

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH PADA MAHASISWA

Solehuddin Harahap¹, Martina Nofra Tilopa²,
Email : solehharahap04@gmail.com; norapanai2@gmail.com;

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah dan Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Penelitian dilakukan karena meningkatnya perkembangan layanan digital perbankan syariah yang perlu diimbangi dengan pemahaman dan kepercayaan masyarakat, khususnya mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, secara simultan literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Kepercayaan merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah.

Kata kunci: Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Minat menggunakan, Perbankan Syariah

Abstract

This study aims to analyse the influence of Islamic financial literacy, perceived ease of use, and trust on the interest in using Islamic banking products among students of the Islamic Economics and Islamic Banking programmes at Imam Bonjol State Islamic University Padang. The research was conducted due to the increasing development of digital Islamic banking services, which needs to be balanced with the understanding and trust of the community, particularly among students as part of Generation Z. The study employs a quantitative approach with explanatory research. Data were obtained through the distribution of questionnaires to 96 respondents using purposive sampling technique. Data analysis was conducted using descriptive statistics, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis with the aid of IBM SPSS Statistics. The results indicate that Islamic financial literacy and trust have a positive

and significant influence on the interest in using Islamic banking products, while perceived ease of use does not have a significant effect. Additionally, simultaneously, Islamic financial literacy, perceived ease of use, and trust significantly influence the interest in using Islamic banking products. Trust is the variable that exerts the most dominant influence on students' interest in using Islamic banking products.

Keywords: Islamic Financial Literacy, Perceived Ease of Use, Trust, Interest in Using, Islamic Banking

PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan perkembangan yang semakin positif dalam beberapa tahun terakhir, terutama setelah terbentuknya PT Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai hasil penggabungan beberapa bank syariah nasional. Transformasi tersebut tidak hanya meningkatkan daya saing industri, tetapi juga mendorong percepatan digitalisasi layanan keuangan syariah melalui berbagai inovasi, seperti BSI Mobile, yang mampu mengubah persepsi masyarakat terhadap layanan perbankan syariah menjadi lebih modern, praktis, dan kompetitif (Rahmah & Siregar, 2022). Kondisi tersebut didukung oleh pertumbuhan aset BSI yang mencapai Rp385 triliun pada kuartal I tahun 2025 atau meningkat sebesar 14,2% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Selain itu, pangsa pasar perbankan syariah nasional juga meningkat hingga mencapai 7,65% dengan total aset industri sekitar Rp920 triliun. Peningkatan tersebut diikuti oleh pertumbuhan transaksi digital BSI Mobile yang mencapai 350 juta transaksi hingga pertengahan tahun 2025, di mana sekitar 68% penggunaanya berasal dari kelompok Generasi Z dan Milenial. Data tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi salah satu pendorong utama perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia (Kontan, 2025; Antara News, 2025; Bisnis Indonesia, 2025).

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh bersama perkembangan teknologi digital sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya dalam menggunakan layanan keuangan. Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z cenderung menginginkan layanan perbankan yang mudah diakses, cepat, aman, serta mampu memberikan pengalaman penggunaan yang baik melalui aplikasi digital. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa sebagai salah satu segmen potensial bagi industri perbankan syariah, khususnya dalam pemanfaatan layanan mobile banking. Preferensi penggunaan layanan digital oleh mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh pengalaman penggunaan aplikasi yang mampu memberikan kenyamanan selama melakukan transaksi keuangan (Pratama et al., 2023).

Selain perkembangan teknologi, tingkat literasi keuangan syariah juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan penggunaan produk perbankan syariah. Literasi keuangan syariah tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memahami produk dan layanan perbankan syariah, tetapi juga mencakup pemahaman mengenai prinsip-prinsip syariah, seperti syirkah, mudharabah, larangan riba, serta mekanisme transaksi yang sesuai dengan ketentuan Islam. Semakin baik

pemahaman seseorang terhadap konsep tersebut, semakin besar kecenderungan individu untuk memilih produk keuangan syariah dibandingkan produk keuangan konvensional (Hidayat & Nur, 2022). Kondisi ini diperkuat oleh hasil Survei Nasional Literasi Keuangan Syariah Tahun 2025 yang menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah meningkat menjadi 32,4%. Meskipun mengalami peningkatan, angka tersebut masih menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat pemahaman masyarakat dengan tingkat pemanfaatan produk keuangan syariah sehingga edukasi keuangan syariah masih perlu terus ditingkatkan (CNBC Indonesia, 2025).

Selain literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan juga menjadi salah satu faktor yang sering digunakan untuk menjelaskan perilaku seseorang dalam menerima teknologi baru. Dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM), persepsi kemudahan merupakan keyakinan bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah tanpa membutuhkan usaha yang berlebihan. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, maka semakin besar peluang seseorang untuk mencoba dan memanfaatkannya dalam aktivitas sehari-hari. Pada konteks layanan mobile banking syariah, persepsi kemudahan menjadi pintu awal sebelum pengguna memanfaatkan berbagai fitur transaksi digital yang tersedia sehingga berpotensi meningkatkan minat menggunakan produk perbankan syariah (Lestari, 2024).

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kepercayaan. Industri perbankan merupakan industri yang sangat bergantung pada tingkat kepercayaan masyarakat karena berkaitan langsung dengan pengelolaan dana nasabah. Pada perbankan syariah, kepercayaan tidak hanya dibangun melalui keamanan sistem teknologi informasi, tetapi juga melalui keyakinan bahwa seluruh aktivitas operasional bank telah memenuhi prinsip syariah compliance, sehingga terbebas dari unsur riba, gharar, maupun praktik yang bertentangan dengan syariat Islam (Saputra & Handayani, 2023). Pentingnya aspek kepercayaan juga semakin meningkat seiring bertambahnya ancaman keamanan siber pada sektor keuangan. Sepanjang semester pertama tahun 2025, jumlah serangan siber pada industri finansial meningkat sekitar 12%, sehingga lembaga perbankan syariah terus memperkuat sistem keamanan digital untuk mempertahankan tingkat kepercayaan nasabah yang berada di atas 88% (Repositori Republika, 2025).

Meskipun berbagai penelitian mengenai minat menggunakan produk perbankan syariah telah banyak dilakukan, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa literasi keuangan syariah merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan minat menggunakan produk perbankan syariah, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan, khususnya ketika akses teknologi telah merata pada kelompok Generasi Z. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk melakukan pengujian kembali pada karakteristik responden yang berbeda sehingga diperlukan penelitian lanjutan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan produk perbankan syariah (Wijaya, 2023).

KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen menjelaskan bahwa minat (intention) merupakan faktor utama yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Minat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penggunaan produk perbankan syariah, minat mahasiswa untuk

menggunakan layanan perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh pengetahuan mengenai produk, keyakinan terhadap prinsip syariah, serta kemudahan dalam mengakses layanan yang tersedia. Dengan demikian, semakin positif persepsi mahasiswa terhadap produk perbankan syariah, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakannya. Penelitian ini menggunakan konsep TPB sebagai landasan dalam menjelaskan hubungan antara literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah.

Technology Acceptance Model (TAM)

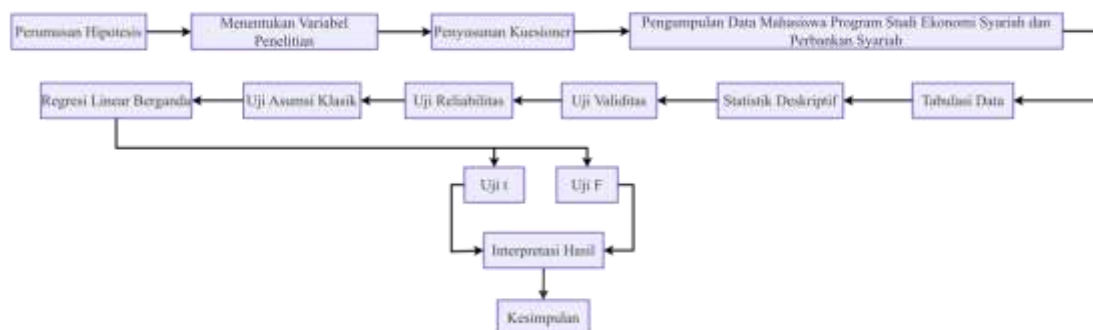
Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Persepsi kemudahan menggambarkan keyakinan pengguna bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Pada layanan mobile banking syariah, kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor awal yang mendorong pengguna untuk memanfaatkan berbagai fitur transaksi digital. Selain itu, tingkat literasi keuangan syariah membantu pengguna memahami manfaat produk yang ditawarkan, sedangkan kepercayaan terhadap keamanan sistem dan kepatuhan terhadap prinsip syariah memperkuat keputusan untuk menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, TAM menjadi teori yang relevan dalam menjelaskan perilaku mahasiswa terhadap penggunaan produk perbankan syariah (Lestari, 2024).

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan kausal antara variabel independen, yaitu literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap variabel dependen berupa minat menggunakan produk perbankan syariah. Pendekatan explanatory digunakan untuk menjelaskan arah hubungan dan besarnya pengaruh antarvariabel berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Melalui pendekatan ini, pengaruh masing-masing variabel dapat dianalisis secara objektif menggunakan pengujian statistik sehingga menghasilkan kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Utami & Setiawan, 2022).

Adapun alur penelitian yang dilakukan pada penelitian ini disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah dan Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik responden yang memiliki latar belakang akademik di bidang ekonomi dan keuangan syariah sehingga telah memperoleh pemahaman mengenai konsep ekonomi Islam, sistem operasional perbankan syariah, serta regulasi yang mengatur industri keuangan syariah selama proses pembelajaran. Karakteristik tersebut menjadikan mahasiswa kedua program studi memiliki pengetahuan yang relatif lebih baik mengenai produk dan layanan perbankan syariah dibandingkan masyarakat umum. Oleh karena itu, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah dan Program Studi Perbankan Syariah dinilai sebagai responden yang relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan produk perbankan syariah (Ramadhan, 2023).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Syariah dan Program Studi Perbankan Syariah pada Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang menjadi lokasi penelitian. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Syariah atau Program Studi Perbankan Syariah, memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait produk perbankan syariah, serta bersedia menjadi responden dengan mengisi kuesioner penelitian secara lengkap. Berdasarkan proses penyebaran dan pengumpulan kuesioner, diperoleh sebanyak 96 responden yang memenuhi seluruh kriteria tersebut sehingga seluruh data dinyatakan layak untuk digunakan dalam proses analisis statistik dan pengujian hipotesis penelitian.

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Kode	Jumlah Item
Literasi Keuangan Syariah	X1	6
Persepsi Kemudahan	X2	6
Kepercayaan	X3	6
Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah	Y	6

Total indikator yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 24 butir pernyataan yang terdiri atas enam indikator pada masing-masing variabel independen maupun variabel dependen.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha untuk memastikan bahwa seluruh instrumen penelitian valid dan reliabel sebelum digunakan dalam analisis lanjutan (Fitriani, 2024).

Selanjutnya dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi masing-masing indikator. Setelah itu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi persyaratan analisis sehingga hasil estimasi koefisien regresi dapat diinterpretasikan secara tepat. Model regresi dinyatakan memenuhi asumsi apabila data memenuhi kriteria normalitas, tidak terjadi multikolinearitas dengan nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10, serta tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas pada model regresi (Kusuma & Wardani, 2023).

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan syariah (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan kepercayaan (X_3), serta satu variabel dependen, yaitu minat menggunakan produk perbankan syariah (Y). Selanjutnya dilakukan uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Seluruh pengujian hipotesis dilakukan pada tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian. Statistik deskriptif meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Nilai rata-rata digunakan untuk mengetahui kecenderungan persepsi responden terhadap masing-masing variabel, sedangkan standar deviasi menunjukkan tingkat penyebaran jawaban responden.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan Syariah (X1)	96	1,00	5,00	4,09	0,75
Persepsi Kemudahan (X2)	96	1,00	5,00	4,06	0,77
Kepercayaan (X3)	96	2,00	5,00	4,14	0,75

Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y)	96	2,00	5,00	4,07	0,79
---	----	------	------	------	------

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata di atas 4,00 sehingga menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap seluruh konstruk penelitian. Variabel kepercayaan (X3) memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,14, yang menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap produk dan layanan perbankan syariah. Sementara itu, variabel persepsi kemudahan (X2) memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,06, meskipun masih berada pada kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa telah memiliki literasi keuangan syariah yang baik, menilai aplikasi perbankan syariah mudah digunakan, memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap bank syariah, serta menunjukkan minat yang tinggi untuk menggunakan produk perbankan syariah.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap indikator dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment antara skor setiap item dengan skor total variabel. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan koefisien korelasi memenuhi kriteria validitas (Fitriani, 2024).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	r hitung	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,794	<0,001	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	0,808	<0,001	Valid
Kepercayaan (X3)	0,815	<0,001	Valid
Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y)	0,848	<0,001	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3, seluruh instrume memiliki nilai koefisien korelasi yang tinggi dengan instrum signifikansi di bawah 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen mampu mengukur konstruk yang diteliti secara tepat sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrument penelitian dalam mengukur instrument yang diteliti. Pengujian menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan

kriteria instrument dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Fitriani, 2024).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
0,975	24	Sangat Reliabel

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,975 pada 24 butir pernyataan. Nilai tersebut jauh melebihi batas minimum sebesar 0,60, sehingga menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi. Dengan demikian, seluruh indikator dalam kuesioner dinyatakan sangat reliabel dan mampu menghasilkan data yang konsisten untuk digunakan dalam proses analisis statistik serta pengujian hipotesis.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan statistik. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi linear berganda. Pengujian dilakukan menggunakan metode **Kolmogorov-Smirnov** dan **Shapiro-Wilk** terhadap data masing-masing variabel penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov Sig.	Shapiro-Wilk Sig.
Literasi Keuangan Syariah (X1)	<0,001	<0,001
Persepsi Kemudahan (X2)	<0,001	<0,001
Kepercayaan (X3)	<0,001	<0,001
Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y)	<0,001	<0,001

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 pada uji Kolmogorov-Smirnov maupun Shapiro-Wilk sehingga secara statistik distribusi data tidak sepenuhnya mengikuti distribusi normal. Namun demikian, penelitian ini menggunakan jumlah responden sebanyak 96 orang sehingga termasuk kategori sampel yang relatif besar. Dalam analisis regresi linear, ukuran sampel yang memadai menyebabkan estimasi parameter tetap bersifat robust terhadap penyimpangan normalitas berdasarkan prinsip Central Limit Theorem (CLT). Oleh karena itu, analisis regresi linear berganda tetap dapat dilanjutkan dengan tetap memperhatikan hasil pengujian asumsi lainnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

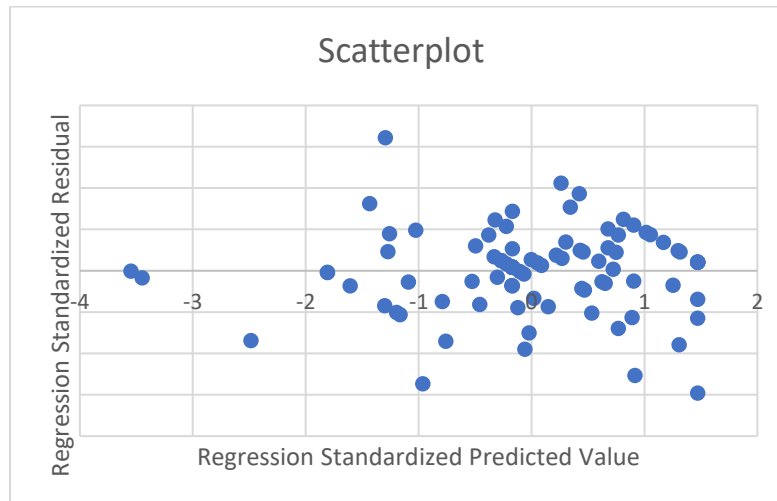
Variabel	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,279	3,586
Persepsi Kemudahan (X2)	0,210	4,753
Kepercayaan (X3)	0,270	3,707

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 6, seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang tinggi antarvariabel independen sehingga model regresi bebas dari gejala multikolinearitas. Dengan demikian, seluruh variabel independen dapat digunakan secara bersama-sama dalam analisis regresi linear berganda.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan Scatterplot antara nilai *Standardized Predicted Value* dengan *Standardized Residual*.



Gambar 2. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

(Masukkan gambar Scatterplot hasil output SPSS di sini.)

Berdasarkan Gambar 2, titik-titik residual terlihat menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu horizontal (nilai nol) serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut, bergelombang, maupun pola yang teratur. Penyebaran titik yang acak tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas pada model regresi telah terpenuhi sehingga model layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear. Pengujian linearitas dilakukan sebelum analisis regresi untuk memastikan bahwa model regresi linear berganda sesuai digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian linearitas menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics, hubungan antara variabel literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah menunjukkan kecenderungan hubungan yang linear. Oleh karena itu, model regresi linear berganda dinilai sesuai untuk digunakan dalam menguji pengaruh antarvariabel pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh literasi keuangan syariah (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan kepercayaan (X_3) terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah (Y). Sebelum menginterpretasikan koefisien regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian kelayakan model melalui uji simultan (ANOVA).

Tabel 7. Hasil Uji Kelayakan Model (ANOVA)

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1155,577	3	385,192	78,824	<0,001
Residual	449,580	92	4,887		
Total	1605,156	95			

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai F hitung sebesar 78,824 dengan tingkat signifikansi <0,001. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan demikian, model regresi linear berganda dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

Selanjutnya, hasil analisis koefisien regresi linear berganda disajikan pada Tabel

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Beta	t	Sig.
Konstanta	0,942	-	0,608	0,545
Literasi Keuangan Syariah (X₁)	0,352	0,324	3,104	0,003
Persepsi Kemudahan (X₂)	0,190	0,185	1,536	0,128
Kepercayaan (X₃)	0,412	0,395	3,722	<0,001

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen bernilai konstan, maka nilai minat menggunakan produk perbankan syariah sebesar 0,942. Koefisien regresi variabel literasi keuangan syariah sebesar 0,352 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan literasi keuangan syariah akan meningkatkan minat menggunakan produk perbankan syariah sebesar 0,352, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi persepsi kemudahan sebesar 0,190 menunjukkan bahwa peningkatan persepsi kemudahan cenderung meningkatkan minat sebesar 0,190, meskipun pengaruh tersebut perlu dibuktikan melalui uji signifikansi. Sementara itu, koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,412 menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap perbankan syariah, maka minat menggunakan produk perbankan syariah akan meningkat sebesar 0,412, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Hipotesis pertama menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,003, yaitu lebih kecil dari 0,05. Dengan

demikian, H_1 diterima, sehingga literasi keuangan syariah terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Hasil ini sejalan dengan penelitian Fadlan (2024) yang menyatakan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah akan meningkatkan kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,128, yaitu lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, H_2 ditolak, sehingga persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi bukan lagi menjadi faktor pembeda bagi mahasiswa Generasi Z karena layanan digital telah menjadi standar yang hampir dimiliki oleh seluruh aplikasi perbankan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sari dan Rohman (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan atribut dasar (*basic requirement*) sehingga tidak selalu menjadi penentu utama dalam meningkatkan minat penggunaan layanan digital.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi $<0,001$, sehingga H_3 diterima. Selain signifikan, variabel kepercayaan juga memiliki nilai Standardized Beta tertinggi sebesar 0,395, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Hasil tersebut mendukung penelitian Anwar (2022) yang menyatakan bahwa industri perbankan merupakan *business of trust*, sehingga tingkat kepercayaan menjadi faktor utama dalam memengaruhi keputusan masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.

Hipotesis keempat menyatakan bahwa literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi $<0,001$, sehingga H_4 diterima. Dengan demikian, ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Hasil ini memperkuat penelitian Gunawan (2023) yang menyatakan bahwa kombinasi beberapa faktor perilaku konsumen mampu menjelaskan variasi minat menggunakan produk keuangan syariah secara lebih komprehensif dibandingkan hanya menggunakan satu variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman mahasiswa mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah, mekanisme operasional bank syariah, serta manfaat produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakan produk tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak hanya meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memahami produk,

tetapi juga membentuk keyakinan dalam mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Berbeda dengan literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi perbankan digital telah menjadi fitur yang dianggap umum oleh mahasiswa sebagai kelompok Generasi Z. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam menentukan pilihan menggunakan produk perbankan syariah. Mahasiswa cenderung mempertimbangkan faktor lain yang memiliki nilai tambah, seperti keamanan transaksi, kredibilitas institusi, maupun kesesuaian layanan dengan prinsip syariah.

Sementara itu, kepercayaan terbukti menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih mempertimbangkan aspek keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, kredibilitas lembaga, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dibandingkan sekadar kemudahan penggunaan aplikasi. Tingginya tingkat kepercayaan akan meningkatkan keyakinan mahasiswa untuk menyimpan dana, melakukan transaksi, serta memanfaatkan berbagai layanan yang disediakan oleh bank syariah.

Secara simultan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan kepercayaan mampu menjelaskan variasi minat mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan mahasiswa tidak dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil interaksi berbagai aspek kognitif, teknologi, dan psikologis. Oleh karena itu, strategi pengembangan perbankan syariah sebaiknya tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas aplikasi digital, tetapi juga memperkuat program edukasi keuangan syariah, meningkatkan keamanan sistem informasi, serta menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah agar mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai generasi pengguna layanan keuangan digital di masa mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah dan kepercayaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman mahasiswa mengenai konsep, prinsip, dan produk keuangan syariah, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah. Selain itu, kepercayaan terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat mahasiswa, yang menunjukkan bahwa aspek keamanan transaksi, kredibilitas lembaga, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah merupakan pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan penggunaan produk perbankan syariah. Sebaliknya, persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap

minat menggunakan produk perbankan syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa bagi mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z, kemudahan penggunaan aplikasi digital telah menjadi standar layanan yang diharapkan sehingga bukan lagi menjadi faktor pembeda dalam menentukan pilihan.

Secara simultan, literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, sehingga model penelitian mampu menjelaskan hubungan antarvariabel dengan baik. Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi perbankan syariah untuk terus meningkatkan program edukasi literasi keuangan syariah, memperkuat keamanan sistem informasi, serta menjaga kualitas layanan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah guna meningkatkan kepercayaan nasabah, khususnya di kalangan mahasiswa. Di sisi lain, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan responden dari satu Universitas Islam Negeri dengan jumlah sampel yang relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden dari berbagai perguruan tinggi dan mempertimbangkan penggunaan pendekatan analisis yang lebih komprehensif, seperti Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS), sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai hubungan antarvariabel dan kemungkinan adanya variabel mediasi maupun moderasi dalam model penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Antara News. (2025, Mei 18). *OJK: Pangsa pasar perbankan syariah Indonesia lewati angka 7,5%*. AntaraNews.com. <https://www.antaranews.com>
- Anwar, C. (2022). Kepercayaan sebagai variabel paling dominan dalam retensi nasabah bank syariah. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Islam*, 10(2), 145–158. <https://doi.org/10.24042/jpki.v10i2.1102>
- Bisnis Indonesia. (2025, Juni 10). *Transaksi mobile banking BSI meroket 45% di kalangan anak muda*. Bisnis.com. <https://www.bisnis.com>
- CNBC Indonesia. (2025, April 22). *Survei nasional literasi inklusi keuangan syariah 2025 menunjukkan kenaikan*. CNBCIndonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com>
- Fadlan, M. (2024). Analisis dampak literasi finansial terhadap keputusan mahasiswa bertransaksi syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 89–101. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.1204>
- Fitriani, A. (2024). Aplikasi regresi linear berganda dalam pengujian validitas dan reliabilitas instrumen finansial. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 12(2), 211–225. <https://doi.org/10.17509/jrak.v12i2.2401>
- Gunawan, I. (2023). Uji simultan (F-Test) dalam model perilaku konsumen terhadap perbankan islam. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 7(2), 75–88. <https://doi.org/10.30983/es.v7i2.654>
- Hermawan, R. (2024). Implikasi strategis hasil riset perbankan syariah bagi kurikulum perguruan tinggi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Syariah*, 8(1), 45–59.

- <https://doi.org/10.21043/jpes.v8i1.1890>
- Hidayat, A., & Nur, S. (2022). Literasi keuangan syariah dan relevansinya terhadap minat menabung mahasiswa ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 8(1), 112–126. <https://doi.org/10.20473/jebis.v8i1.3210>
- Kontan. (2025, Februari 27). *Kinerja aset BSI tembus rekor baru di awal tahun 2025*. Kontan.co.id. <https://www.kontan.co.id>
- Kusuma, T., & Wardani, K. (2023). Deteksi asumsi klasik pada model regresi minat adopsi fintech syariah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer*, 6(3), 301–315. <https://doi.org/10.29407/jakk.v6i3.1988>
- Lestari, W. (2024). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) pada aplikasi bank syariah untuk mahasiswa. *Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 177–192. <https://doi.org/10.21111/sebi.v5i2.990>
- Pratama, Y., Hidayah, N., & Zubaidah, S. (2023). Generasi Z dan preferensi penggunaan mobile banking pada bank syariah. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 20(1), 55–68. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.1.55>
- Rahmah, S., & Siregar, H. (2022). Analisis pertumbuhan aset dan layanan digital perbankan syariah pasca merger BSI. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 8(3), 890–902. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.890>
- Ramadhan, A. (2023). Analisis perilaku konsumen mahasiswa perguruan tinggi islam negeri. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 5(2), 140–152. <https://doi.org/10.32678/jkei.v5i2.812>
- Republika. (2025, Juli 04). *Isu keamanan siber finansial 2025: Kepercayaan nasabah jadi taruhan utama*. Republika.co.id. <https://www.republika.co.id>
- Saputra, D., & Handayani, T. (2023). Faktor kepercayaan dan kepatuhan syariah (shariah compliance) dalam memilih bank islam. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial*, 11(2), 245–259. <https://doi.org/10.35837/subs.v11i2.1432>
- Sari, M., & Rohman, F. (2023). Mengapa kemudahan aplikasi tidak selalu meningkatkan minat? Studi kasus mahasiswa digital. *Jurnal Riset Manajemen Finansial*, 9(4), 412–424. <https://doi.org/10.26623/jrmf.v9i4.5643>
- Utami, P., & Setiawan, B. (2022). Metode penelitian kuantitatif untuk manajemen dan akuntansi syariah. *Jurnal Metodologi Riset Terapan*, 4(1), 22–36. <https://doi.org/10.21009/jmrt.04103>
- Wijaya, K. (2023). Determinasi minat mahasiswa perbankan syariah: Sebuah kajian research gap. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 10(1), 13–28. <https://doi.org/10.14421/jdes.v10i1.3411>