	.369**	.489**	1	.375**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.006	.007	.022	.002	.049	.000	.000	.006	.000		.005	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q12	Pearson Correlation	.365**	.154	.024	.109	.358**	.416**	.362**	.481**	.403**	.375**	1	.572**
	Sig. (2-tailed)	.006	.261	.860	.428	.007	.002	.007	.000	.002	.005		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Skor	Pearson Correlation	.547**	.545**	.588**	.656**	.633**	.595**	.747**	.624**	.643**	.719**	.572**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KE

Uji Reliabilitas Literasi Keuangan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha

N of Items

.842

11

	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q8	Pearson Correlation	.440*	.224	.446*	.379*	.408*	.310*	.322*	1	.465*	.354*	.236	.225	.629*
	Sig. (2-tailed)	.001	.100	.001	.004	.002	.021	.017		.000	.008	.083	.098	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q9	Pearson Correlation	.300*	.281*	.372*	.293*	.522*	.376*	.409*	.465*	1	.321*	.368*	.104	.640*
	Sig. (2-tailed)	.026	.038	.005	.030	.000	.005	.002	.000		.017	.006	.449	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q10	Pearson Correlation	.298*	.268*	.291*	.354*	.442*	.452*	.298*	.354*	.321*	1	.261	.199	.593*
	Sig. (2-tailed)	.027	.048	.031	.008	.001	.001	.027	.008	.017		.054	.145	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q11	Pearson Correlation	.464*	.402*	.500*	.293*	.573*	.481*	.246	.236	.368*	.261	1	.490*	.706*
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.030	.000	.000	.071	.083	.006	.054		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
q12	Pearson Correlation	.288*	.438*	.322*	.285*	.221	.344*	.174	.225	.104	.199	.490*	1	.537*
	Sig. (2-tailed)	.033	.001	.016	.035	.106	.010	.204	.098	.449	.145	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Skor	Pearson Correlation	.690*	.612*	.639*	.550*	.752*	.728*	.508*	.629*	.640*	.593*	.706*	.537*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Kemudahan Layanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.864	12

Lampiran 8 Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11588971
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.063
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.847	2.804		2.799	.007
	Literasi Keuangan	.072	.113	.098	.640	.525
	Kemudahan Layanan	.484	.113	.658	4.293	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Lampiran 10 Uji t

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.847	2.804		2.799	.007	2.221	13.473		
	Literasi Keuangan	.072	.113	.098	.640	.525	-.154	.299	.372	2.691
	Kemudahan Layanan	.484	.113	.658	4.293	.000	.258	.710	.372	2.691

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Lampiran 11 Uji F

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	290.170	2	145.085	31.207	.000 ^b
	Residual	241.757	52	4.649		
	Total	531.927	54			

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Layanan, Literasi Keuangan

K E R I N C I

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : WAWAN FADLI
Tempat/Tanggal Lahir : Koto Kapeh / 02 Juni 2002
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Desa Koto Kapeh, Kec.Siulak, Kab.Kerinci.
Email : wawanfadli369@gmail.com
No Hp/WA : 082219741783

No	Pendidikan	Tahun
1.	SD NEGERI 187/III KOTO KAPEH	2008-2014
2.	SMP NEGERI 22 KERINCI	2014-2017
3.	SMA NEGERI 4 KERINCI	2017-2020
4.	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI	2021-Sekarang