



PENGARUH HALAL LIFESTYLE, LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH

Zahrotun Mustaidah¹, & Mahmudatus Sadiyah²

^{1&2}*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara*
Email : 211130001735@unisnu.ac.id, mahdah@unisnu.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, serta kepercayaan pada minat nabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data primer diperoleh melalui kuesioner; penelitian ini melibatkan 98 responden yang dipilih melalui *accidental sampling* dari populasi mahasiswa aktif Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara sebanyak 8.405 mahasiswa. Analisis data dilakukan seluruhnya menggunakan SPSS versi 23 dengan berbagai uji statistik seperti uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, beserta uji hipotesis. Kajian riset ungkap bahwa tiga variabel beri dampak baik serta signifikan bagi minat nabung pada bank syariah. Beberapa temuan ini menyarankan agar bank syariah meningkatkan beberapa strategi edukasi, pelayanan, beserta komunikasi guna memperkuat ketiga faktor tersebut, yang mana dapat menarik lebih banyak lagi nasabah, terkhusus para mahasiswa.

Kata Kunci : *Halal Lifestyle*, Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Minat Menabung.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of halal lifestyle, Islamic financial literacy, and confidence on interest in saving at Islamic banks. This research uses quantitative methods. Primary data were obtained through questionnaires; this study involved 98 respondents, who were selected through accidental sampling from a population of 8,405 active students of the Islamic Nahdlatul Ulama University of Jepara. Data analysis was carried out entirely using SPSS version 23 with various statistical tests such as validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regressions, along with hypothesis testing. The research study revealed that three variables have a good and significant impact on interest in saving in Islamic banks. Some of these findings suggest that Islamic banks improve some education, service, and communication strategies to strengthen these three factors, which can attract more customers, especially students.

Keywords : *Halal Lifestyle*, Islamic Financial Literacy, Trust, Interest In Saving.

PENDAHULUAN

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang berjalan sesuai prinsip hukum Islam yang ditetapkan fatwa Majelis Ulama Indonesia. Sebagai bagian dari suatu lembaga keuangan syariah, bank-bank ini wajib menjalankan seluruh aktivitasnya dengan mengikuti aturan-aturan syariah. Larangan terhadap *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian yang berlebihan), dan *maysir* (perjudian) adalah prinsip utama. Prinsip utama lain dalam lembaga keuangan syariah adalah pembiayaan yang diberikan hanya untuk usaha yang halal. Prinsip-prinsip ini dengan jelas membedakan bank syariah dari bank-bank konvensional (Faizah & Sa'diyah, 2022)

Industri keuangan syariah telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, terbukti dengan munculnya banyak lembaga keuangan syariah serta beragamnya produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Menurut Saputra et al, (2023), sejak didirikannya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, sektor keuangan syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan yang signifikan. Bank Muamalat Indonesia berperan penting dalam perekonomian Indonesia, antara lain dengan menyediakan pembiayaan, membuka akses bagi pengusaha, dan mendukung transaksi internasional dalam skala besar.

Produk halal saat ini telah menjadi contoh sektor yang mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama dalam industri keuangan dan perbankan Setiawan (2023). Perkembangan sektor ini tercermin dalam pertumbuhan signifikan baik dari segi jumlah bank maupun pangsa pasarnya. Berdasarkan Informasi yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Januari 2023, perbankan syariah di Indonesia memiliki jaringan yang luas, dengan total 3.117 cabang yang tersebar di seluruh wilayah. Rincian tersebut mencakup 13 cabang Bank Umum Syariah (BUS), 20 cabang Unit Usaha Syariah (UUS), dan 169 cabang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Karena pesatnya pertumbuhan sektor perbankan

syariah, potensi pasar semakin berkembang, terutama mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam.

Secara umum, baik bank syariah ataupun bank konvensional di Indonesia mempunyai peran yang penting di lembaga yang memfasilitasi berbagai transaksi pembayaran. Meskipun keduanya memiliki ciri khas yang berbeda, perbedaan tersebut dapat memengaruhi minat calon nasabah dalam menabung. Minat menabung sendiri berkaitan dengan keinginan untuk menjaga keamanan finansial, sebagai kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang. Sementara itu, menabung adalah kegiatan yang dipengaruhi oleh dorongan individu untuk menyimpan dan mengalokasikan sebagian dari kekayaannya, di sektor perbankan maupun di institusi keuangan lainnya (Kristiyadi & Hartiyah, 2020)

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi beberapa aspek dapat memengaruhi ketertarikan menabung di bank syariah, yaitu *halal lifestyle*, tingkat literasi keuangan syariah, serta kepercayaan. Individu dengan menerapkan gaya hidup halal cenderung memilih produk dan layanan yang mengacu pada prinsip-prinsip syariah, termasuk dalam bidang perbankan, memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan sektor keuangan syariah. Pemahaman yang baik mengenai keuangan syariah memberikan kemampuan bagi individu untuk membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas, salah satunya dalam memilih bank syariah sebagai pilihan untuk menabung. Di samping itu, kepercayaan terhadap bank syariah sangat berperan dalam pengambilan keputusan finansial. Tingginya tingkat kepercayaan dapat meningkatkan minat individu untuk menabung, karena mereka merasa aman dan yakin bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan hukum Islam.

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa *halal lifestyle* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat untuk menabung di bank syariah. Contohnya, penelitian oleh Harisya & Mochlasin (2022) menunjukkan

dimana gaya hidup halal memperkuat keterkaitan antara pengetahuan keuangan dan keputusan untuk bergabung dengan bank syariah. Seiring dengan semakin banyaknya individu yang memilih gaya hidup sesuai prinsip halal, kemungkinan seseorang untuk memilih menjadi nasabah bank syariah juga semakin tinggi, seperti yang ditemukan oleh Mufidah et al, (2024). Disisi lain Yulianti (2022) menunjukkan bahwa *halal lifestyle* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan yang diambil oleh nasabah. Akan tetapi, Terdapat penelitian lain yang menghasilkan temuan yang berbeda, yang menunjukkan bahwa *halal lifestyle* tidak mempengaruhi hubungan antara pengetahuan keuangan, kepercayaan, dan minat untuk menabung. Misalnya, penelitian oleh Nurcahyati (2014) menunjukkan bahwa *halal lifestyle* tidak memengaruhi keterkaitan antara literasi keuangan, tingkat kepercayaan, dan minat untuk menabung.

Aspek lain yang memengaruhi minat menabung ialah pemahaman tentang keuangan syariah. Sejumlah studi mengungkapkan bahwa tingkat pemahaman ini mempunyai dampak yang menguntungkan terhadap keinginan untuk menabung di bank syariah. Sebagai contoh, studi dari Razaaq (2025) mengungkapkan bahwa pemahaman mengenai keuangan syariah dapat memengaruhi keputusan menabung bagi pegawai negeri sipil (ASN) di bank syariah. Faizah & Sa'diyah (2022) juga menekankan bahwa semakin baik pemahaman seseorang tentang keuangan syariah, semakin besar kemungkinan mahasiswa untuk mengambil langkah positif, termasuk menumbuhkan minat menabung. Selain itu, penelitian oleh Ruwaidah (2020) mengindikasikan bahwa literasi mengenai keuangan syariah memberikan pengaruh positif yang signifikan pada keputusan seseorang dalam memakai layanan perbankan syariah. Namun, ada juga penelitian yang menunjukkan hasil berbeda, di mana pemahaman keuangan syariah tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat untuk menabung. Sebagai contoh, penelitian oleh Nurcahyati (2014)

menunjukkan pemahaman keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

Selain itu, kepercayaan konsumen terhadap institusi keuangan memiliki peran yang krusial dalam mempengaruhi keputusan finansial, termasuk minat untuk menabung. Studi oleh Putri et al, (2022) menemukan bahwa kepercayaan mahasiswa berdampak positif pada minat mereka untuk menabung. Penelitian serupa oleh Harisya & Mochlasin (2022) mengungkapkan kepercayaan mempunyai dampak positif yang signifikan pada minat menabung di kalangan generasi milenial. Namun, ada pula penelitian yang menghasilkan temuan berbeda, yang mengindikasikan bahwa kepercayaan tidak memberikan dampak signifikan terhadap minat untuk menabung. Sebagai contoh, penelitian oleh Nurcahyati (2014) mengungkapkan bahwa kepercayaan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat untuk menabung.

Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya telah menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi ketertarikan untuk menabung di bank syariah belum ada penelitian yang secara komprehensif menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut (*halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan) secara bersamaan terhadap minat untuk menabung, khususnya pada segmen mahasiswa atau generasi muda di Indonesia. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung mengkaji faktor-faktor ini secara terpisah tanpa memperhitungkan keterkaitan antar faktor tersebut dalam memengaruhi keputusan menabung di bank syariah. Sehingga menciptakan kekosongan dalam literatur mengenai bagaimana interaksi antara *halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan secara bersamaan memengaruhi minat menabung di bank syariah, terutama pada kelompok mahasiswa yang dianggap sebagai generasi masa depan. Penelitian sebelumnya menunjukkan perbedaan pengaruh dari masing-masing faktor, belum ada kajian yang menguji sejauh mana ketiga faktor ini bekerja bersama untuk membentuk keputusan finansial individu.

Penelitian ini melibatkan mahasiswa dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama di Jepara dengan fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka untuk menabung di bank syariah. Studi ini relevan mengingat semakin meningkatnya *halal lifestyle*, di mana banyak mahasiswa yang lebih memilih produk dan layanan yang berlandaskan pada prinsip syariah. Di samping itu, tingkat pemahaman tentang keuangan syariah juga dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menabung di bank syariah. Mahasiswa yang memiliki literasi lebih tentang produk serta prinsip syariah dalam keuangan cenderung lebih memilih bank yang sesuai dengan nilai-nilai tersebut. Kepercayaan juga memiliki peranan yang signifikan dalam menentukan keputusan mereka untuk menabung di bank syariah, sebab mahasiswa yang memiliki keyakinan kuat terhadap prinsip syariah dan etika islam akan lebih condong untuk memilih lembaga keuangan yang sejalan dengan prinsip-prinsip tersebut.

Studi ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh dari *halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan terhadap minat dalam menabung di bank syariah, dengan fokus terhadap mahasiswa Universitas Islam Nahdlatul Ulama di Jepara. Diharapkan, temuan dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah di kalangan mahasiswa, serta berkontribusi dalam pengembangan layanan keuangan syariah yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianut oleh generasi muda.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Menabung

Minat menabung ialah keinginan dan kecenderungan kuat dari individu untuk melakukan aktivitas menabung. Secara prinsip, minat menabung dimulai dari berbagai rangsangan yang bersumber dari dalam diri individu, baik dari pemasaran maupun dari lingkungan sekitar. Rangsangan-rangsangan ini kemudian diproses oleh individu sesuai dengan karakter pribadinya, yang pada akhirnya

mengarah pada keputusan untuk menabung Oktariana (2022). Dengan demikian, minat untuk menabung di bank syariah ialah dorongan internal yang muncul secara sadar dalam diri individu, tanpa adanya tekanan, untuk menyimpan uang di lembaga perbankan syariah. Bank syariah itu sendiri merupakan lembaga keuangan yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang diatur oleh Dewan Syariah Nasional.

Indikator minat terdiri dari : 1. Minat Transaksional : Minat yang berfokus pada tindakan pembelian barang atau jasa, biasanya didorong oleh kebutuhan atau manfaat langsung yang dapat diperoleh dari produk tersebut. 2. Minat Referensial : Minat yang muncul ketika seseorang mencari informasi atau pendapat dari orang lain, seperti rekomendasi teman, keluarga, atau ulasan online, sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau layanan. 3. Minat Preferensial : Minat yang didasarkan pada kesukaan atau preferensi pribadi. Konsumen dengan minat ini memilih produk atau layanan yang sesuai dengan selera, gaya hidup, atau nilai-nilai pribadi mereka. 4. Minat Eksploratifv: Minat yang timbul karena rasa ingin tahu dan keinginan untuk mengeksplorasi lebih jauh suatu hal, seperti mencari informasi atau pengalaman baru, tanpa tujuan langsung untuk melakukan pembelian (Syahriyal, 2019)

Halal Lifestyle

Gaya hidup merujuk pada pola hidup atau cara seseorang menjalani kehidupan setiap individu yang mencerminkan berbagai prinsip, nilai, dan standar hidup yang biasa mereka jalani. *Halal lifestyle* adalah gaya hidup di mana kebiasaan seseorang dalam mengonsumsi, menggunakan, dan memanfaatkan barang serta jasa sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam. Menurut *Muslim Judicial Halaal Trust* (MJCHT), *halal lifestyle* didefinisikan sebagai perilaku seseorang yang mencerminkan prinsip-prinsip Islam dengan benar, jujur, berintegritas, bermartabat, dan adil. Gaya hidup seseorang dapat mencerminkan kepribadiannya, termasuk

bagi umat Islam yang setiap aktivitasnya diatur oleh aturan Islam. Oleh karena itu, *halal lifestyle* menjadi suatu keharusan bagi setiap Muslim sebagai wujud penerapan ajaran Islam. Gaya hidup halal mengacu pada pola hidup di mana seseorang mengutamakan dan mengikuti perintah serta aturan yang ditetapkan oleh Islam dalam kehidupannya (Jailani & Adinugraha, 2022).

Indikator *halal lifestyle* dapat dijelaskan melalui tiga aspek utama. Pertama, aktivitas (*activity*), yang mengacu pada cara setiap individu mengelola waktu dan uang yang dimilikinya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Ini mencakup tindakan-tindakan sehari-hari seperti memilih tempat belanja, makanan yang dikonsumsi, dan produk atau layanan yang digunakan, yang semuanya harus sesuai dengan ajaran Islam. Kedua, minat (*interest*), yang mencakup hal-hal yang dapat menarik perhatian konsumen dan menjadi prioritas dalam hidup mereka, seperti kesukaan, kegemaran, atau preferensi pribadi. Minat ini memiliki peran yang krusial dalam proses pengambilan keputusan oleh konsumen, termasuk dalam memilih produk atau layanan yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Ketiga, opini (*opinion*), yang menggambarkan bagaimana konsumen merespons berbagai situasi atau isu ekonomi, sosial, maupun global. Opini ini mencerminkan penafsiran, harapan, dan evaluasi seseorang terhadap suatu hal, seperti keyakinan terhadap niat orang lain, persiapan terhadap dimasa depan, serta pertimbangan mengenai konsekuensi halal atau haram dari setiap tindakan (Tana & Bessie, 2020).

Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merujuk pada pemahaman serta kemampuan dalam mengelola keuangan demi mencapai kesejahteraan, dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah, seperti menjauhi *riba*, ketidakpastian (*gharar*), dan spekulasi (*maysir*). Dalam hal ini, pengembangan literasi keuangan syariah bertujuan agar konsumen produk dan layanan keuangan syariah, serta masyarakat pada umumnya, tidak hanya mengenal dan memahami

lembaga serta produk keuangan syariah, tetapi juga dapat menerapkan perubahan dalam perilaku pengelolaan keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Yusmelia et al, 2024).

Literasi keuangan syariah diharapkan dapat memperluas pemahaman masyarakat dalam mengelola keuangan dengan lebih efektif, sehingga mereka dapat secara bijak memilih layanan keuangan dan perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan pribadi. Hal ini mencakup pemahaman yang mendalam mengenai manfaat dan resiko yang ada, kesadaran tentang hak dan kewajiban, serta keyakinan bahwa produk dan layanan yang dipilih dapat mendukung peningkatan kesejahteraan, memberikan keuntungan, dan sejalan dengan prinsip-prinsip syariah (Nasution dan Fatira, 2019). Berdasarkan pengertian literasi keuangan dari berbagai ahli, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah meliputi pengetahuan dan keterampilan individu dalam memahami konsep-konsep keuangan syariah serta mengelola sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Indikator literasi keuangan syariah terdiri dari empat aspek utama. Pertama, pengetahuan, yang merupakan dasar penting dalam literasi keuangan syariah, di mana individu perlu memahami cara mengelola keuangan dengan baik selaras dengan ajaran-ajaran syariah, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan. Kedua, kemampuan, yang menunjukkan sejauh mana seseorang dapat menerapkan pengetahuan yang dimiliki untuk membuat keputusan yang bijaksana dalam memilih dan mengelola keuangan. Ketiga, sikap yang berkaitan dengan pemahaman individu mengenai sumber pendapatan, kewajiban membayar, serta kemampuan untuk membuka rekening dan merencanakan keuangan pribadi dengan prinsip syariah. Terakhir, kepercayaan yang mencakup keyakinan individu dalam merencanakan kebutuhan jangka panjang serta tingkat

kepercayaan terhadap lembaga keuangan dan penyedia jasa keuangan syariah. Kepercayaan yang tinggi dapat membantu seseorang dalam mengambil keputusan memilih keuangan yang lebih baik serta sejalan dengan ajaran Islam (Salim et al, 2021).

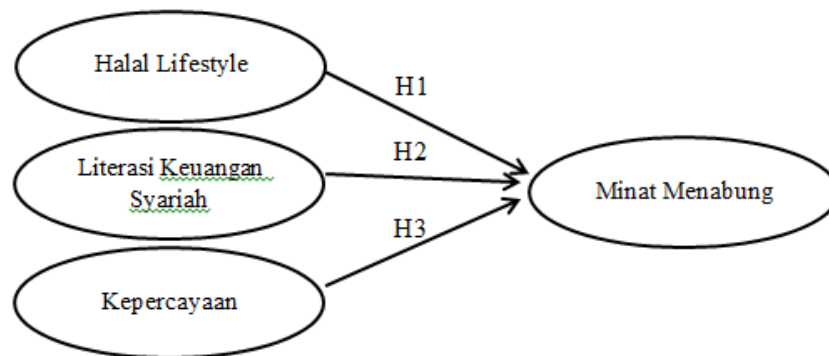
Kepercayaan

Kepercayaan dapat diartikan sebagai pengakuan dan keyakinan bahwa sesuatu itu benar adanya. Keyakinan ini muncul melalui proses penyelidikan internal yang kemudian terintegrasi dalam pikiran dan berkembang menjadi wujud kepercayaan. Artinya, kepercayaan ialah keyakinan individu terhadap produk atau aspek khusus. Kepercayaan merupakan elemen penting dalam sebagian besar interaksi ekonomi dan sosial, yang sering kali menimbulkan ketidakpastian. Secara praktis, setiap interaksi memerlukan elemen kepercayaan, terutama di lingkungan berbasis teknologi informasi yang cenderung tidak pasti. Kepercayaan memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumen, terutama dalam konteks yang penuh ketidakpastian, seperti pada lingkungan

teknologi keuangan berbasis internet. Oleh karena itu, kepercayaan memiliki dampak yang signifikan terhadap niat untuk melakukan transaksi yang positif (Yusmelia et al, 2024).

Menurut Pahlevi (2014) indikator kepercayaan pelanggan terdiri dari tiga aspek utama. Pertama, reputasi yang dimiliki produk atau jasa, yang menggambarkan citra atau image yang dimiliki suatu produk atau jasa di mata konsumen. Reputasi ini biasanya terbentuk dari pengalaman pengguna, ulasan, dan kesan umum yang diterima oleh pasar. Kedua, keamanan serta kenyamanan dalam memanfaatkan produk atau layanan, yang mengacu pada sejauh mana produk atau jasa memberikan rasa aman dan nyaman bagi penggunanya. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan, kualitas yang terjamin, serta perlindungan terhadap resiko yang mungkin terjadi. Ketiga, manfaat yang ada dalam produk atau jasa, yang merujuk pada nilai tambah atau keuntungan yang didapatkan pengguna, seperti pemecahan masalah, kenyamanan, efisiensi, atau peningkatan kualitas hidup.

Gambar 1. Kerangka Penelitian



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif di mana data yang digunakan berasal dari data primer yang diperoleh secara langsung dari responden. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, dengan total jumlah mahasiswa sebanyak 8.405 orang. Teknik pengambilan sampel

yang digunakan adalah accidental sampling, dengan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin yang menghasilkan sampel sebanyak 98 responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert 1-4 (sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju), yang disebarkan kepada responden melalui *Google Form*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 23, dengan teknik analisis yang meliputi uji

kualitas data, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Pada tabel 1 variabel *halal lifestyle* (X1) memiliki nilai minimum 10, maksimum 16, rata-rata sebesar 13,96, dan standar

deviasi 1,559, literasi keuangan syariah (X2) memiliki nilai minimum 12 dan maksimum 24, dengan rata-rata sebesar 20,29 dan standar deviasi 2.683, variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai minimum 10, maksimum 16, rata-rata sebesar 13,92 dengan standar deviasi 1.497, dan variabel minat menabung (Y) memiliki nilai minimum 12, maksimum 20, rata-rata sebesar 17,26 dengan standar deviasi 1,890.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1 halal lifestyle	98	10	16	13.96	1.559
X2 literasi keuangan syariah	98	12	24	20.29	2.683
X3 kepercayaan	98	10	16	13.92	1.497
Y minat menabung	98	12	20	17.26	1.890

Sumber: SPSS, Data Olahan (2025)

Uji validitas dan reliabilitas

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan Variabel dependen (minat menabung) dan variabel independen (*halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan)

memiliki r hitung $>$ r tabel . Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan telah terbukti valid dan karenanya dapat digunakan sebagai dasar analisis dalam penelitian ini.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	X/Y	R hitung	</>	R table	Keterangan
X1. Halal Lifestyle	X1.1	0,494	>	0,1986	Valid
	X1.2	0,573	>	0,1986	Valid
	X1.3	0,598	>	0,1986	Valid
	X1.4	0,448	>	0,1986	Valid
X2. Literasi Keuangan Syariah	X2.1	0,762	>	0,1986	Valid
	X2.2	0,77	>	0,1986	Valid
	X2.3	0,808	>	0,1986	Valid
	X2.4	0,761	>	0,1986	Valid
	X2.5	0,772	>	0,1986	Valid
	X2.6	0,778	>	0,1986	Valid
X3. Kepercayaan	X3.1	0,532	>	0,1986	Valid
	X3.2	0,663	>	0,1986	Valid
	X3.3	0,511	>	0,1986	Valid
	X3.4	0,539	>	0,1986	Valid
Y.Minat Menabung	Y1.1	0,693	>	0,1986	Valid
	Y1.2	0,677	>	0,1986	Valid
	Y1.3	0,691	>	0,1986	Valid
	Y1.4	0,638	>	0,1986	Valid
	Y1.5	0,63	>	0,1986	Valid

Sumber: SPSS, Data Olahan (2025)

Berdasarkan pengujian reliabilitas pada tabel 3, dapat dilihat bahwa variabel independen (*halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan) dan variabel dependen (minat menabung) dapat dikatakan

bahwa setiap variabel penelitian telah menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi dengan dibuktikan memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach Alpha	Keterangan
X1. Halal Lifestyle	0,604	Reliable
X2. Literasi Keuangan Syariah	0,806	Reliable
X3. Kepercayaan	0,636	Reliable
Y. Minat Menabung	0,715	Reliable

Sumber: SPSS, Data Olahan (2025)

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan data yang terdapat pada Tabel 4, hasil uji normalitas residual menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov dengan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,058, yang > 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa residual dalam model regresi terdistribusi normal. Pada uji multikolinearitas, semua variabel independen memenuhi kriteria toleransi (> 0,1) dan nilai VIF (< 10). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel yang berfungsi sebagai prediktor dalam model regresi memiliki nilai toleransi

lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih rendah dari 10, yang mengindikasikan tidak adanya gejala multikolinearitas. Dengan demikian, variabel-variabel independen yang digunakan penelitian ini dapat diterapkan secara independen tanpa masalah multikolinearitas. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai Abresid Unstandardized Residual untuk semua variabel > 0,05, yang menyatakan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga *varians error* dianggap homogen.

Tabel 4. Uji Asumsi Klasik

Model	Uji Asumsi Klasik		Abresid	Unstandardized Residual
	Tolerance	VIF		
X1 Halal Lifestyle	0,59	1,695	0,308	
X2 Literasi Keuangan Syariah	0,452	2,212	0,384	
X3 Kpercayaan	0,479	2,090	0,081	
			0,501	
Kolmogorov-Smirnov Z				
Asymp. Sig (2-Tailed)				0,058

Sumber: SPSS, Data Olahan (2025)

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen, *halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan mempengaruhi variabel dependen, yaitu minat menabung. Berikut ini adalah hasil persamaannya:

$$Y = 3,276 + 0,247X1 + 0,208X2 + 0,453X3$$

Konstanta sebesar 3,276 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen, yaitu *halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan bernilai nol, maka nilai minat menabung sebesar 3,276. Setiap koefisien regresi variabel independen menunjukkan pengaruh positif terhadap minat menabung. Koefisien 0,247 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% pada skor *halal lifestyle* akan meningkatkan

minat menabung sebesar 0,247%, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Koefisien 0,208 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% pada skor literasi keuangan syariah akan meningkatkan minat menabung

sebesar 0,208%. Koefisien 0,453 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% pada skor kepercayaan akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,453 %.

Tabel 5. Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficient		T	Sig.
	B	Std.Error		
Constant	3,276	1,335	2,454	0,016
Halal Lifestyle	0,247	0,108	2,289	0,024
Literasi Keuangan Syariah	0,208	0,072	2,911	0,004
Kepercayaan	0,453	0,125	3,638	0,000
R			0,750	
Adjusted R square			0,548	
Std.Error Of The Estimate			1,271	
F			40,178	0,000

Sumber: SPSS, Data Olahan (2025)

Tabel 5 menunjukkan tingkat korelasi antara variabel *halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan terhadap minat menabung. Nilai R sebesar 0,750 mengindikasikan bahwa koefisien korelasinya adalah 0,750, yang mendekati nilai positif satu. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat antara variabel dependen (minat menabung) dengan ketiga variabel independen (*halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan). Sementara itu, koefisien determinasi (R^2) yang tercermin pada nilai *Adjusted R square* pada Tabel 6 sebesar 0,548 menunjukkan bahwa 54,8% variasi dalam minat menabung dapat dijelaskan oleh *halal lifestyle*, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan. Sisa 45,2% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model ini.

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis nol (H_0) dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel *halal lifestyle* tidak berpengaruh terhadap minat menabung, sementara hipotesis alternatif (H_1) menyatakan bahwa variabel *halal lifestyle* berpengaruh terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil analisis, nilai t-hitung untuk variabel *halal lifestyle* adalah 2,289, yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,661. Selain itu, nilai

signifikansi (sig) sebesar 0,024 lebih kecil dari alpha 5% (0,05), yang menyebabkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa, dengan asumsi variabel independen lainnya dikendalikan, variabel *halal lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Hipotesis nol (H_0) dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung, sedangkan hipotesis alternatif (H_2) menyatakan bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil analisis, nilai t-hitung untuk variabel literasi keuangan syariah adalah 2,911, yang lebih tinggi daripada nilai t-tabel sebesar 1,661. Selain itu, nilai signifikansi (sig) sebesar 0,004 lebih kecil dari alpha 5% (0,05), sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Hipotesis nol (H_0) dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung, sedangkan hipotesis alternatif (H_3) menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil analisis, nilai t-

hitung untuk variabel kepercayaan adalah 3,638, yang lebih tinggi daripada nilai t-tabel sebesar 1,661. Selain itu, nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 5% (0,05), sehingga H0 ditolak dan H3 diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung

Pengaruh Halal Lifestyle Terhadap Minat Menabung

Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan *halal lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi kesadaran dan penerapan *halal lifestyle*, semakin besar pula minat mahasiswa untuk memilih dan memanfaatkan layanan keuangan syariah. Mahasiswa yang menjalani gaya hidup halal lebih cenderung memilih bank syariah karena prinsip-prinsip yang sejalan dengan ajaran Islam, seperti menjauhi riba serta menjaga transparansi di setiap transaksi. *Halal lifestyle* menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah, terutama dalam memilih produk dan layanan yang sejalan dengan tuntunan agama. Salah satu metode untuk menjalankan *halal lifestyle* ialah dengan mengikuti perintah Allah SWT terkait layanan keuangan perbankan dan konsumsi barang.

Studi ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan Harisya & Mochlasin (2022) yang mengindikasikan bahwa *halal lifestyle* berperan penting dalam keputusan nasabah dalam menentukan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Artinya, *halal lifestyle* menjadi ukuran bagi konsumen untuk memilih produk perbankan yang selaras dengan ajaran Islam dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sebagaimana yang dijelaskan oleh Yulianti (2022). Konsumen saat ini cenderung mengikuti tren yang berkembang, baik dalam kebutuhan primer maupun sekunder, sesuai dengan *lifestyle* yang mereka anut, yaitu *halal lifestyle*. Gaya hidup ini mengarah pada cara seseorang

menggunakan, mengonsumsi, dan memanfaatkan barang dan jasa yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Hal ini sejalan dengan pernyataan Tyas & Supriyanto (2022) yang menyebutkan bahwa *halal lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih barang atau jasa.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Artinya, semakin baik pemahaman mahasiswa tentang konsep, prinsip, dan produk keuangan syariah, kian meningkat keinginan mereka untuk menabung di bank syariah. Literasi keuangan syariah sangat penting dalam membantu mahasiswa mengetahui keuntungan sistem keuangan syariah, seperti bebas dari *riba*, transparansi, dan kesesuaian dengan ajaran Islam. Pemahaman yang baik tentang literasi keuangan syariah juga dapat menambah kepercayaan terhadap layanan untuk ditawarkan oleh bank syariah. Selain itu, dengan literasi keuangan yang memadai, mahasiswa dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak serta sesuai dengan ajaran Islam, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan mereka guna memilih bank syariah sebagai tempat untuk menabung.

Studi yang dilakukan oleh Razaaq (2025) menguatkan temuan ini, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan Islam memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan perbankan syariah di kalangan mahasiswa jurusan ekonomi syariah. Studi serupa oleh Faizah & Sa'diyah (2022) juga mengindikasikan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil ini sejalan dengan temuan dari penelitian Ruwaidah (2020) yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk

memanfaatkan layanan perbankan syariah. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian tersebut menegaskan pentingnya literasi keuangan syariah dalam meningkatkan minat dan keputusan individu untuk memilih layanan keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menabung

Hasil analisis mengungkapkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap bank syariah, baik dalam hal integritas, transparansi, maupun kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menabung di bank tersebut. Kepercayaan menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa merasa aman dan yakin bahwa dana mereka dikelola secara etis dan selaras dengan prinsip Islam. Di samping itu, reputasi bank syariah dalam menjaga komitmen terhadap nilai-nilai syariah dan memberikan pelayanan yang adil serta profesional semakin memperkuat minat masyarakat untuk menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk terus menjaga kepercayaan nasabah melalui transparansi, pelayanan yang baik, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah agar bisa mempertahankan dan meningkatkan minat masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa, agar menabung di bank syariah.

Kepercayaan terhadap bank syariah berperan signifikan dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menabung di bank tersebut. Faktor-faktor seperti kepatuhan bank terhadap prinsip syariah, transparansi dalam pengelolaan dana, reputasi bank, serta keamanan dana dapat meningkatkan atau mengurangi tingkat kepercayaan mahasiswa. Mahasiswa yang merasa yakin bahwa bank syariah mengelola dana sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan layanan yang aman serta

transparan cenderung lebih tertarik untuk menabung. Selain itu, pengalaman positif, kemudahan akses layanan perbankan digital, dan pengaruh lingkungan sosial juga turut memperkuat kepercayaan mahasiswa, yang pada akhirnya mendorong mahasiswa untuk memutuskan bank syariah sebagai pilihan untuk menabung. Kepercayaan ini menciptakan rasa aman dan nyaman bagi mahasiswa dalam bertransaksi, yang sangat menentukan dalam pengambilan keputusan keuangan jangka panjang. Dengan demikian, bank syariah perlu terus berusaha membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah melalui layanan yang etis, profesional, dan sesuai dengan prinsip syariah.

Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Putri (2019) yang mengungkapkan dimana literasi keuangan Islam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa jurusan ekonomi syariah dalam memilih layanan perbankan syariah. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Andriani & Halmawati (2019) yang mengindikasikan bahwa literasi keuangan Islam memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah. Kedua studi tersebut menekankan keharusan pemahaman dan pengetahuan mengenai keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan dalam memengaruhi keputusan individu untuk memilih bank syariah sebagai tempat menabung atau bertransaksi.

KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa *halal lifestyle*, pengetahuan tentang keuangan syariah, dan tingkat kepercayaan berperan penting dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Semakin tinggi kesadaran dan pemahaman mahasiswa terhadap prinsip-prinsip syariah, semakin besar kemungkinan mereka memilih layanan perbankan syariah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pengetahuan yang baik memberi mereka keyakinan dalam pengambilan keputusan finansial, sementara

kepercayaan terhadap integritas dan transparansi bank syariah turut memperkuat pilihan tersebut. Oleh karena itu, pendekatan yang menggabungkan edukasi keuangan syariah, promosi gaya hidup halal, dan penguatan kepercayaan nasabah sangat penting bagi bank syariah dalam menarik minat mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Gicella Fanny., & Halmawati. 2019. Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), p. 1322–1336.
- Faizah, Nur., & Sa'diyah, Mahmudatus. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, p. 253–266.
- Harisya, Syahda Malyavitha., & Mochlasin. 2022. Peran moderasi halal lifestyle pada hubungan pengetahuan keuangan dan kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. *Journal of Halal Industry Studies*, 1(1), p. 32–44.
- Jailani, Novalini., & Adinugraha, Hendri Hermawan. 2022. The Effect of Halal Lifestyle on Economic Growth in Indonesia. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 6(1), p. 44–53.
- Kristiyadi, Afif., & Hartiyah, Indah. 2020. Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Profita*, 8(6), p. 248–253.
- Mufidah, Muna., Handoko, Luqman Hakim., Rasyid, Asyraf Asyraf. 2024. Pengaruh Halal Lifestyle, Literasi Keuangan Syariah, dan Islamic Branding Terhadap Keputusan. *Al-Ittifaq: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), p. 23–38.
- Nasution, Anriza Witi., & Fatira, Marlya. 2019. Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), p. 40–63.
- Nurchayati, Nurul. 2014. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah Pada Alumni Pondok Pesantren Modern Babussalam Madiun. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Oktariana, Maryani. 2022. Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta. *Skripsi*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Pahlevi, Reza., 2014. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Green Product (Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkulu Yang Menggunakan Produk Elektronik Lampu Hemat Energi). *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu.
- Putri, Alifa Andira. 2019. Kinerja Reksa Dana Saham Syariah Menggunakan Metode Sharpe, Treynor, Jensen, Dan M2 (Studi Pada Reksa Dana Saham Syariah Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Razaaq, Muhammad Miftahul. 2025. Pengaruh Halal Lifestyle Dan Literasi Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Pada ASN Pemerintah Kota Banda Aceh). *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

- Ruwaidah, Siti Homisyah. 2020. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), p. 79-106.
- Salim, Fajriah., Arif, Suyudi., & Devi, Abrista. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), p. 226–244.
- Saputra, Robert Andika., Maulana, Hendra., Farid, Diana., Susana, Lina Marlina., Mulyasari, Heni., Pakarti, Muhammad Husni Abdullah., & Hendriana. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Simpanan BMT Rukun Abadi (Studi Kasus Anggota Koperasi BMT Rukun Abadi). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), p. 63–80.
- Setiawan. 2023. Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Citra Bank Syariah. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(2), p. 240–251.
- Syahriyal. 2019. Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), p. 139–156.
- Tana, Susanti Oktafiani., & Bessie, Juita L. D. 2020. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan X2 Family Resto And Karaoke Kupang). *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 13(3), p. 255–270.
- Tyas, Diah Aprilianing., & Supriyanto, Agus. 2022. Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), p. 141–152.
- Yulianti, Ika. 2022. Analisis Pengaruh Memutuskan Menjadi Nasabah Bank Syariah Sragen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(2), p. 75–84.
- Yusmelia, Annisa., Suryadi, Nanda., & Nasrah, Hidayati. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Tabarru : Islamic Banking and Finance*, 7(2), p. 504-514.