



## **Pengaruh Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Keuangan Syariah dengan Mediasi Literasi Keuangan Syariah**

**Muria Indah Nur Rochmawati B.S.<sup>1</sup>, Wiwik Lestari<sup>2</sup>**

<sup>1&2</sup> Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Kota Surabaya

*e-mail*: 2020710132@student.perbanas.ac.id<sup>1</sup>, wiwiek@perbanas.ac.id<sup>2</sup>

**Abstrak** : Pertumbuhan produk keuangan syariah di Indonesia cukup menarik perhatian, hal tersebut karena niat membeli produk keuangan syariah masyarakat Indonesia yang relatif rendah. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap niat membeli produk keuangan syariah dengan mediasi literasi keuangan syariah. Metode penelitian menggunakan survei dengan pendekatan kuantitatif. Subyek penelitian ini merupakan masyarakat Jawa Timur yang beragama Islam dan sudah berpendapatan. Sampel yang digunakan sebanyak 346 responden, dengan teknik *non-probability* dalam mengambil sampel. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli produk keuangan syariah. Literasi keuangan syariah secara signifikan memediasi pengaruh religiusitas terhadap niat beli produk keuangan syariah. Tetapi pengaruh langsung religiusitas terhadap niat beli lebih tinggi daripada melalui mediasi literasi keuangan syariah. Keterbatasan dalam penelitian ini terdapat pada sampel yang kurang merata di wilayah Jawa Timur.

**Kata Kunci**: Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah, Niat Membeli, Produk Keuangan Syariah

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan produk keuangan syariah di Indonesia cukup menarik perhatian, hal tersebut karena niat membeli produk keuangan syariah masyarakat Indonesia yang relatif rendah. Hasil observasi OJK pada 2021 tentang aset keuangan syariah dapat menunjukkan niat membeli produk keuangan syariah yang kecil dibandingkan jumlah masyarakat Islam di Indonesia.

Dari data hasil observasi Otoritas Jasa Keuangan (2021), laporan perkembangan keuangan syariah 2021 mencatat dari keseluruhan aset keuangan nasional, total aset keuangan syariah hanya 10,16%, sedangkan persentase masyarakat muslim di Indonesia yang berjumlah 87,2% (Mustofa et al., 2022). Dari perbandingan tersebut menunjukkan bahwa niat membeli produk keuangan syariah di Indonesia masih tergolong rendah dan tidak sesuai dengan jumlah masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Niat beli atau intensi juga didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek secara umum berdasarkan kesesuaian motif dan atribut atau karakteristik dari merek tersebut (Efendi, 2020).

Dalam agama Islam salah satu dasar tumbuh kembang seseorang dapat dilihat dari religiusitas. Pada dasarnya seseorang yang beragama Islam jika telah menjadikan agamanya sebagai pedoman hidup yang akan menjalankan sesuatu dengan hati-hati dalam membuat keputusan membeli sebuah produk. Seorang muslim dituntut untuk selalu patuh pada ajaran agama Islam, seperti menggunakan produk keuangan yang bebas dari adanya riba/bunga yang terdapat pada QS. Al-Baqarah Ayat 278.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ  
الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang mukmin”. (QS. Al-Baqarah: 278)

Dengan aturan yang tertulis pada Al-Quran dan hadis mampu mendorong niat membeli masyarakat muslim untuk menggunakan produk keuangan syariah. Dari paparan di atas dapat diartikan bahwa religiusitas memiliki keterkaitan dengan produk keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam yaitu produk keuangan syariah. Religiusitas adalah suatu simbol keyakinan seseorang dalam mengetahui, memahami dan meyakini pokok ajaran dan keilmuan dalam agama Islam untuk diterapkan pada kehidupan sosialnya {Formatting Citation}. Namun, agama saja tidak dapat digunakan sebagai salah satu faktor untuk mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan produk keuangan syariah (Triuspitorini, 2019). Terdapat beberapa pertimbangan yang memungkinkan akan mempengaruhi interaksi publik dengan lembaga keuangan syariah sehingga dapat menentukan niat pembelian. Budi & Sekaryuni (2020) menjelaskan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi niat pembelian produk keuangan syariah yaitu religiusitas dan literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah merupakan pemahaman mengenai produk keuangan syariah yakni mengenal dengan baik produk serta jasa keuangan syariah dan bisa memengaruhi perilaku seseorang untuk memutuskan hal yang berkaitan dengan keuangan berdasarkan prinsip syariah (Puspitasari et al., 2021). Literasi keuangan syariah menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi niat membeli

masyarakat untuk menggunakan produk keuangan syariah dengan tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki oleh tiap individu. Karena itu, hubungan religiusitas dapat terbentuk dalam meningkatkan literasi keuangan syariah sehingga orang lebih tertarik untuk membeli produk keuangan syariah.

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai studi telah menguji pengaruh religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap niat membeli produk keuangan syariah. Penelitian yang dilakukan Viki et al. (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat berinvestasi produk keuangan syariah yaitu pasar modal. Sedangkan menurut Yuniawati & Asiyah (2022) dalam penelitiannya menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi di pasar modal. Selain itu, penelitian Yanti & Ridayanti (2022) menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi di saham syariah. Sedangkan dalam penelitian Nabila & Kusnadi (2020) menunjukkan hasil yang berbeda, dalam penelitiannya religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Dengan demikian hal tersebut perlu diteliti lagi.

Berdasarkan permasalahan dan gap riset yang ditemukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Keuangan Syariah pada Masyarakat Jawa Timur. Sehingga, keterbaruan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni menggunakan variabel mediasi berupa literasi keuangan syariah, selain itu terletak pada waktu dan lokasi penelitian yang berdeda.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Niat Membeli

Peter dan Olson (2014) mendefinisikan niat membeli sebagai suatu rencana untuk melakukan suatu perilaku tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Keinginan untuk berperilaku diciptakan melalui proses pilihan atau keputusan, yaitu keyakinan tentang dua jenis konsekuensi yang diperhitungkan dan diintegrasikan untuk mengevaluasi suatu alternatif perilaku dan memilih salah satu. Salah satu rencana tersebut dapat diwujudkan melalui niat untuk membeli. Berdasarkan paparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa niat membeli yaitu keinginan untuk membeli guna mendapatkan barang yang diinginkan.

Semua tindakan yang dilakukan oleh manusia itu tergantung dari niatnya, jika seorang muslim ingin patuh terhadap agamanya, maka ia akan memiliki niat untuk menggunakan produk keuangan syariah. Hal tersebut dijelaskan dalam hadis sebagai berikut:

إنما الأعمال بالنيات ولكل امرئ ما نوى (رواه

البخاري ومسلم)

Artinya: "Sesungguhnya segala perbuatan itu bergantung pada niatnya, dan setiap orang akan mendapatkan apa yang diniatkannya" (HR. Bukhari Muslim).

Niat membeli diidentifikasi oleh Schiffman & Kanuk (2018) menjadi empat aspek utama yaitu tertarik mencari informasi, pertimbangan pembelian, tertarik untuk mencoba, ingin memiliki suatu produk.

### Religiusitas

Religiusitas adalah suatu simbol keyakinan seseorang dalam mengetahui, memahami dan meyakini pokok ajaran dan keilmuan dalam agama Islam untuk diterapkan pada kehidupan sosialnya.

Dalam Islam jika seseorang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keimanannya maka orang tersebut akan cenderung untuk berpikir berulang kali sebelum melakukan tindakan yang dilarang oleh Islam seperti menggunakan produk keuangan yang mengandung riba, *gharar*, dan *maysir*, sebagaimana yang tertulis dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ



Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu". (QS. Al-Baqarah: 208)

Glock dan Stark dalam El-Menouar (2014) mengelompokkan religiusitas dalam lima dimensi yaitu Dimensi *Ideologis* (keyakinan), Dimensi *Ritualistik* (praktik), Dimensi *Eksperiensial* (pengalaman), Dimensi *Intelektual* (pengetahuan), dan Dimensi *Pengamalan* (konsekuensi). Menurut Fauzi (2020) Islam dikenal dengan konsep menyeluruh (*kaffah*) sehingga kelima dimensi tersebut saling berkesinambungan.

### Literasi Keuangan

Nurrohmah & Purbayati (2020) Mengartikan literasi keuangan syariah sebagai pemahaman atau pengetahuan mengenai produk keuangan syariah. Dengan seseorang memiliki literasi keuangan syariah yang baik, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan untuk membeli produk keuangan syariah.

Dalam Islam dijelaskan bahwa seseorang harus mempunyai pengetahuan keuangan yang baik atau disebut juga dengan pengetahuan

keuangan yang tinggi, sebagaimana tercantum dalam hadis berikut:

أَفْضَلُ النَّاسِ الْمُؤْمِنُ الْعَالِمُ الَّذِي إِنْ احتِيجَ إِلَيْهِ نَفَعَ وَإِنْ استُغْنِيَ عَنْهُ أَغْنَى نَفْسَهُ (رواه البيهقي)

Artinya: "Seutama-utamanya manusia adalah seorang mukmin yang berilmu. Jika ia dibutuhkan, maka ia memberi manfaat. Dan jika ia dibutuhkan maka ia dapat memberi manfaat pada dirinya sendiri" (HR. Al-baihaqi).

Menurut Antara et al. (2017) tingkat literasi keuangan syariah dapat diukur menggunakan 4 indikator, di antaranya pengetahuan fiqih muamalah (larangan riba, larangan *maysir*, dan larangan *gharar*), pinjaman/kredit, investasi/tabungan, serta asuransi atau perlindungan sumber daya. Selain itu menurut Gustati et al. (2023) beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menilai tingkat literasi keuangan syariah adalah kepemilikan rekening di lembaga keuangan syariah, pemahaman produk dan jasa keuangan syariah, akad-akad syariah, pengetahuan tentang bagi hasil, dan jaminan.

### Hubungan Religiusitas terhadap Niat Membeli Produk Keuangan Syariah

Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan memiliki keyakinan yang kuat terhadap ajaran agamanya. Keyakinan ini kemudian digunakan dalam ibadah muamalah untuk menghindari suku bunga dan menggunakan produk keuangan syariah. Hal tersebut ditunjang dengan penelitian yang telah dilakukan (Fauzi, 2020; Hamzah & Arif, 2023), masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan lebih berhati-hati dalam melakukan tindakan dan berusaha menjauhi larangan sesuai kaidah agama Islam seperti

menghindari dosa riba dengan menggunakan produk keuangan syariah. Hal tersebut bisa terjadi karena semakin banyak nilai positif yang diketahui mengenai suatu hal akan menimbulkan sikap positif sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki sehingga religiusitas memiliki pengaruh pada niat membeli. Penjelasan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulya (2020) bahwa religiusitas berpengaruh terhadap niat beli.

### **Literasi Keuangan Syariah sebagai Mediasi Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Membeli**

Literasi keuangan syariah adalah pemahaman atau pengetahuan tentang keuangan syariah. Literasi keuangan syariah yang masih rendah terhadap produk keuangan syariah salah satunya dikarenakan kurangnya informasi mengenai prinsip dan sistem ekonomi syariah pada produk keuangan syariah. Ketika seseorang memiliki pengetahuan yang baik, maka orang tersebut akan lebih baik dalam tahap evaluasi alternatif atau memiliki niat membeli produk tertentu.

Literasi keuangan syariah dapat menjadi mediasi religiusitas dalam mempengaruhi niat membeli produk keuangan syariah. Ketika konsumen memiliki religiusitas yang tinggi tetapi tidak di barengi dengan literasi keuangan syariah yang tinggi, maka niat untuk membeli produk keuangan syariah masih belum dapat dipastikan. Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian dari Adiyanto et al., (2021) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan syariah maka minat menggunakan produk bank syariah akan semakin tinggi pula. Pengetahuan masyarakat tentang bank syariah yang baik akan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Hal ini terjadi karena konsumen yang memiliki religiusitas tinggi dalam

menghindari riba lebih memilih menyimpan uangnya di dalam lemari dibandingkan membeli produk keuangan syariah. Dengan literasi keuangan syariah yang tinggi, konsumen bisa mengetahui lebih banyak informasi, mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang menyisihkan uang pribadi mereka untuk digunakan membeli produk keuangan syariah.

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan melalui survei yang akan disebarakan kepada masyarakat Jawa Timur yang beragama Islam dan sudah memiliki pendapatan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 346 responden. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel non-probability. Analisis yang digunakan adalah SEM-PLS dengan metode *statistical study* karena menggunakan alat bantu statistik untuk membuktikan hipotesis yang sudah dirumuskan (Cooper & Schindler 2017), alat yang digunakan adalah *SmartPLS 4.0. Partial Least Square* mencakup uji *outer model* dan *inner model*. *Outer model* digunakan untuk menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas. Sedangkan *inner model* digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, nilai signifikansi, dan *R-square* model penelitian (Hardisman, 2021).

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner yang disusun berisi pertanyaan tentang religiusitas, literasi keuangan syariah, dan niat membeli produk keuangan syariah. Pernyataan dalam kuesioner tersebut akan diukur menggunakan skala *likert* untuk variabel religiusitas dan niat membeli, serta skala rasio untuk variabel literasi keuangan syariah.

Pernyataan dalam kuesioner yang diukur dengan skala likert adalah variabel religiusitas dan niat membeli yang mana:

STS : Sangat tidak setuju (skala 1)

TS : Tidak setuju (skala 2)

KS : Kurang setuju (skala 3)

S : Setuju (skala 4)

SS : Sangat setuju (skala 4)

Dalam mengukur variabel Literasi keuangan Syariah digunakan skala rasio, yaitu dengan menghitung banyaknya item pertanyaan yang terjawab dengan benar dibagi dengan total item pertanyaan seperti rumus berikut:

*Literasi Keuangan*

$$= \frac{\text{Jawaban Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, tanggapan responden akan dikelompokkan menjadi 3 sesuai kelas intervalnya seperti, kurang dari 60% termasuk literasi keuangan syariah rendah, 60% sampai 79% literasi keuangan syariah sedang, dan lebih dari 80% literasi keuangan syariah tinggi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Evaluasi Model Pengukuran

Untuk menguji validitas dan reliabilitas prediktor, pernyataan, dan item setiap variabel dalam kuesioner:

Tabel 1.  
*Uji Validitas dan Reliabilitas*

Variabel	Item	<i>Outer Loading</i>	<i>P value</i>	Ket.	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<b>Religiusitas</b>	<i>Public Practice</i>	0.807	0.000	Valid	0.865	0.808	Reliabel
	<i>Private Practice</i>	0.717	0.000	Valid			
	<i>Religious Experience</i>	0.838	0.000	Valid			
	<i>Ideology</i>	0.593	0.000	Valid			
	<i>Intelectual dimensions</i>	0.748	0.000	Valid			
<b>Niat Membeli</b>	N1	0.820	0.000	Valid	0.915	0.911	Reliabel
	N2	0.845	0.000	Valid			
	N3	0.575	0.000	Valid			
	N4	0.846	0.000	Valid			
	N5	0.809	0.000	Valid			
	N6	0.895	0.000	Valid			
	N7	0.862	0.000	Valid			

Sumber : Data Olahan, 2024

### Uji Validitas Konvergen

Suatu indikator bisa dikatakan valid jika nilai *loading factor* diatas 0,5 untuk penelitian *explanatory* (Hardisman, 2021). Pada tabel 1 di atas, diketahui bahwa seluruh item dinyatakan valid

karena *loading factor* seluruh item lebih dari 0,5.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas ditentukan menggunakan *Cronbach alpha* atau *composite reability*. Suatu konstruk dapat

dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,6 dan nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 (Hardisman, 2021). Dilihat dari hasil pengujian tabel 1, nilai *composite reability* variabel religiusitas 0,845 dan Niat membeli 0,862. Sedangkan nilai *cronbach's alpha* religiusitas 0,811 dan niat membeli 0,869. Dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,6 dan nilai *composite reliability* lebih dari 0,7.

### Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk menilai validitas prediktor dengan membandingkan keterkaitannya dengan variabel lain. Dari tabel 2 terlihat bahwa konstruk nilai akar AVE setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar variabel. Sehingga dapat disimpulkan variabel dalam penelitian ini validitas diskriminannya terpenuhi.

Tabel 2.  
*Fornel-lacker*

	Literasi Keuangan Syariah	Niat Beli	Religiusitas
Literasi Keuangan Syariah	0.821		
Niat Beli	0.336	0.813	
Religiusitas	0.307	0.387	0.745

\*Nilai diagonal adalah akar AVE sedangkan nilai lainnya adalah korelasi antar variable

Sumber: Data Olahan, 2024

### Evaluasi Model Stuktural

Evaluasi model atau *Inner model* bertujuan untuk mendeteksi hubungan antar variabel laten serta menguji hipotesis.

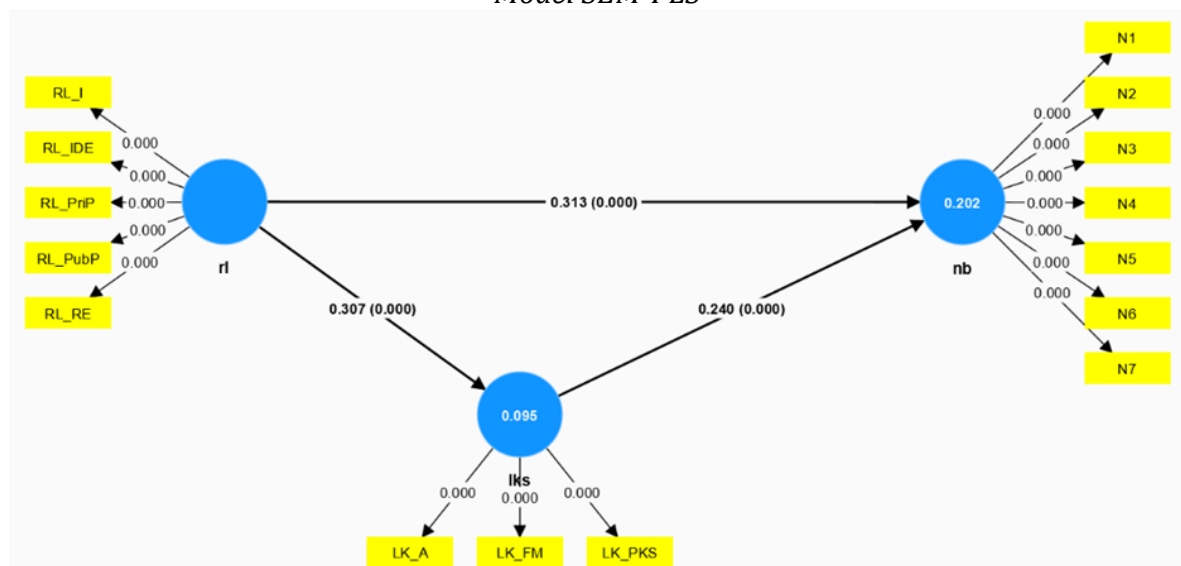
### Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai *R-Squares*. Perubahan

nilai *R-Squares* mampu mengemukakan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Selain itu evaluasi model stuktural harus dilakukan dengan melihat koefisien jalur (koefisien jalur) dan nilai signifikansi  $P_{value}$ .

Gambar 1

*Model SEM-PLS*



Tabel 3  
*Hasil Uji Hipotesis*

Hipotesis	Keterangan	Original Sample (O)	R-Square	P-value	Hasil Pengujian
H1	RL>NB	0.387	0.202	0.000	H1 diterima
H2	RL>LKS>NB	0.074		0.001	H2 diterima

Sumber: Data Olahan, 2024

1. Dari tabel 3 menunjukkan bahwa religiusitas (RL) berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli (NB). Dapat dilihat dari hasil hipotesis didapatkan bahwa variabel religiusitas memiliki tingkat koefisien 0.313 terhadap niat beli produk keuangan syariah, dan diperoleh hasil  $P_{value}$  sebesar 0.000 atau  $P_{value}$  lebih kecil dari 0.05.
2. Dari tabel 3 menunjukkan bahwa literasi Keuangan syariah (LKS) memediasi pengaruh Religiusitas (RL) terhadap Niat Beli (NB) secara parsial atau sebagian, hal ini terjadi karena hubungan ketiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan dengan  $P_{value}$  sebesar 0.000 atau  $P_{value}$  lebih kecil dari 0.05 dan  $t = 3.296$  atau lebih dari 1,96. Pengaruh tidak langsung literasi keuangan syariah dalam memediasi religiusitas terhadap niat beli memiliki tingkat koefisien 0.074.

$R$ -square pada penelitian ini sebesar 0.20 yang menunjukkan variabel niat beli produk keuangan syariah berpengaruh sebesar 20% terhadap variabel religiusitas dan literasi keuangan syariah. Sisanya sebesar 80% dipengaruhi oleh variabel diluar model contohnya motivasi dan risiko dalam penelitian Viki et al., (2023)

### **Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Beli Produk Keuangan Syariah**

Hipotesis pertama dalam penelitian ini untuk menguji Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli Produk Keuangan Syariah pada Masyarakat Jawa Timur. Hasilnya

hipotesis pertama dapat diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi religiusitas responden maka niat membeli produk keuangan syariah semakin besar. Sebaliknya semakin rendah religiusitas responden maka niat untuk membeli produk keuangan syariah akan semakin kecil.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya religiusitas agar seseorang tidak terjerumus dalam menggunakan produk keuangan yang dilarang oleh Islam. Responden akan lebih memilih menggunakan produk keuangan syariah karena sesuai dengan syariah Islam, karena responden percaya akan kehadiran Allah SWT dan adanya konsekuensi jika responden melakukan sesuatu yang dilarang oleh agama.

Responden pada penelitian ini cenderung religius sehingga memiliki niat dalam membeli produk keuangan syariah karena seseorang yang memahami agama cenderung menghindari hal-hal yang dilarang oleh agama. Hal tersebut dapat dilihat dari data kuesioner pada variabel religiusitas yang memiliki rata-rata (mean) sebesar 4.58 mengenai pernyataan tentang *public practice*, *private practice*, *religious experience*, *ideology*, dan *intellectual dimensions* dan niat membeli yang memiliki rata-rata (mean) sebesar 4.04. Artinya dengan mayoritas responden yang sangat religius memiliki niat untuk membeli produk keuangan syariah.

Dalam Islam jika seseorang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keimanannya maka orang tersebut akan cenderung untuk berpikir berulang kali



sebelum melakukan tindakan yang dilarang oleh Islam seperti menggunakan produk keuangan yang mengandung riba, *gharar*, dan *maysir*, sebagaimana yang tertulis dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ



Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu”. (QS. Al-Baqarah: 208)

Ayat di atas menjelaskan bahwasannya individu yang beriman haruslah memahami agama Islam secara keseluruhan dan tidak diperkenankan melakukan sesuatu yang dilarang oleh agama Islam. Dalam hal ini seseorang yang religius akan cenderung menghindari produk keuangan konvensional yang terdapat unsur riba, *gharar*, dan *maysir* di dalamnya. Larangan tersebut akan menjadi pertimbangan dalam proses evaluasi produk agar seseorang memiliki niat untuk membeli produk keuangan syariah. Seorang religius tentunya akan memilih produk keuangan yang bebas dari ketiga hal tersebut, sehingga tumbuhlah niat untuk membeli produk keuangan syariah.

Pada item pertanyaan RL15 memiliki rata-rata (*mean*) 4.59 yang artinya responden merasa sedih ketika melanggar agama, hal tersebut menunjukkan bahwa responden merasa berdosa jika melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam atau dengan kata lain melanggar ajaran agama Islam. Responden menyadari akan konsekuensi yang didapat jika melanggar perintah agama. Dapat ditarik kesimpulan bahwa

responden memiliki kesadaran untuk mematuhi ajaran agama Islam dengan membeli produk keuangan syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Ridayanti (2022) menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi di saham syariah.

### **Literasi Keuangan Syariah Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Niat Beli**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memediasi pengaruh religiusitas terhadap niat beli produk keuangan syariah secara sebagian atau parsial, artinya hipotesis 2 dalam penelitian ini dapat diterima. Terdapat indikasi bahwa terdapat pengaruh yang signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dapat disimpulkan bahwa responden yang religius akan meningkatkan literasi keuangan syariah sehingga akan mempengaruhi niatnya dalam membeli produk keuangan syariah.

Faktor yang membuat literasi keuangan syariah signifikan menjadi variabel mediasi adalah adanya responden yang memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya 3 responden yang memiliki skor lebih dari 80% yang mana skor tersebut masuk dalam kategori literasi keuangan syariah tinggi. Dalam hal ini berarti responden telah memahami mengenai akad, fikih muamalah, dan produk keuangan syariah sendiri, sehingga responden juga memiliki niat untuk membeli produk keuangan syariah karena pengetahuannya tersebut.

Dengan pengetahuan tentang produk keuangan syariah yang baik, niat dalam membeli produk keuangan syariah akan meningkat. Responden yang religius tetapi memiliki literasi keuangan syariah

yang rendah dapat di indikasi lebih memilih menyimpan uang atau harta bendanya di lemari dibandingkan digunakan untuk membeli produk keuangan syariah.

Dalam Islam juga telah dijelaskan bahwa seseorang harus memiliki pengetahuan keuangan yang baik, hal tersebut terdapat dalam hadis berikut:

أَفْضَلُ النَّاسِ الْمُؤْمِنُ الْعَالِمُ الَّذِي إِذَا حَتَّيَجَ  
إِلَيْهِ نَفَعَ وَإِنْ اسْتُعْنِيَ عَنْهُ أَغْنَى نَفْسَهُ (رواه  
البيهقي)

Artinya: “Seutama-utamanya manusia adalah seorang mukmin yang berilmu. Jika ia dibutuhkan, maka ia memberi manfaat. Dan jika ia dibutuhkan maka ia dapat memberi manfaat pada dirinya sendiri” (HR. Al-baihaqi).

Pada hadis di atas dijelaskan bahwa seorang muslim diwajibkan untuk menjadi orang yang berilmu, agar ia mampu memberi manfaat bagi orang sekitarnya dan tidak merugikan orang lain. Hal tersebut menjelaskan bahwa dengan memahami literasi keuangan syariah dapat membuat seseorang memiliki risiko keuangan yang kecil sehingga tidak merugikan dirinya sendiri atau dengan kata lain seseorang yang memiliki literasi keuangan yang tinggi dapat meminimalisir risiko keuangan yang terjadi. Semakin banyak pengetahuan yang diketahui akan produk keuangan syariah, akan timbul juga niat membeli produk keuangan syariah.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan syariah sebagai variabel mediasi antara religiusitas terhadap niat beli produk keuangan syariah bahwa jika setiap individu yang religius memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi, maka akan berpengaruh dalam

meningkatkan niat beli produk keuangan syariah. Oleh sebab itu apabila seseorang yang religius mampu memahami mengenai akad, fikih muamalah, dan produk keuangan syariah dengan baik dapat mempengaruhi niat beli produk keuangan syariah karena sesuai dengan ajaran agama Islam dan tidak ada unsur gharar, maisir, serta riba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Utomo et al., (2020) yang mengemukakan religiusitas secara positif signifikan mempengaruhi literasi keuangan syariah dan literasi keuangan syariah secara positif berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan produk keuangan syariah

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan religiusitas terhadap niat membeli produk keuangan syariah, artinya semakin tinggi religiusitas seseorang maka semakin tinggi pula niat membeli produk keuangan syariah. Literasi keuangan syariah memediasi pengaruh religiusitas terhadap niat beli produk keuangan syariah. Tetapi pengaruh langsung religiusitas terhadap niat beli lebih tinggi daripada melalui mediasi literasi keuangan syariah. Artinya dengan memiliki religiusitas yang tinggi dibutuhkan pula literasi keuangan syariah yang tinggi pula sehingga niat membeli produk keuangan syariah pada masyarakat Jawa Timur dapat meningkat. Adapun saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya yaitu dapat menambah variabel lain yang berhubungan dengan niat membeli, dikarenakan R<sup>2</sup> masih relatif rendah yaitu 0.20. Serta, disarankan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dan merata agar dapat mewakili populasi dalam penelitian tersebut

## DAFTAR RUJUKAN

- Adiyanto, M. R., Purnomo, A. S. D., & Setyo, A. (2021). Dampak tingkat literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan produk keuangan syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1-12.
- Arif, M., Arsad, S., Abdullah, M. B., & Rusby, Z. (2023). Islamic Work Ethics at Islamic Banks in Riau Province, Indonesia. *International Journal of Academic Reserach in Economics and Management Sciences*, 12(3).
- Utomo, S. B., Sekaryuni, R., Widarjono, A., Tohirin, A., & Sudarsono, H. (2021). Promoting Islamic financial ecosystem to improve halal industry performance in Indonesia: a demand and supply analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 992-1011.
- Efendi, R. (2020). Faktor-faktor niat membeli makanan berlabel halal pada mahasiswa muslim Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 70-79.
- El-Menouar, Y. (2014). The five dimensions of Muslim religiosity. Results of an empirical study. *Methods, data, analyses*, 8(1), 26.
- Fauzi, R. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1), 37-46.
- Gustati, G., Rahmiati, D., & Sulastri, R. E. (2023). Literasi Keuangan Syariah Sebagai Pemoderasi Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 16(1), 100-109.
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Stuctural Equation Modelling (PLS-SEM)* (1st ed.). Sleman : Bintang Pustaka Madani.
- Hamzah, Z., & Arif, M. (2023). Peran Kepemimpinan Islam Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 441-452.
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh religiusitas terhadap gaya hidup konsumen muslim di ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 2(2), 113-120.
- Mustofa, M. A., Jannah, M. F., & Zaman, M. I. (2022). Persepsi Masyarakat dalam Kebijakan Merger Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Kabupaten Tegal. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 207-216.
- Nabila, N., & Kusnadi, I. (2020). Pengaruh Pemahaman, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Minat Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Cross-Border: Jurnal Kajian Perbatasan Antarnegara, Diplomasi Dan Hubungan Internasional*, 3(1), 124-140.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140-153.
- OJK. (2021). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2021. *Ketahanan Dan Daya Saing Keuangan Syariah*, 148. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2020.aspx>
- Olson, J. C., & Peter, P. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Sembilan). Jakarta : Salemba empat.
- Puspitasari, V. E., Yetty, F., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan

- Syariah, Persepsi Imbal Hasil, dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2(2), 122.
- Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69.
- Ulya, R. Y. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah. *Skripsi*, 1–111.
- Utomo, S. B., Sekaryuni, R., Widarjono, A., Tohirin, A., & Sudarsono, H. (2020). Promoting Islamic financial ecosystem to improve halal industry performance in Indonesia: a demand and supply analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 992–1011.
- Viki, O., Diansyah, R., Hidayati, A. N., Ekonomi, F., Bisnis, D., Uin, I., & Tulungagung, A. R. (2023). Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Keuangan Syariah Di Jawa Timur. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 411–420.
- Yanti, N., & Ridayanti. (2022). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1272–1281.
- Yuniawati, A. L., & Asiyah, B. N. (2022). Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Invesasi Syariah (Studi Pada Mahasiswa MKS UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung). *Jurnal Economina*, 1(4), 829–840.