

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzi dan Indri Murniawaty, Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah, *Economic Education Analysis Journal*, vol.9, No. 2 (2020): h. 476
- Ajzen, Icek. The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 1991, 50.2: 179-211
- Amruddin dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Sukoharjo: Penerbit Pradika Pustaka, 2022), hal.75
- Anisa Nora Br Sinulingga dan Sihotang Tamanda Hengki, *Prilaku Konsumen Strategi dan Teori*.
- Ardhansyah Putra dan Saraswati Dwi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Surabaya, Cv Jakad Media Publishing, 2020), hal.21
- Arief Furchan, Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), 295.
- Aulia Nuradyta Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah *Islamic Mini Bank* Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, Vol 7, No 8 (2019).
- Chotifah, Yuliana Siti. Peningkatan minat menabung di bank syariah melalui program office channeling. 2018.
- Darma Budi, *Statistika Penelitian (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)*, (Guepedia) Ha.17
- Emil Salim dkk, *Oprasional Minat Mengunjungi Destinasi Wisata*, (Padang: Cv: Gita lentera, 2023), hal.49
- Harish Muhammad Ramadhani, Mira Rahmi, dan Muhammad Anwar Fathoni, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank," *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, vol 2, No. 2(2021): h. 693

- Haryanto dan Helena Ras Ulina Sembiring, *Membangun Pribadi Prima Dalam Pelayanan Publik*, (MNC Publishing, 2021), hal. 1
- Hidayat Aziz Alimul, *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Validitas-Reabilitas*, (Surabaya: Health Books Publishing, 2021) Cet. Ke1 , Hal. 12
- Imam Santoso dan Sa'diyah El Adawiyah, *Branding Islam Dan Religiusitas Individu Pada Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah*, *Journal of Business and Entrepreneurship*, vol.2, No 1 (2019): h. 5.
- Jimmy Hasoloan, *Pengantar Ilmu Ekonomi (PIE)*, (Yogyakarta: Deepublish, cet.pertama 2010), hal. 26
- Juhana Nasrudin, "Metode Penelitian Pendidikan (Buku Ajar Praktis Cara Membuat Penelitian)", (Bandung : PT. Panca Terra Firma, 2019), h. 7
- Jumal Ahmad, *Religiusitas Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), Hal.14
- Masurru Lasimaya dkk, *Ekonomi dan Bisnis Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*, (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022), hal.98
- Muhammad taufik El Ikhwan, *Tingkat Literasi Keuangan Sayriah Generasi Muda Terhadap Perbankan Syariah*, (Medan: BY PASS, 2022), hal.29.
- Musfar Tengku Firli, *Buku Ajar MAnajemen Pemasaran*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), hal.13
- Nasrullah, Muhammad. Islamic Branding, Religiusitas dan keputusan konsumen terhadap produk. *Jurnal hukum Islam*, 2015, 13.2: 79-87.
- Nendika Dyah Ayu Murika Sari dkk, *Manajemen Praktik Kedokteran Gigi*, (Surakarta: Muhammad Universitas Press dan Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022), hal.134

- Purnamawati Setyo Puji dan Luqman Hakim, “Peran *Gender* sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Bank Syariah,” *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, Vol, 9No. 1 (2021).
- Purnomo Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: CV Wade Group, 2017) Cet. Ke 3, hal. 89
- Putri, I. R., & Tasman, A. Pengaruh Financial Literacy dan Income terhadap Personal Financial Management Behavior pada Generasi Millennial Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(1), 151–160. 2019.
- Sudrajat Endang dkk, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, (Bogor: SYAMIL QUR'AN, 2007) h. 100
- Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2011), h. 64
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*.
- Suparman dkk, *Dinamika Psikologi Pendidikan Islam*, (Wade Group, 2020), hal.339
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015),h.16.

LAMPIRAN - LAMPIRAN

1. Data Tabulasi

2. Foto penyebaran kuesioner



3. Isi kuesioner

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir, saya Fariz Alhamdi Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sedang melakukan penelitian yang berjudul " Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah, Dan *Islamic Branding* Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah " sehubungan dengan itu, saya memohon bantuan dari saudara/i dalam meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Mengingat sangat pentingnya data ini, saya harap dapat diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari saudara/i dapat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Nama Lengkap *

Teks jawaban singkat

NIM *

Teks jawaban singkat

Kelas *

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

☐ Laki - Laki

☐ Perempuan

Setelah bagian 1 Lanjutkan ke bagian berikut

RELIGIUSITAS (X1)

Keterangan Pilihan

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
 2. Tidak Setuju (TS) = 2
 3. Netral (N) = 3
 4. Setuju (S) = 4
 5. Sangat Setuju (SS) = 5

1. Seorang muslim yang baik mempercayai bahwa tiada Tuhan selain Allah SWT *

☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)

☐ 2. Tidak Setuju (TS)

☐ 3. Netral (N)

☐ 4. Setuju (S)

☐ 5. Sangat Setuju (SS)

2. Seorang muslim yang baik mempercayai Al-Quran sebagai kitab suci penyempurna kitab sebelumnya dan sebagai pedoman hidup umat muslim *

☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)

☐ 2. Tidak Setuju (TS)

☐ 3. Netral (N)

☐ 4. Setuju (S)

☐ 5. Sangat Setuju (SS)

3. Seorang muslim yang baik selalu menunaikan sholat 5 waktu dengan khusyu *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

4. Seorang muslim yang baik selalu menunaikan/mengeluarkan zakat fitrah ketika berada di bulan Ramadhan *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

5. Mengamalkan ajaran Al-Quran membuat hidup menjadi aman dan tentram *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

6. Al-Quran harus selalu diawali sebagai pedoman hidup *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

7. Mengikuti kajian dan mendatangi majelis taklim merupakan bentuk penambahan wawasan diri untuk mengamalkan nilai yang ada di dalam Al-Quran *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

8. Seorang muslim yang baik selalu mencari informasi tambahan mengenai pengetahuan ajaran Islam melalui siaran TV, radio ataupun sosial media *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)

☐ 5. Sangat Setuju (SS)

9. Seorang muslim yang baik selalu mengamalkan 4 sifat wajib rasul yaitu, sidiq, amanah, tabligh dan fatanah dalam menjalankan kehidupan *

☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)

☐ 2. Tidak Setuju (TS)

☐ 3. Netral (N)

☐ 4. Setuju (S)

☐ 5. Sangat Setuju (SS)

10. Umat muslim yang baik selalu menerapkan prinsip tolong-menolong dalam kehidupan *

☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)

☐ 2. Tidak Setuju (TS)

☐ 3. Netral (N)

☐ 4. Setuju (S)

☐ 5. Sangat Setuju (SS)

Setelah bagian 2 Lanjutkan ke bagian berikut

14. Seseorang meminjam uang hanya ketika benar-benar membutuhkannya *

☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)

☐ 2. Tidak Setuju (TS)

☐ 3. Netral (N)

☐ 4. Setuju (S)

☐ 5. Sangat Setuju (SS)

15. Jaminan asuransi yang paling bermanfaat untuk saat ini akan menjadi tabungan/investasi di masa yang akan datang *

☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)

☐ 2. Tidak Setuju (TS)

☐ 3. Netral (N)

☐ 4. Setuju (S)

☐ 5. Sangat Setuju (SS)

16. Meningkatkan nilai uang dan terhindar dari inflasi merupakan manfaat utama yang menjadi motif seseorang untuk berinvestasi *

☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)

☐ 2. Tidak Setuju (TS)

☐ 3. Netral (N)

☐ 4. Setuju (S)

☐ 5. Sangat Setuju (SS)

17. Investasi membuat saya lebih siap untuk menghadapi masa depan yang lebih baik *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

Setelah bagian 3 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 4 dari 5

ISLAMIC BRANDING (X3)

Deskripsi (opsional)

18. Identitas halal yang terdapat pada suatu produk/jasa sesuai dengan syaria Islam merupakan bagian dari *Islamic Branding* *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

19. Label halal dalam produk menjadi pertimbangan utama saya dalam melakukan pembelian *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

20. Tingkat kepercayaan kehalalan suatu produk dapat dilihat dari proses produksinya berdasarkan negara, seperti Arab Saudi *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

21. Saya mempercayai kehalalan produk Indonesia dengan mayoritas umat muslim sebagai pertimbangannya *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)

22. MUI dipercaya untuk menjamin kehalalan produk yang dikonsumsi manusia berdasarkan fatwa yang telah ditetapkan *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

23. Label halal dalam produk diperuntukan untuk seluruh umat manusia, khususnya umat muslim *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

Setelah bagian 4 Lanjutkan ke bagian berikut

24. Saya memilih Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan yang dipercayai *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

25. Saya memilih untuk menggunakan produk perbankan syariah dibandingkan perbankan konvensional, karena Bank Syariah dinilai lebih banyak manfaatnya *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

26. Saya menginformasikan kepada teman bahwa produk Bank Syariah lebih baik dibandingkan lembaga keuangan lainnya *

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

27. Saya merekomendasikan teman untuk bergabung menjadi nasabah Bank Syariah

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

28. Saya meyakini diri saya untuk selalu menggunakan jasa pelayanan Bank Syariah dikarenakan sesuai dengan syariat Islam

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

29. Saya meyakini bahwa produk yang dikeluarkan Bank Syariah adalah produk yang unggul dimasa yang akan datang

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)

- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

30. Saya mencari referensi terlebih dahulu mengenai produk Bank Syariah yang akan saya pilih

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

31. Setelah saya mendapatkan informasi, Bank Syariah terlihat lebih baik dibandingkan dengan lembaga keuangan lain

- ☐ 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- ☐ 2. Tidak Setuju (TS)
- ☐ 3. Netral (N)
- ☐ 4. Setuju (S)
- ☐ 5. Sangat Setuju (SS)

4. Hasil Uji SPSS

a. Uji validitas X1

Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL.X1
	Pearson Correlation	1	0.514**	0.338**	0.501**	0.149	0.410**	-0.118	0.121	0.299*	0.266*	0.498**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.008	0.000	0.255	0.001	0.371	0.359	0.020	0.040	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	0.514**	1	0.687**	0.834**	0.626**	0.777**	0.243	0.389**	0.716**	0.557**	0.828**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.061	0.002	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	0.338**	0.687**	1	0.760**	0.639**	0.803**	0.319*	0.409**	0.655**	0.651**	0.815**
	Sig. (2-tailed)	0.008	0.000		0.000	0.000	0.000	0.013	0.001	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	0.501**	0.834**	0.760**	1	0.650**	0.873**	0.321*	0.481**	0.674**	0.702**	0.903**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.012	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	0.149	0.626**	0.639**	0.650**	1	0.815**	0.549**	0.441**	0.564**	0.575**	0.771**
	Sig. (2-tailed)	0.255	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.6	Pearson Correlation	0.410**	0.777**	0.803**	0.873**	0.815**	1	0.309*	0.419**	0.651**	0.690**	0.884**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000		0.016	0.001	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.7	Pearson Correlation	-0.118	0.243	0.319*	0.321*	0.549**	0.309*	1	0.661**	0.472**	0.452**	0.546**
	Sig. (2-tailed)	0.371	0.061	0.013	0.012	0.000	0.016		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.8	Pearson Correlation	0.121	0.389**	0.409**	0.481**	0.441**	0.419**	0.661**	1	0.546**	0.631**	0.690**
	Sig. (2-tailed)	0.359	0.002	0.001	0.000	0.000	0.001	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.9	Pearson Correlation	0.299*	0.716**	0.655**	0.674**	0.564**	0.651**	0.472**	0.546**	1	0.571**	0.803**
	Sig. (2-tailed)	0.020	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.10	Pearson Correlation	0.266*	0.557**	0.651**	0.702**	0.575**	0.690**	0.452**	0.631**	0.571**	1	0.809**
	Sig. (2-tailed)	0.040	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL .X1	Pearson Correlation	0.498**	0.828**	0.815**	0.903**	0.771**	0.884**	0.546**	0.690**	0.803**	0.809**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

