

**FAKTOR PENENTU PEMILIHAN BANK SYARIAH DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Rozi Fery Setyaningsih<sup>1\*</sup>, Bambang Agus Pramuka<sup>2</sup>**

<sup>1\*</sup> Universitas Jenderal Soedirman rozi.setyaningsih@mhs.unsoed.ac.id

<sup>2</sup> Universitas Jenderal Soedirman <sup>2</sup>bpramuka@yahoo.com

---

**Abstrak**

Perbankan syariah kian dibutuhkan sebagai media transaksi seiring dengan meningkatnya industri- industri halal di Indonesia. Pertumbuhan perbankan syariah yang tinggi namun memiliki *market share* yang masih rendah yaitu pada juli 2021 baru mencapai 6,59% dari total masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, dalam penelitian ini ingin mengetahui faktor penentu pemilihan masyarakat terhadap bank syariah dengan trust sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan tool SmartPLS 3 dengan metode analisis Partial Least Square (PLS). Responden dalam penelitian ini sebanyak 163 responden yaitu nasabah bank syariah se *ekskaresidenan* pekalongan. Hasilnya menunjukkan bahwa Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap pemilihan bank syariah, Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap trust (kepercayaan), Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap pemilihan bank syariah, Kualitas layanan berpengaruh terhadap trust (kepercayaan). Kepercayaan berpengaruh terhadap pemilihan bank syariah. Implikasi pada penelitian ini bahwa perbankan syariah perlu meningkatkan literasi keuangan syariah dalam membentuk kepercayaan terhadap produk dan layanan bank syariah. Selain itu, perlunya meningkatkan kualitas layanan. Dalam membentuk kepercayaan nasabah perlu rasa kesadaran dan niat yang tinggi.

**Kata kunci:** bank syariah, kualitas layanan, literasi keuangan syariah, trust, PLS

---

**Abstract**

*Islamic banking is increasingly needed as a transaction medium along with the increasing number of halal industries in Indonesia. The growth of Islamic banking is high but has a low market share, namely in July 2021 it only reached 6.59% of the total Indonesian people. Therefore, in this study, we want to know the determinants of the community's selection of Islamic banks with trust as a mediating variable. This study uses the SmartPLS 3 tool with the Partial Least Square (PLS) analysis method. Respondents in this study were 163 respondents, namely customers of Islamic banks from the Pekalongan ex-residence. The results show that Islamic financial literacy has no effect on the selection of Islamic banks, financial literacy has a significant effect on trust, service quality has a significant positive effect on the selection of Islamic banks, and service quality has an effect on trust. Trust has an effect on the selection of Islamic banks. The implication of this research is that Islamic banking needs to improve Islamic financial literacy in forming trust in Islamic bank products and services. In addition, the need to improve the quality of service. Building customer trust requires a high sense of awareness and intention.*

**Keyword:** *Islamic banking, service quality, islamic finance literacy, trust, PLS*

---

**PENDAHULUAN**

Awal Februari 2021 pemerintah melakukan kebijakan merger terhadap bank-bank syariah BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu lembaga keuangan dengan nama Bank Syariah Indonesia (BSI) sehingga menjadi bank hasil merger terbesar di Indonesia dengan total asset Rp 240 triliun (Republika, 2021). Tujuan merger ini adalah sebagai pendorong tumbuhnya industri keuangan syariah Indonesia disektor perbankan. Apalagi dengan semakin bertambahnya industri-industri halal di Indonesia tentunya sangat membutuhkan keuangan syariah sebagai penopang dalam proses transaksinya. Terlebih di tengah terjadinya wabah pandemi Covid-19 yang berdampak

pada kinerja sektor keuangan yang memburuk, membuktikan bahwa kinerja bank syariah tetap tinggi (Setiawan dkk, 2021). Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pembiayaan yang disalurkan bank syariah tumbuh 7,25% (yoy) dari Rp 368,2 triliun menjadi Rp 394, 9 triliun pada september 1-2021. Sektor pembiayaan cukup menjadi daya tarik bagi nasabah sehingga mampu meningkatkan minat. Sejalan dengan hasil penelitian (Pramuka, 2011) bahwa bank syariah harus lebih fokus menyalurkan kredit ke sektor industri daripada menginvestasikan dananya di moneter.

Direktur Sales & distribusi PT.Bank Syariah Indonesia Tbk, Anton sukarna pada saat webinar "Penguatan Keuangan Syariah di Masa Pandemi" menyampaikan bahwa dimasa pandemi Covid-19 perbankan syariah lebih mempunyai daya tahan (*sustainable*) jika dibandingkan dengan perbankan konvensional. Hal ini dilihat dari pertumbuhan perbankan syariah secara aset, pembiayaan, dan DPK dibandingkan dengan perbankan konvensional.

Tabel 1. Pertumbuhan Perbankan Saat Pandemi Covid-19

SumberDana	Bank Syariah		Bank Konvensional	
	Triliun	%	Triliun	%
Aset	632	15,8	8954	8,07
Pembiayaan	405	7,35	5302	0,17
DPK	501	16,54	6586	10,88

Sumber. Statistik Perbankan Syariah OJK.2021

Secara keseluruhan, persentase perbankan syariah dilihat dari sisi Aset, pembiayaan, dan Dana Pihak Ketiga (DPK) memiliki trend pertumbuhan yang meningkat jika dibandingkan dengan perbankan konvensional. Namun apabila dilihat dari nominal rupiah perbandingannya masih sangat jauh jika dibandingkan dengan perbankan konvensional yaitu 1 : 13. Artinya bahwa disituasi pandemi covid- 19, kenaikan persentase pertumbuhan perbankan syariah lebih tinggi dan lebih tahan dibandingkan dengan perbankan konvensional. Perbankan syariah sangat memiliki peluang untuk bertumbuh lebih baik.

Namun demikian, potensi-potensi tersebut nampaknya belum dimanfaatkan secara optimal. Perlu adanya stimulus dan treatment untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap keuangan syariah khususnya perbankan syariah. Data Statistik Perbankan Syariah (SPS) OJK mencatat bahwa data rekeningDana Pihak Ketiga (DPK) Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) mencapai 41. 722. 239 sedangkan jumlah rekening pembiayaan tercatat 6.624.308 (SPS, November 2021). Data tersebut masih jauh lebih sedikit dibandingkan dengan total jumlah penduduk indonesia sebanyak 270,20 juta jiwa (SP BPS, 2020). Dari informasi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah masih sangat kurang jika dibandingkan dengan jumlah masyarakat Indonesia. Masih perlu adanya penggalian potensi –potensi yang masih harus dicari untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Gubernur Bank Sentral Malaysia menunjukkan beberapa tahun yang lalu bahwa untuk membuat produk keuangan Islam dapat diterima oleh spektrum yang lebih luas dari investor dan para pelaku bisnis, literasi keuangan pada produk keuangan syariah perlu ditingkatkan. (Abdullah, M. A, 2015). Pengetahuan konsumen terhadap bank syariah masih terbatas, sebagian besar masyarakat hanya mengetahui tentang riba dan syariah. Sedangkan istilah - istilah dalam perbankan syariah seperti *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah*, dan *murabahah* masih belum diketahui dan dimengerti oleh konsumen (Adawiyah, 2010).

Indonesia sebagai penduduk muslim terbesar lebih dari 80%, namun market share perbankan syariah pada juli 2021 baru mencapai 6,59% dari total masyarakat Indonesia (SPS,2021). Market share yang rendah menunjukkan bahwa masih sedikit masyarakat yang minat dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Banyaknya penduduk muslim seharusnya dapat memberikan potensi yang besar terhadap peningkatan minat masyarakat untuk memilih bank syariah. Karena semua produk yang ada, tentunya memiliki akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah dan nilai-nilai Islam. Sehingga nasabah

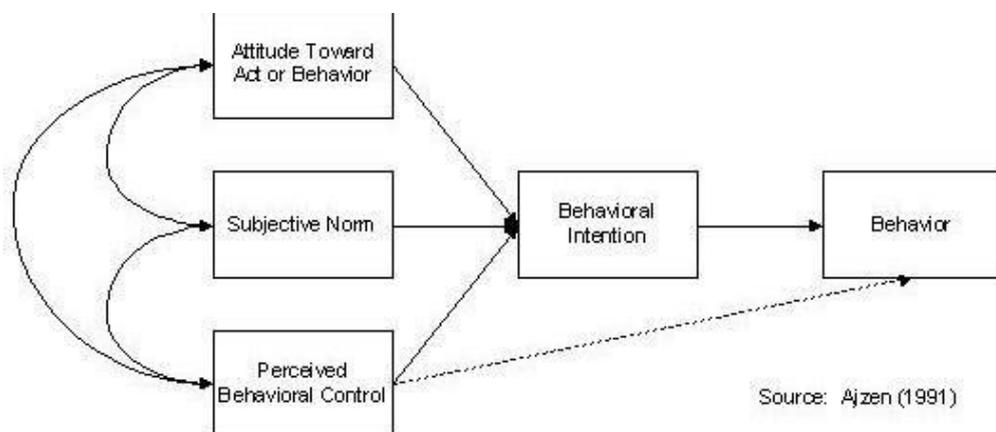
akan lebih aman dan percaya. Lambatnya pertumbuhan minat masyarakat dan pangsa pasar bank syariah di Indonesia terutama disebabkan oleh persepsi nasabah yang masih memandang bahwa kualitas layanan bank syariah masih kalah canggih dibandingkan dengan bank konvensional terutama dari segi harga, proses, dan promosi (Wu, Cheng & Hussein, 2019; Hati, Gayatri & Indraswari, 2020). Hasil analisis penelitian yang dilakukan oleh Adawiyah (2010) menyatakan bahwa ada tujuh faktor yang menjadi kriteria seleksi konsumen terhadap bank syariah di Purwokerto antara lain: faktor persepsi, faktor proses, faktor bukti fisik, faktor harga, sosial, dan lokasi. Faktor persepsi dan keramahan personel bank merupakan faktor yang dominan. Oleh karena itu dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih mendalam faktor apa saja yang memicu naiknya minat masyarakat terhadap bank syariah sehingga dapat mendorong pertumbuhan keuangan syariah disektor perbankan. Pembaharuan dalam penelitian ini yaitu mengambil variabel kepercayaan (*trust*) sebagai variabel yang memediasi literasi keuangan syariah dan kualitas layanan dalam proses pemilihan perbankan syariah. Selain itu, dengan digunakannya variabel literasi keuangan syariah diharapkan mampu memberikan kesadaran bahwa masyarakat perlu meningkatkan pemahaman terhadap keuangan syariah untuk menjadi masyarakat yang bijak dalam hal keuangan syariah khususnya perbankan. Penelitian ini mengangkat judul “Faktor Penentu Pemilihan Bank Syariah dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi”

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### Theory of Planned Behavior (TPB)

TPB merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang telah dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Bahwa TPB sudah diterima secara luas sebagai instrumen dalam menganalisis perbedaan antara sikap dan niat serta sebagai niat dan perilaku. Perilaku yang dilakukan individu timbul karena adanya niat dari individu tersebut untuk berperilaku. Niat tersebut disebabkan oleh beberapa faktor internal maupun eksternal dari individu. TPB menjelaskan bahwa niat individu untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor, yaitu: *attitude toward the behavior*, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.

TPB adalah model yang paling banyak digunakan terkait dengan hubungan sikap-perilaku (Davies et al., 2002). Meskipun demikian, di antara popularitasnya yang sangat besar, teori tersebut telah dikritik karena asumsi rasionalitas. Individu diasumsikan rasional dan logis ketika menegaskan konsekuensi dari bertindak, membentuk sikap, norma subjektif terhadap tindakan, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Barber, 2011). Meskipun, para pendiri teori membantah bahwa tidak ada dalam teori yang mengasumsikan bahwa orang-orang itu rasional atau berperilaku secara rasional (Fishbein & Ajzen, 2010).



Gambar 1. Skema TPB

### Literasi Keuangan Syariah

Literasi dalam konteks penelitian ini adalah pengetahuan atau pemahaman nasabah tentang bank syariah. Hamid & Bordin (2001) menyatakan bahwa penelitian yang dilakukan di Malaysia pada tahun 1994, mengenai pengetahuan tentang perbankan syariah menunjukkan bahwa hampir 100 persendari populasi Muslim adalah mengetahui keberadaan bank syariah. Namun, dari jumlah tersebut, hanya 27,3 persen yang sepenuhnya memahami perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Hasil penelitian yang dilakukan oleh adistii dkk (2021) tentang wakaf uang bahwa literasi wakaf uang berpengaruh positif terhadap minat untuk berwakaf uang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zaman, Z dkk (2017) di pakistan 50% responden mengetahui layanan perbankan syariah tetapi kebanyakan dari mereka tidak mengetahui konsep yang berbeda yang digunakan dalam perbankan syariah. Sekitar setengah skor populasi rendah pada literasi keuangan Islam. Penelitian (Albaity, 2019) menunjukkan bahwa *Islamic Financial Literature*, kesadaran, reputasi dan sikap terhadap perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan perbankan syariah.

### Kualitas Layanan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rofiqo, A., dkk. (2021). menunjukkan bahwa path model kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Ponorogo. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Ramdhani, M. A dkk ,2011).

### Kepercayaan

Kepercayaan merupakan komitmen pelanggan yang berasal dari keinginan yang berlangsung lama dalam diri, untuk mempertahankan hubungan yang berharga atau hubungan yang dapat memberikan manfaat (*valued relationship*), Moorman et al, 1992 dalam Rofiqoh A, dkk (2021). Berdasarkan tinjauan literatur dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

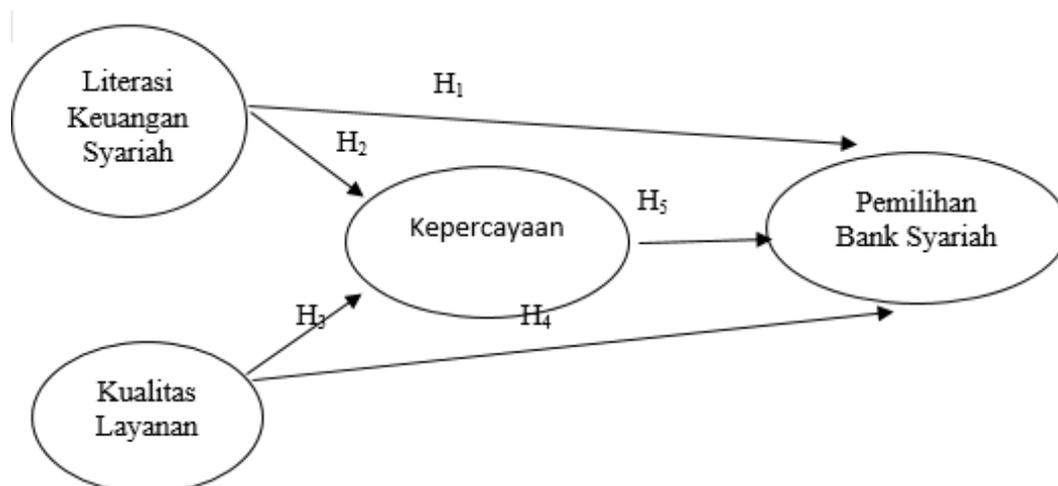
H1 : Literasi mempengaruhi pemilihan bank syariah

H2 : Literasi mempengaruhi pemilihan bank syariah dimediasi oleh kepercayaan

H3 : Kualitas layanan mempengaruhi nasabah memilih bank syariah

H4 : Kualitas layanan mempengaruhi nasabah memilih bank syariah dimediasi oleh kepercayaan

H5 : Kepercayaan mempengaruhi nasabah memilih bank syariah



Gambar 2. Model Penelitian

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini melakukan uji hipotesis, sehingga menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Objek penelitian berdasarkan populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen tertentu untuk

mendapatkan hasil uji hipotesis (Sugiono, 2012). Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber informasi (Indriyanto dan Bambang, 2014) .

### Populasi dan Sampel

Pengukuran dinilai berdasarkan pengukuran nilai AVE. Jika korelasi konstruk dengan masing-masing indikator lebih besar dari ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten memprediksi indikator lebih baik daripada konstruk lainnya. Nilai konstruk dikatakan baik ketina Nilai AVE > 0,05.

Tabel 1 Nilai AVE

Variabel	AVE
Kualitas Layanan (KL)	0.740
<i>Literasi Keuangan Syariah (LKS)</i>	0.722
Pemilihan Bank Syariah (PBS)	0.773
<i>Trust (T)</i>	0.743

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan uji statistik yang hasilnya ditampilkan pada tabel 1 didapatkan bahwa seluruh nilai AVE dari variabel lebih dari 0,05. Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel lolos uji validitas.

#### a. *Composite Reliability*

*Composite Reliability* ditujukan untuk melihat reliabilitas dari variabel yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan. Nilai dari *Composite Reliability* > 0,7 dikatakan reliabel. Hasil uji statistik yang dilakukan sebagai berikut

Tabel 2 Nilai CR

Variabel	CR
Kualitas Layanan (KL)	0.919
<i>Literasi Keuangan Syariah (LKS)</i>	0.928
Pemilihan Bank Syariah (PBS)	0.931
<i>Trust (T)</i>	0.921

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 2 didapatkan bahwa seluruh variabel yang ada pada penelitian ini didapatkan bahwa nilai *Composite Reliability* dari seluruh variabel lebih dari 0,7, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini Reliabel.

#### b. *Cronbach Alpha*

Reliabilitas dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini diperkuat dengan nilai *Cronbach Alpha* dari masing – masing variabel yang ada. Nilai dari *Cronbach Alpha* yang baik untuk masing-masing variabel adalah  $\alpha \geq 0.5$ .

Tabel 3 Nilai CA

Variabel	CA
Kualitas Layanan (KL)	0.883
<i>Literasi Keuangan Syariah (LKS)</i>	0.903
Pemilihan Bank Syariah (PBS)	0.901
<i>Trust (T)</i>	0.885

Sumber : Data diolah 2022

Merujuk pada Tabel 3, didapatkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,5. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel.

### 1. Merancang model Strukturan (Inner Model)

Model struktural menggunakan R-square untuk konstruk dependen, uji Stone-Geisser Q-square untuk relevansi prediktif dan uji t serta signifikansi koefisien parameter jalur struktural. R<sup>2</sup>

digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Kriteria pembatasan nilai  $R^2$  terdapat dalam tiga klasifikasi menurut Llatan & Ghozali, 2012) yaitu 0,75(kuat), 0,50 (moderat), 0,25(lemah). Selain itu, juga melihat relevansi prediktif Qsquare untuk mengukur seberapa baik nilai yang diamati dan juga parameter yang diestimasi. Nilai Q-square lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki nilai relevansi Prediktif, sedangkan nilai Q-square kurang dari 0 menunjukkan bahwa model tidak memiliki relevansi prediktif. Berikut hasil uji statisti untuk nilai R square :

Tabel 4 Nilai R-Square

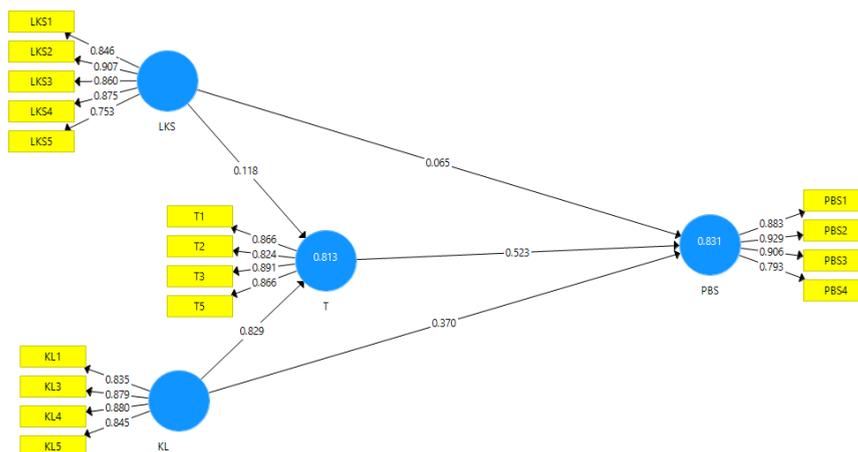
Variabel	R-Square
Kualitas Layanan (KL)	
Literasi Keuangan Syariah (LKS)	
Pemilihan Bank Syariah (PBS)	0,831
Trust (T)	0,813

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan, didapatkan bahwa nilai R-Square dari Pemilihan Bank Syariah (PBS) yaitu 0,831 atau 83,1 % yang berarti bahwa Pemilihan Bank Syariah (PBS) dipengaruhi oleh Kualitas Layanan (KL), Literasi Keuangan Syariah (LKS) dan Trust (T) sebesar 83,1 % dan dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 16,9% variabel lain. Nilai R-Square dari Trust (T) 0,813 atau 81,3% yang berarti bahwa Trust (T) dipengaruhi oleh Kualitas Layanan (KL) dan Literasi Keuangan Syariah (LKS) 81,3 % dan dipengaruhi variabel lain sebesar 8,7 %.

2. Membuat FIT Model

Fit model terbentuk setelah peneliti mendapatkan variabel yang lolos valid dan reliabel. Serta mendapatkan model yang memiliki R Square terbaik maka didapatkan model yang dipergunkan untuk uji hipotesis. Fit model pada penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1 Fit Model

c. Uji Hipotesis

Tingkat kepercayaan dari penelitian ini yaitu 95%, sehingga nilai dari  $\alpha$  ( ) = 0,05 dan nilai dari t tabel 1,98. Sehingga hipotesis dapat diterima ketika nilai t tabel lebih dari 1,98 dan Pvalue kurang dari 0,05. Berikut hasil uji statistik guna uji hipotesis sebagai berikut.

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Statistics	P Values	Informasi
Literasi Keuangan Syariah -> Pemilihan Bank Syariah	1,113	0,258	Ditolak
Literasi Keuangan Syariah -> Trust	2,901	0,004	Diterima
Kualitas Layanan -> Trust	23,969	0,000	Diterima
Kualitas Layanan -> Pemilihan Bank Syariah	4,307	0.000	Diterima
Trust -> Pemilihan Bank Syariah	5,998	0,000	Diterima

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas menunjukkan ada satu hipotesis ditolak yaitu Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap Pemilihan Bank Syariah dengan nilai p value 0,258 sehingga hipotesis H1 ditolak. Hal ini tidak sesuai pada penelitian terdahulu (Albaity, 2019) menunjukkan bahwa *Islamic Financial Literature*, kesadaran, reputasi dan sikap terhadap perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan perbankan syariah. Berdasarkan analisa penulis bahwa jika seseorang memiliki pemahaman yang baik terkait perbankan syariah belum tentu dapat langsung memilih perbankan syariah, perlu ada rasa kepercayaan, keyakinan dan niat dari diri sendiri, sampai menyadari bahwa keputusannya bermanfaat. Berdasarkan *theory planned behavior* menyatakan bahwa Perilaku yang dilakukan individu timbul karena adanya niat dari individu tersebut untuk berperilaku. Adapun jika seseorang memiliki literasi keuangan syariah yang baik, memahami betul prinsip syariah yang menjadi syarat utama perbankan syariah dalam beroperasi sesuai dengan peraturan Undang-undang perbankan syariah no 11 tahun 2008. Maka hal itu akan menjadi dasar alasan dalam pemilihan produk dan layanan perbankan syariah. Sedangkan apabila terdapat operasional perusahaan yang belum memenuhi prinsip kepatuhan terhadap UU perbankan syariah, maka hal tersebut sepenuhnya adalah kelemahan manajemen dan Dewan pengawas syariah yang belum menjalankan fungsi syariahnya dengan baik. Pertimbangan utama bagi seseorang yang memahami literasi keuangan syariah adalah landasan prinsip yang benar yang melekat pada perbankan syariah itu sendiri. Kembali dalam analisa ini, literasi keuangan membutuhkan niat dari individu sampai pada pengambilan keputusan.

Ada 4 hipotesis yang diterima yaitu, pertama Variabel literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap trust/kepercayaan dengan nilai p-value  $0,004 < 0,05$  dan t statistik  $2,901 > t$  tabel 1,98 sehingga hipotesis H0 ditolak dan Hipotesis H2 diterima. Jika seseorang dibekali dengan literasi atau pemahaman keuangan syariah hal ini akan membantu dalam meningkatkan kepercayaan (*trust*) nasabah terhadap bank syariah. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* /kepercayaan terhadap bank syariah dengan nilai p-value  $0,000 < \alpha 5\%$  dan nilai t statistik  $23,969 > t$  tabel, 1,98. Sehingga hipotesis H3 bisa diterima. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rofiqo, A., dkk. (2021). menunjukkan bahwa *path model* kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Bahwa adanya kualitas pelayanan yang baik, sopan, dan agamis mampu membentuk kepercayaan nasabah bank syariah. Dalam membentuk kualitas layanan yang semakin baik petugas perbankan perlu dibekali dengan spiritualitas sebagai karakter dasar Islam dalam organisasi islami. Spiritualitas sangat penting dalam pengembangan sumber daya manusia (Adawiyah & Pramuka, 2017).

Variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap pemilihan bank syariah dengan nilai p-value  $0,000 < 0,05$  dan t statistik  $4,307 >$  dari t tabel 1,98 sehingga H0 ditolak dan terima H4. Dalam arti

jika suatu perbankan syariah dapat memberikan kualitas pelayanan yang ramah, komunikatif, pelayanan cepat dan pelayanan yang solutif terhadap nasabah maka hal ini secara langsung dapat menarik minat nasabah untuk memilih bank syariah. Variabel kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap pemilihan bank syariah dengan nilai p-value  $0,000 < 5\%$  dan nilai t statistik  $5,988 > t$  tabel 1,98 . hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jasik H dkk,2021) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap *Purchase intention*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap pemilihan bank syariah, pemahaman keuangan syariah yang tinggi tidak serta merta meningkatkan minat masyarakat pada perbankan syariah, literasi keuangan perlu dibekali niat dan rasa percaya (*trust*) masyarakat dalam mengambil keputusan (*theory planned behavior*). Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap *trust* (kepercayaan). Sehingga literasi keuangan perlu dimediasi oleh *trust* dalam pemilihan perbankan syariah. Maka sangat penting bagi masyarakat dalam meningkatkan literasi keungan syariah untuk meningkatkan pemahaman secara mendalam tentang perbankan syariah sehingga terbentuklah rasa percaya yang tinggi. Mengingat literasi keuangan syariah masih rendah dikalangan masyarakat. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap pemilihan bank syariah, menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki kontribusi yang tinggi dalam meningkatkan minat nasabah perbankan syariah. Sehingga perbankan syariah sangat perlu meningkatkan kualitas layanan seperti menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat, memberikan biaya yang rendah, karyawan dengan pelayanan yang baik. Kualitas layanan berpengaruh terhadap *trust* (kepercayaan), dengan kualitas layanan yang bagus tentunya mampu meningkatkan kepercayaan nasabah. Kepercayaan berpengaruh terhadap pemilihan bank syariah, jika perbankan syariah bersikap amanah, memberikan manfaat dan berkah (*falah oriented*) yang tinggi maka dapat meningkatkan minat masyarakat. Perbankan syariah sangat perlu mempertahankan serta terus meningkatkan kualitas pelayanan karena hal ini sangat mendorong nasabah dalam membentuk niat, kepercayaan untuk memilih bank syariah. *Trust* /kepercayaan terhadap perbankan syariah perlu didukung dengan niat dan kesadaran yang tinggi.

## REFERENSI

- Abdullah, M. A., & Anderson, A. (2015). Islamic Financial Literacy among Bankers in Kuala Lumpur. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 3(2), 79. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v3i2.9061>
- Adawiyah, W. R. (2015). Pertimbangan, pengetahuan, dan sikap konsumen individu terhadap bank syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 11(2), 191-201.
- Adawiyah, W. R., & Pramuka, B. A. (2017). Scaling the notion of Islamic spirituality in the workplace. *Journal of Management Development*.
- Adistii, D., Susilowati, D., & Ulfah, P. (2021). Peran Akuntabilitas sebagai Moderasi Hubungan Religiusitas dan Literasi Wakaf terhadap Minat Berwakaf Uang. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 122-137.
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ali, H. (2019). Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin*, 05(09), 526–535. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i09.006>
- Barber, J. S. (2011). The theory of planned behaviour: Considering drives, proximity and dynamics. *Vienna Yearbook of Population Research*, 9, 31-35. <https://doi.org/10.1553/populationyearbook2011s31>
- Davies, J., Foxall, G. R., & Pallister, J. (2002). Beyond the intention–behaviour mythology.

- MarketingTheory, 2(1), 29-113. <https://doi.org/10.1177/147059310200200164>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. Taylor & Francis
- Hamid, A., & Nordin, N. (2001). A study on Islamic banking education and strategy for the new millennium-Malaysian experience. *International Journal of Islamic Financial Services*, 2(4), 3–11.
- Hati, S. R. H., Wibowo, S. S., & Safira, A. (2020). The antecedents of Muslim customers' intention to invest in an Islamic bank's term deposits: evidence from a Muslim majority country. *Journal of Islamic Marketing*, 12 (7), 1363-1384.
- Hidayat, R., & Akhmad, S. (2015). The Influence of Service Quality, Religious Commitment and Trust on The Customers's™ Satisfaction and Loyalty and Decision to Do The Transaction in Mandiri Sharia Bank Of Jawatimur. *Al-Ulum*, 15(1), 57–90.
- Ichwan, A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>
- Indriyanto, Nur dan Bambang Supomo. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Jasin, H., Mujiatun, S., Fauzi Rambe, M., & Bahagia Siregar, R. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 86–102. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5630>
- Lajuni, N., Wong, W. P. M., Yacob, Y., Ting, H., & Jausin, A. (2017). Intention to use Islamic banking products and its determinants. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1).
- Ghozali, I. Latan H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi. SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2021. Statistik Perbankan Syariah November 2021. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---November-2021/SPS%20November%202021.pdf>
- Pramuka, B. A. (2011). Assessing profit efficiency of Islamic banks in Indonesia: An intermediation approach. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 14(1).
- Ramdhani, M. A., Ramdhani, A., & Kurniati, D. M. (2011). The influence of service quality toward customer satisfaction of Islamic sharia bank. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 1099–1104.
- Riyadi, S. (2019). Influence between Banking Service Quality and Brand Image Against Customer Relationship and Loyalty in Sharia Bank. *European Research Studies Journal*, XXII(Issue 3), 322–342. <https://doi.org/10.35808/ersj/1475>.
- Rofiqo, A., Addinata, V. H., & Sari, D. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan dan Kepuasan sebagai Variabel Mediator Bank Syariah di Ponorogo. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 1–11.
- Wiliasih, R., & Shadrina, F. (2017). Faktor Dominan Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah, Bprs, Dan Kspps. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(2), 442. <https://doi.org/10.30997/jn.v3i2.911>
- Wu, H.C., Cheng, C.C. and Hussein, A.S. (2019), "What drives experiential loyalty towards the banks? The case of Islamic banks in Indonesia", *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 595-620, doi: 10.1108/IJBM-04-2018-0101.
- Zaman, Z., Mehmood, B., Aftab, R., Shahid, M., & Ameen, Y. (2017). Role of Islamic Financial Literacy in the Adoption of Islamic Banking Services: An Empirical Evidence from Lahore, Pakistan. *Journal of Islamic Business and Management (JIBM)*, 7(2), 230–247. <https://doi.org/10.26501/jibm/2017.0702-006>.

LAMPIRAN

Tabel 1. Construct Reliability and Validity

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas Layanan	0,883	0,883	0,919	0,740
Literasi Keuangan Syariah	0,903	0,908	0,928	0,722
Pemilihan Bank Syariah	0,901	0,909	0,931	0,773
Trust	0,885	0,890	0,921	0,743

Tabel 2 R Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Pemilihan Bank Syariah	0,831	0,827
Trust	0,813	0,811

Tabel 3 Outer Loadings

Indikator	Kualitas Layanan	Literasi Keuangan Syariah	Pemilihan Bank Syariah	Trust
KL1	0,835			
KL3	0,879			
KL4	0,880			
KL5	0,845			
LKS1		0,846		
LKS2		0,907		
LKS3		0,860		
LKS4		0,875		
LKS5		0,753		
PBS1			0,883	
PBS2			0,929	
PBS3			0,906	
PBS4			0,793	
T1				0,866
T2				0,824
T3				0,891
T5				0,866

Tabel 4 Data Kumpulan Hasil Bootstrap

Jalur yang dihipotesiskan	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Kualitas Layanan -> Pemilihan Bank Syariah	0,370	0,371	0,086	4,307	0,000
Kualitas Layanan -> Trust	0,829	0,825	0,035	23,969	0,000
Literasi Keuangan Syariah -> Pemilihan Bank Syariah	0,065	0,066	0,058	1,133	0,258
Literasi Keuangan Syariah -> Trust	0,118	0,122	0,041	2,901	0,004
Trust -> Pemilihan Bank Syariah	0,523	0,522	0,087	5,998	0,000