

**PENGARUH FAKTOR RASIONAL EMOSIONAL MOTIVASI DAN  
LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT PEDAGANG  
PASAR PADA PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Empiris Pasar Wage Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh:**

**EFI MEILINA  
NIM. 1917202098**

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
Purwokerto  
2023**

**PERNYATAAN KEASLIAN****PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Efi Meilina  
NIM : 1917202098  
Jenjang : S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Progam Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Rasional, Emosional, Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Empiris Pasar Wage Purwokerto)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 10 Oktober 2023



Efi Meilina

Nim. 1917202098

## LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH FAKTOR RASIONAL EMOSIONAL MOTIVASI DAN  
LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT PEDAGANG PASAR  
PADA PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH (STUDI EMPIRIS  
PASAR WAGE PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Efi Meilina NIM 1917202098** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 18 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.

Amanah Aida Qur'an, S.E.Sy., M.E.

NIP. 19780716 200901 2 006

NIP. 19930820 202012 2 013

Pembimbing/Penguji

Ma'ruf Hidayat, M.H.  
NIP. 19940604 201903 1 012

Purwokerto, 26 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan  
Pdt. Dekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**

NIP. 19730921 200212 1 004

**NOTA DINAS PEMBIMBING****NOTA DINAS PEMBIMBING**

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di -

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Efi Meilina NIM 1917202098 yang berjudul:

**Pengaruh Faktor Rasional, Emosional, Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pasar Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Empiris Pasar Wage Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E)

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Purwokerto, 10 Oktober 2023

Pembimbing



Ma'ruf Hidayat, M.H.

NIP. 19940604 201903 1 012

## MOTTO

*“Apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”*

*Umar Bin Khattab*



**PENGARUH FAKTOR RASIONAL, EMOSIONAL, MOTIVASI DAN LITERASI  
KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT PEDAGANG PASAR PADA  
PENGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Empiris Pasar Wage Purwokerto)**

**EFI MEILINA**

**1917202098**

E-mail: [evimeilina001@gmail.com](mailto:evimeilina001@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Bank syariah memiliki peranan yang sangat penting untuk membangun pemahaman mengenai kemanfaatan produk dan jasa perbankan syariah karena bank syariah pengelolaannya sesuai aturan syariah dan terhindar dari riba. Dengan adanya akses yang mudah untuk dijangkau dengan layanan yang tidak kalah efisien dari lembaga keuangan lainnya seharusnya mampu menjadi minat untuk para pedagang menggunakan bank syariah dengan cara transaksi yang halal dan berkah. Permasalahannya disini minat pada penggunaan jasa perbankan syariah masih relatif sedikit. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel rasional, emosional, motivasi dan literasi keuangan syariah secara parsial dan simultan terhadap minat pedagang pasar pada penggunaan jasa perbankan syariah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara langsung kepada 100 responden yang diambil berdasarkan sampel dari seluruh populasi pedagang yang ada di Pasar Wage Purwokerto dengan menggunakan teknik *Probability Sampling*, dengan metode pengambilan sampel yang dilakukan secara acak (*simple random sampling*). Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap minat pada penggunaan jasa perbankan syariah (2) faktor emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada penggunaan jasa perbankan syariah (3) faktor motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada penggunaan jasa perbankan syariah (4) literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pada penggunaan jasa perbankan syariah. Sedangkan secara simultan variabel faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang pasar pada penggunaan jasa perbankan syariah

**Kata Kunci: Faktor Rasional, Emosional, Motivasi, Literasi Keuangan Syariah, Minat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah**

**THE INFLUENCE OF RATIONAL FACTORS, EMOTIONAL, MOTIVATIONAL  
AND SHARIA FINANCIAL LITERACY ON MARKET TRADERS' INTEREST  
IN USE OF SHARIA BANKING SERVICES  
(Empirical Study of Purwokerto Wage Market)**

**EFI MEILINA**

**1917202098**

F-mail: [evimeilina001@gmail.com](mailto:evimeilina001@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

Sharia banks have a very important role in building understanding about the benefits of sharia banking products and services because sharia banks are managed in accordance with sharia rules and avoid usury. With easy access and services that are no less efficient than other financial institutions, it should be able to become a favorite for traders using sharia banks with halal and blessed transactions. The problem here is that there is still relatively little interest in using sharia banking services. So the aim of this research is to find out how much influence rational, emotional, motivational and sharia financial literacy variables partially and simultaneously have on market traders' interest in using sharia banking services.

The type of research used is quantitative research. Data collection was carried out in this research using a questionnaire distributed directly to 100 respondents taken based on samples from the entire population of traders at Wage Market Purwokerto using the Probability Sampling technique, with a random sampling method (*simple random sampling*). This research uses multiple regression analysis techniques as a data analysis technique.

The results of this research show that (1) rational factors have a negative and significant effect on interest in using sharia banking services (2) emotional factors have a positive and significant effect on interest in using sharia banking services (3) motivational factors have a positive and significant effect on interest in using sharia banking services (4) sharia financial literacy does not have a significant effect on interest in using sharia banking services. Meanwhile, simultaneously the variables rational factors, emotional factors, motivational factors and sharia financial literacy have a significant effect on market traders' interest in using sharia banking services.

**Keywords:** Rational Factors, Emotional, Motivational, Sharia Financial Literacy, Interest in Using Sharia Banking Services.

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>sa</i>	S	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>ha</i>	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Zal</i>	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>sad</i>	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	<i>d'ad</i>	<u>D</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	<i>Ta</i>	<u>T</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	<i>za</i>	<u>Z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	<i>'ain</i>	'	koma terbalik ke atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka



ل	<i>Lam</i>	L	'el
م	<i>Mim</i>	M	'em
ن	<i>Nun</i>	N	'en
و	<i>Waw</i>	W	W
هـ	<i>Ha'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah'</i>	„	Apostrof
ي	<i>Ya'</i>	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عِدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

C. Ta Marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>	حزبية	Ditulis	<i>Jizyah</i>
------	---------	---------------	-------	---------	---------------

(Ketentuan ini tidak dapat diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

2. Bila ta”marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau aksrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

## E. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	<i>Jahiliyah</i>
2.	Fathah + ya”mati	ditulis	A
	تتس	ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya”mati	ditulis	I
	كريم	ditulis	<i>Karim</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	ditulis	<i>Furud</i>

## F. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya”mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

## G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a”antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u”iddat</i>

## H. Kata sidang alif +lam

## 1. Bila diikuti huruf qamariyah

القياس	Ditulis	<i>Al-qiyas</i>
--------	---------	-----------------

## 2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>As-sama’</i>
--------	---------	-----------------

## I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
----------	---------	----------------------

## KATA PENGANTAR

### *Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah segala puji syukur atas limpahan Rahmat dan ridho dari Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pasar Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Empiris Pasar Wage Purwokerto)”. penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun materil. Oleh karena itu dengan segala kebesaran hati dan penuh rassa syukur, penulis berterimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Mohammad Roqib M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S. Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Ma'ruf Hidayat, M.H. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, bimbingan, arahan, motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas segala kebaikan Bapak.

8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Slamet Utoyo Bambang dan Ibu Nyampen Karsinah. Saya berterimakasih kepada kedua orang tua tercinta atas doa, dukungan dan cinta kasih yang selalu diberikan. Terimakasih atas pengorbanan, kerja keras dan waktu yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan selalu dalam lindungan-Nya.
10. Kedua kakakku, Eko Kuat dan Yogi Setiawan yang selalu memberikan dukungan baik secara finansial maupun non finansial dan juga semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk Bapak Muhammad Khoirun Prakoso Wibowo dan Ibu Sutijah Hardini selaku om dan tante saya yang sudah saya anggap seperti orang tua saya sendiri juga. Terimakasih atas segala perhatian, bantuan, dukungan semangat dan doa yang senantiasa diberikan untuk penulis menjalani kehidupan, menjalani kuliah dan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga selalu diberikan kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.
12. Teruntuk nenek tercinta Ibu Wasilah (Almh) yang telah memberikan segala perhatian, kasih sayang dan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa bertahan sampai detik ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teruntuk sepupu penulis Denny Windayanti, Ika Pustapa Sari, Ari Surya Rizaldi yang selalu memberikan support dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan juga kepada keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas segala doa, dukungan dan semangat kepada penulis.
14. Sahabat penulis sekaligus teman seperjuangan, Ismi Fadilatul Ulpa dan Siska Mawarni yang telah kebersamai dari awal perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi ini, terimakasih atas segala suka duka yang telah dilewati bersama selama empat tahun ini. Semoga kebaikan selalu menyertai kalian.

15. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B angkatan 2019, terimakasih atas kebersamaannya selama diperkuliahan. Kelak kita akan menjadi orang sukses di masa yang akan datang.
16. Serta semua pihak yang terlibat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa dan dukungan dalam pengerjaan skripsi. Semoga hal baik selalu mengikuti.

Semoga Allah SWT memberikan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik.

Akhirnya, marilah kita senantiasa berikhtiar dan memohon kepada Allah SWT agar membuka pintu rahmat bagi kita, sehingga kita selalu berada di jalan yang diridhoi Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya, Aamiin.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

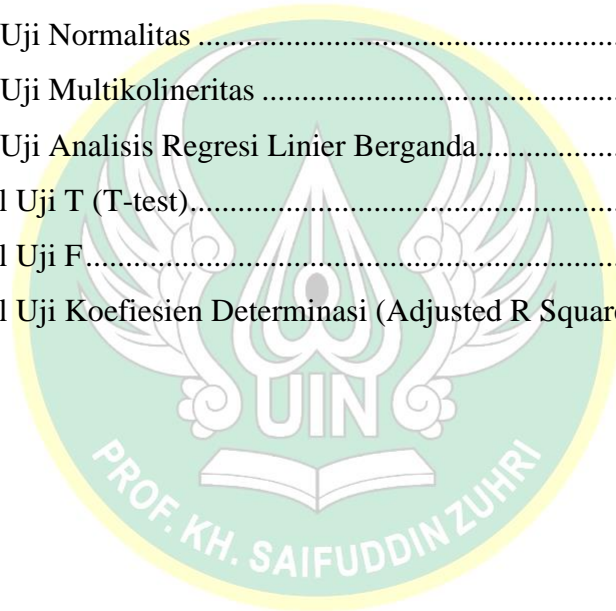
Purwokerto, 10 Oktober 2023



Efi Meilina  
1917202098

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syariah .....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian .....	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama .....	61
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Rekening Yang Dimiliki .....	61
Tabel 4. 5 Tabel Uji Validitas .....	62
Tabel 4. 6 Tabel Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas .....	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji T (T-test).....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) .....	71



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....45  
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....59

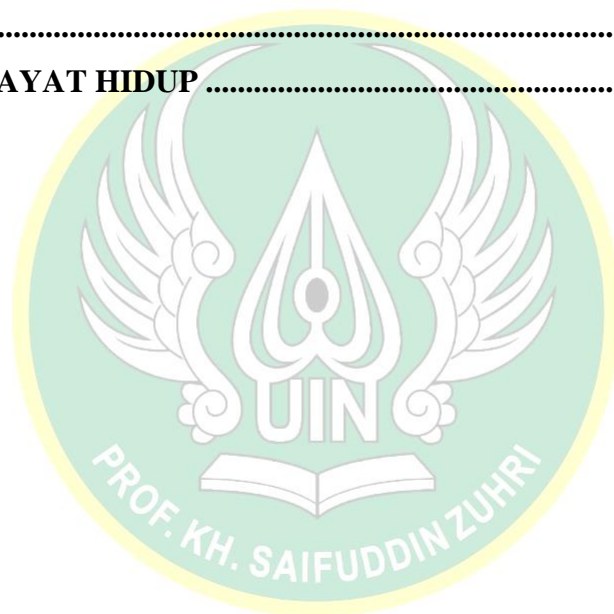


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
A. Kerangka Teori.....	10
B. Kajian Pustaka .....	35
C. Hipotesis .....	43
D. Landasan Teologis.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	48
C. Populasi dan Sampel .....	48
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	49
E. Sumber Data .....	50
F. Teknik Pengumpulan Data .....	52



G. Teknik Analisis Data.....	52
<b>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
A. Gambaran Umum Penelitian .....	57
B. Karakteristik Responden .....	60
C. Hasil Penelitian.....	62
D. Pembahasan.....	74
<b>PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>171</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah beragama Islam. Mengacu pada data demografis, memang benar bahwa penduduk muslim Indonesia saat ini mayoritas, mencapai 229,62 juta jiwa atau sekitar 87,2 % dari total populasi Indonesia yang berjumlah 269,6 juta jiwa. (Matsuki, 2020) Indonesia juga merupakan salah satu negara berkembang yang sangat berpotensi untuk melangsungkan perekonomian yang berbasis syariah dengan melihat potensi sumber daya dan aktivitas perekonomian di setiap daerah. Masyarakat Indonesia yang memiliki ragam pekerjaan ini juga menginginkan suatu lembaga yang dapat membantu usaha mereka dengan menggunakan salah satu lembaga keuangan yang sudah banyak di Indonesia dan salah satunya adalah bank syariah, dengan melihat seberapa besar keinginan masyarakat menggunakan jasa perbankan (Kamal, 2019).

Pada tahap awal keberadaan ekonomi Islam, Pertumbuhan sistem perbankan syariah di Indonesia telah dianggap sebagai tolak ukur suatu keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Dengan menerapkan sistem ini, bank muamalat menjadi bank syariah pertama diantara sekian banyak bank konvensional. Bank konvensional dihancurkan oleh krisis keuangan tahun 1998 dan banyak diantaranya harus dilikuidasi karena sistem bunga yang gagal. Sedangkan perbankan syariah dapat tetap eksis dan mampu bertahan (Nofinawanti, 2015).

Bank Syariah Indonesia sudah terdapat dalam UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Kata bank sendiri berasal dari bahasa *italia banco* yang berarti uang. Bank biasanya menghasilkan untung dari biaya transaksi

atas jasa yang diberikan dan bunga dari pinjaman uang. Secara umum, bank merupakan lembaga yang menawarkan tiga fungsi layanan yaitu menerima simpanan uang, pinjaman dan transfer uang (Ilas, 2017).

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syariah Indonesia**

Indikator	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
BUS	1.875	1.919	2.034	2.035	2.040
UUS	354	381	392	444	460
BPRS	495	617	627	659	663

Sumber: Website Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa perkembangan jaringan kantor perbankan syariah dalam 5 tahun terakhir terus mengalami peningkatan. Dimulai dari tahun 2017 jumlah kantor Bank Umum Syariah sebanyak 1.875, dan pada tahun 2022 sudah mencapai 2.040. Pada Unit Usaha Syariah tahun 2017 jumlah kantornya sebanyak 354 kantor dan tiap tahun terus mengalami peningkatan sehingga di tahun 2022 mencapai 460 kantor. Sedangkan pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pada tahun 2017 jumlah kantornya sebanyak 495 kantor dan tiap tahun terus mengalami peningkatan sehingga pada tahun 2022 mencapai 663 kantor.

Setiap orang ingin mendapatkan keuntungan dari sistem bagi hasil dan bebas bunga dalam lingkungan masyarakat serta ada keinginan untuk menabung dan bertransaksi di bank syariah. Hal ini adalah salah satu bentuk dari perilaku dalam diri seseorang yang melakukan suatu tindakan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Ketika konsumen mengambil keputusan tentang sesuatu berdasarkan temuan penelitian atau penelitian terkait dengan keputusan dengan penggunaan layanan di perbankan syariah. (Puspitasari, 2022).

Pilihan perilaku pedagang yang berkaitan dan berbagai metode untuk mempelajari lebih lanjut tentang layanan yang disediakan oleh perbankan syariah relevan dengan penelitian ini. Ketika seseorang terlibat dalam penelitian, pemilihan, pembelian, penggunaan, dan evaluasi produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan dan kriteria Islam, mereka terlibat dalam perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan prosedur dan tindakan yang dilakukan orang ketika mencari, memilih, membeli, menggunakan dan menilai barang, dan jasa dalam konteks Islam untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang mendorong orang untuk membeli sesuatu. (Puspitasari, 2022).

Perkembangan jasa perbankan telah mengalami kemajuan yang luar biasa beberapa tahun terakhir ini, ditandai dengan adanya akses perbankan yang mudah didapatkan dimanapun berada. Persaingan dalam perbankan semakin ketat dikarenakan pertumbuhan bank semakin meningkat dari tahun ke tahun dan juga banyaknya lembaga penghimpun dana masyarakat lain yang sudah muncul, baik dalam skala kecil maupun dalam skala besar. Bank syariah mempunyai prinsip yang berbeda dengan bank konvensional. Antonio (2001) menyatakan bank syariah dapat menghilangkan keuntungan yang minus dengan cara adanya pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Dewan Syariah Nasional (DSN) (Afifah, 2020).

Ada empat faktor yang membuat masyarakat memiliki berbagai pandangan, cara berpikir dan pengetahuan yang membuat nasabah menilai sesuatu, yaitu faktor rasional dan faktor emosional kemudian faktor motivasi (Puspitasari, 2022) faktor emosional dalam penelitian ini meliputi ketaatan beragama, psikologis dan atribut produk. Ketaatan beragama adalah kewajiban memenuhi agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib (Putra, 2019).

Faktor rasional dalam penelitian ini meliputi pelayanan, kenyamanan dan kepuasan. Pelayanan dapat diartikan sebagai apa yang menghasilkan atau mencegah suatu penjualan. Pelayanan yang baik akan akan menumbuhkan

minat masyarakat untuk menggunakan jasa pada bank tersebut. Nilai nasabah dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas pelayanannya, akan semakin tinggi pula nilai pelanggan terhadap perusahaan tersebut (Putra, 2019). Kemudian faktor rasional juga konsumen akan mempertimbangkan harga yang dapat diperoleh konsumen, kemudahan dan juga keuntungan konsumen tersebut (Devi Ratnasari, 2023).

Sedangkan pada faktor motivasi yaitu motivasi yang dimiliki konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil. Seperti yang dikutip oleh Anwar mendefinisikan motivasi sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu. (Muti'ah, 2015). Faktor motivasi merupakan salah satu aspek penting yang dapat dijadikan tenaga pendorong dalam diri pedagang yang menuntut mereka untuk bertindak menggunakan jasa perbankan syariah. Tenaga pendorong tersebut dihasilkan dari dorongan pedagang mengenai menabung dan menggunakan produk yang ada pada bank syariah yang timbul sebagai akibat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi. Menurut Supranto (2007) yang dikutip dalam buku Mashur Razak, motivasi menentukan alasan akan suatu perilaku. Motivasi merupakan jiwa yang aktif yang mendorong perilaku dan memberikan tujuan dan petunjuk mengenai informasi yang ada di bank syariah (Puspitasari, 2022)

Kemudian yang terakhir ada literasi keuangan syariah. Berdasarkan sumber dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) salah satu faktor intern penyebab rendahnya minat terhadap bank syariah yaitu karena level literasi terkait keuangan syariah masyarakat di Indonesia masih rendah. Rike (2018) mendefinisikan literasi keuangan merupakan pengetahuan seseorang tentang konsep-konsep keuangan dan ketrampilan dalam mengevaluasi keuangan untuk pengambilan keputusan. Secara sederhana, literasi dalam keuangan syariah dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam memilih pembiayaan yang sesuai syariah. (Fauzi, 2020)

Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah pertama kali diukur dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK tahun 2016.

Berdasarkan hasil survei, literasi keuangan Indonesia hanya mencapai 21,84% pada tahun 2013, namun meningkat sebesar 29,66% pada tahun 2016. Sedangkan literasi keuangan syariah Indonesia masih sangat rendah, mencapai 8,11% pada tahun 2016. Artinya dari 100 orang yang hidup di Indonesia, hanya 8 orang yang tahu tentang industri jasa keuangan syariah. Angka ini jauh lebih rendah dari indikator literasi keuangan konvensional sebesar 29,66%. Hal ini ironis mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Namun faktor ini juga dipengaruhi oleh beberapa kondisi, antara lain kurangnya sosialisasi lembaga keuangan syariah dan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. (OJK, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan, 2016)

Sementara berdasarkan hasil survei literasi dan inklusi keuangan nasional (SNLIK) yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen. Sementara indeks inklusi keuangan tahun ini mencapai 85,10 persen meningkat dibanding periode SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19 persen. Survei OJK SNLIK pada tahun 2022 melibatkan 14.634 responden di 34 negara bagian yang berusia antara 15 sampai dengan 79 tahun dan mencakup 76 kota atau kabupaten, dengan mempertimbangkan gender dan wilayah perkotaan atau pedesaan (OJK, 2022). Indeks literasi dan inklusi keuangan wilayah perkotaan masing-masing sebesar 50,52 persen dan 86,73 persen, lebih tinggi dibandingkan di wilayah pedesaan yakni sebesar 48,43 persen dan 82,69 persen. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk pedesaan masih tertinggal dibandingkan penduduk perkotaan baik dalam pemahaman maupun penggunaan produk/jasa keuangan. Dan hal ini juga menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat pedesaan khususnya pada sektor syariah mengakibatkan berkurangnya minat menggunakan produk dan jasa pada perbankan syariah.

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Minat timbul dari dalam diri individu karena tertarik pada suatu hal dan hal

tersebut dirasa berguna dan juga bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat mengarahkan individu akan suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang. Dengan kata lain dapat diartikan bahwa rendahnya minat adalah kurangnya rasa tertarik dan tidak senang dalam diri individu karena dipandang kurang bermanfaat, dalam hal ini minat pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah (Uniyanti, 2018).

Berdasarkan hasil observasi, terdapat sejumlah 1.799 pedagang yang berada di Pasar Wage. Pasar Wage merupakan salah satu pasar terbesar di kabupaten Banyumas yang dimana bangunannya terbagi menjadi 2 lantai yaitu lantai atas dan lantai bawah. Berdasarkan data yang tertera dimana terbagi ke dalam 3 lokasi yaitu, Blok A, B, dan C. Alasan memilih lokasi Pasar Wage Purwokerto karena Pasar Wage merupakan pasar terbesar di kabupaten banyumas. Karena pasar terbesar maka menjadikan peluang bagi pihak bank baik dari bank konvensional maupun bank syariah untuk mensosialisasikan produknya. Dan menurut hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti terhadap beberapa pedagang di Pasar Wage Purwokerto bahwa rendahnya minat pedagang pasar menggunakan jasa perbankan syariah karena sebagian besar mereka masih menggunakan bank konvensional dan juga rendahnya literasi keuangan syariah, mereka berpendapat bahwa “menurut saya pelayanan dari bank syariah yang baik tidak mempengaruhi untuk menggunakan BSI’, karena bank konvensional pun melayani dengan baik” (Wawancara dengan Bapak Wahyu), “saya menggunakan bank bukan syariah, tapi sebagai seorang muslim saya memiliki minat terhadap bank syariah”(Wawancara terhadap Bu Yanti dan Bu Erna), “saya menggunakan bank BRI karena saran dari keluarga dan teman saya” (Wawancara dengan Bu Eka dan Bu Sarah), “saya tidak mengetahui apa itu literasi keuangan syariah dan tidak mengetahui perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah” (Wawancara dengan Bu Susi dan Bu Rini). Dari sini dapat dilihat bahwa mereka memiliki rendahnya minat terhadap bank syariah. Selain itu, oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang

mempengaruhi pedagang sehingga memiliki minat pada penggunaan jasa perbankan syariah (wawancara pedagang).

Penelitian ini menggunakan faktor rasional dan faktor emosional kemudian faktor motivasi untuk menganalisis pengambilan minat pedagang pasar di Pasar Wage Purwokerto pada penggunaan jasa perbankan syariah. Penelitian ini mengidentifikasi lebih mendalam mengenai faktor rasional dan faktor emosional serta faktor motivasi yang menjadi pertimbangan pedagang pasar sehingga dapat mempengaruhi mereka untuk memutuskan memilih jasa perbankan syariah daripada bank konvensional dan dapat berdampak positif pada perkembangan bank syariah. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Faktor Rasional, Emosional, Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Empiris Pasar Wage Purwokerto)”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah Faktor Rasional berpengaruh terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah di Pasar Wage Purwokerto?
2. Apakah Faktor Emosional berpengaruh terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah di Pasar Wage Purwokerto?
3. Apakah Faktor Motivasi berpengaruh terhadap minat pedagang dalam menggunakan Bank Syariah di Pasar Wage Purwokerto?
4. Apakah Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah di Pasar Wage Purwokerto?
5. Apakah Faktor Rasional, Emosional, Motivasi dan literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah di Pasar Wage Purwokerto?



### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah ada pengaruh dari:

1. Untuk mengetahui apakah Faktor Rasional berpengaruh terhadap minat pedagang pasar pada penggunaan jasa Perbankan Syariah di Pasar Wage Purwokerto
2. Untuk mengetahui apakah Faktor Emosional berpengaruh terhadap minat pedagang pasar pada penggunaan jasa Perbankan Syariah di Pasar Wage Purwokerto
3. Untuk mengetahui apakah Faktor Motivasi berpengaruh terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa Perbankan Syariah di Pasar Wage Purwokerto
4. Untuk mengetahui Apakah Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa Perbankan Syariah di Pasar Wage Purwokerto
5. Untuk mengetahui apakah Faktor Rasional, Emosional, Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa Perbankan Syariah di Pasar Wage Purwokerto

Harapan peneliti semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pemahaman akademis, mahasiswa serta pihak lainnya tentang pengaruh faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan literasi keuangan syariah terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah. Selain itu, diharapkan dapat menjadi referensi penelitian sejenis dan dapat dijadikan sebagai perbandingan terhadap penelitian yang telah dilakukan maupun yang akan dilakukan.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, informasi dan sebagai proses pembelajaran mengenai faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan literasi keuangan syariah terhadap

minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah di pasar wilayah Purwokerto.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab. Berikut penulis uraikan secara lengkap isi dari proposal ini.

BAB I Pendahuluan. Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan

BAB II Landasan Teori. Dalam bab ini berisi kajian pustaka yang terdiri dari penelitian terdahulu, kajian teori dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian. Dalam bab akan menjelaskan tentang metode penelitian dan analisis yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik penelitian data, uji validitas dan realibilitas serta analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian. Dalam bab ini menjelaskan isi dari pembahasan yang terdiri dari analisis data yang dilakukan oleh penulis beserta hasil pembahasan.

Bab V Penutup. Bab ini adalah bagian akhir yang menjelaskan kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Faktor Rasional**

###### **a. Pengertian Faktor Rasional**

Rasional adalah menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang sehat dan cocok dengan akal (KBBI, 1999). Jadi dapat dipahami bahwa rasional merupakan cara berfikir seseorang dalam memutuskan sesuatu dengan pertimbangan akal sehat. Manusia berperilaku rasional pada waktu mereka mempertimbangkan alternatif-alternatif yang memiliki paling banyak kegunaan (Siregar, 2020).

Rasional didasarkan pada pengetahuan seseorang tentang informasi dan situasi. Faktor rasional dapat mempengaruhi pemikiran dan pengetahuan nasabah yang misalnya sangat mempertimbangkan keuntungan, dan bagi hasil, bonus yang didapatkan, kemudahan fasilitas yang didapatkan, jika mengajukan kredit sangat mempertimbangkan bunga atau margin berdasarkan mahal dan murah nya serta besar dan kecilnya. Hal ini berbanding terbalik dengan nasabah emosional yang tidak menghiraukan hal tersebut dimana nasabah rasional amat menekankan hal tersebut (Kotler dan Keller, 2009).

Sebagai contoh ketika biaya layanan perbankan syariah lebih tinggi dari perbankan konvensional, maka nasabah rasional bertindak cepat dengan menarik seluruh simpanannya dan memindahkan ke perbankan konvensional yang dirasa lebih murah (Martin, 2019).

Dalam penelitian Martin, faktor-faktor dalam pembelian rasional terdiri dari:

- 1) Kemudahan serta dalam penggunaan
- 2) Tahan lama

3) Membantu bertambahnya pendapatan

4) Hemat pada pemakaiannya

5) Murah harganya

b. Faktor Rasional Yang Mempengaruhi Nasabah

Menurut Ali Hasan terdapat beberapa faktor Rasional yaitu pelayanan, kepuasan dan kenyamanan.

1) Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pelayanan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus kebutuhan apa yang diperlukan orang lain. Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala cara bentuk kegiatan atau aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan.

2) Kepuasan

Kepuasan nasabah adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan nasabah dalam mendapatkan keuntungan yang lebih baik dapat terwujud dengan produk yang dipakai (Ginanjari, 2020)

3) Kenyamanan

Kenyamanan dan rasa nyaman merupakan penilaian menyeluruh nasabah terhadap lingkungan bank syariah. Nasabah menilai kondisi lingkungan yang ada pada bank syariah berdasarkan dorongan yang masuk ke dalam dirinya melalui indera keenam, melalui syaraf dan dicerna oleh otak untuk dinilai. Dalam penelitian Puspitasari (2019) dapat dipahami bahwa pedagang menggunakan jasa perbankan syariah berdasarkan situasi yang terjadi dan dirasakan langsung oleh pedagang mengenai kenyamanan dan kepuasannya baik dalam penggunaan produk maupun jasa bank syariah tersebut.

Petugas bagian pelayanan adalah bagian yang terpenting, termasuk didalamnya adalah keramahan, ketepatan dan kecepatan melayani akan sangat berdampak kepada kepuasan pelanggan. Kalau dalam konteks industri perbankan, sebagai misal sebuah Kantor Cabang, maka keramahan *Customer Service*, *Teller* dan Pimpinan Cabang memegang peran sangat penting dalam kenyamanan dan kepuasan nasabah bertransaksi di Kantor Cabang. Tidak ketinggalan bahkan satpam atau *security* dan petugas parkirnya pun ikut andil. (Sharma, 2015) mengatakan terdapat empat jenis indikator kenyamanan layanan yaitu:

- a) Kenyamanan Keputusan, merupakan persepsi konsumen terhadap informasi yang diterima jelas dan mudah dimengerti untuk membuat keputusan layanan pembelian atau konsumsi.
- b) Kenyamanan Transaksi, merupakan persepsi pengeluaran waktu dan upaya konsumen yang mudah selama bertransaksi
- c) Kenyamanan Manfaat, merupakan mengacu pada persepsi pengeluaran waktu dan upaya konsumen yang mudah menggunakan produk bank.
- d) Kenyamanan pascamanfaat, merupakan kecepatan penyelesaian masalah nasabah yang berkaitan dengan layanan bank.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, maka peneliti mengambil 3 indikator, yaitu sebagai berikut:

- a) Pelayanan
- b) Kepuasan
- c) Kenyamanan

## 2. Faktor Emosional

### a. Definisi Faktor Emosional

Emosi berasal dari kata “*movere*” Bahasa latin yang berarti “menggerakkan, bergerak” dan ditambah dengan awalan “e-” untuk memberi arti (bergerak menjauh), mengisyaratkan bahwa

kecenderungan bertindak merupakan hal mutlak dan emosi. Pada dasarnya emosi merupakan dorongan untuk bertindak, rencana seketika mengatasi masalah yang telah ditanamkan secara berangsur-angsur (Goleman, 2007). Dalam makna paling harfiah, *Oxford English Dictionary* mendefinisikan emosi sebagai “setiap kegiatan atau pergolakan pikiran, perasaan, nafsu; setiap keadaan mental hebat atau meluap-luap”. emosi merujuk ada perasaan dan pikiran-pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak (Goleman 2015) .

Menurut Nugroho J Setiadi (2003), motif yang berdasarkan emosional, konsumen terkesan buru-buru untuk membeli produk tersebut dengan tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2008), emosional mengandung arti bahwa pemilihan sasaran menurut kriteria pribadi atau subjektif, seperti kebanggaan, ketakutan, perasaan atau status.

Sejumlah Teoritikus mengelompokkan emosi dalam golongan-golongan besar. Beberapa anggota golongan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Amarah: beringas, mengamuk, benci, marah besar, jengkel, kesal hati, terganggu, rasa pahit, berang, tersinggung, bermusuhan, dan barangkali yang paling hebat, tindak kekerasan dan kebencian yang patologis.
- 2) Kesedihan: pedih, sedih, muram, suram, melankolis, mengasihani diri, kesepian, ditolak, putus asa dan kalau menjadi patologis; depresi berat.
- 3) Rasa takut: cemas, takut, gugup, khawatir, was-was, perasaan takut sekali, waspada, sedih, tidak tenang, ngeri, kecut; sebagai patologi, fobia dan panik.
- 4) Kenikamatan: bahagia, gembira, riang, puas, ringan, senang terhibur, bangga, kenikamatan indrawi, takjub, rasa terpesona, rasa

puas, rasa terpenuhi kegirangan luar biasa, senang, senang sekali, dan batas ujungnya, mania.

- 5) Cinta: penerimaan, persahabatan, kepercayaan, kebaikan hati, rasa dekat, bakti, hormat, kasmaran, kasih.
- 6) Terkejut: terkejut, terkesiap, takjub, terpana.
- 7) Malu: rasa salah, malu hati, kesal hati, sesal, hina, aib, dan hati hancur lebur (Robbins, 2015)

Dapat disimpulkan bahwa faktor emosional merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini untuk memilih suatu produk atau jasa berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan subjektif seperti melihat dari sisi dimana sesuai dengan perasaan, kebanggaan, status, harga diri dan sebagainya (Handayani, 2019).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah

Irawan berpendapat bahwa faktor emosional dibagi menjadi 3 dimensi:

1) Dimensi *aesthetic* (estetika)

dimaksud dimensi ini yaitu memperhatikan estetika yang berarti keindahan baik dari segi bentuk, ukuran, proposi, dan kesimetrisan. Selain itu, estetika juga dalam bentuk warna yang sesuai dan desain yang menarik.

2) Dimensi *self expressive value*

Dimensi ini merupakan persepsi tentang lingkungan sekitar setelah menggunakan suatu barang atau mengunjungi suatu tempat.

3) Dimensi *brand personality*

Dimensi ini merupakan ciri khas yang melekat pada suatu produk yang hasilnya akan membentuk identitas diri seseorang (Handayani, 2019).

Sedangkan menurut Goleman ada 2 faktor yang mempengaruhi emosional yaitu:

- 1) Faktor internal merupakan faktor yang ada dalam diri seseorang. Setiap manusia akan memiliki otak emosional yang didalamnya terdapat sistem saraf pengatur emosi atau lebih dikenal dengan otak emosional.
- 2) Faktor eksternal merupakan faktor pengaruh yang berasal dari luar diri seseorang. Faktor eksternal emosional merupakan faktor yang datang dari luar dan mempengaruhi perubahan sikap.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faricha ada tiga indikator pada faktor emosional yaitu sebagai berikut:

- 1) Ketaatan beragama

Dalam aktifitas ekonomi, sosial, politik, atau aktifitas apapun, seorang muslim diperintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Dimanapun dan dalam keadaan apapun, setiap muslim hendaknya berislam. Esensi Islam merupakan tauhid dan mengesakan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah sebagai yang Maha Esa, pencipta yang Mutlak dan Penguasa segala yang ada. Tidak ada satupun perintah dalam Islam yang bisa dilepaskan dari Tauhid. Seluruh agama itu sendiri, mewajibkan untuk menyembah Tuhan, untuk mematuhi perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Ketaatan beragama yaitu memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan untuk melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib. Level pengalaman beragama (religious experience) yakni penghayatan terhadap Tuhan atau agama yang diyakininya, maka manusia yang memiliki religiusitas yang tinggi akan memutuskan apa yang akan nasabah lakukan sesuai dengan ajarannya, misalnya nasabah muslim memilih



menggunakan jasa di perbankan syariah karena mereka menganggap bunga itu haram.

Adapun yang dimaksud dengan ketataan beragama dalam penelitian ini sikap keberagaman seseorang dalam memahamidan mengahayati agama dalam kehidupan yang mencakup keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama dan pengamalan agama dalam bertingkah laku.

## 2) Psikologi

Satu perangkat proses psikologis, berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan pembelian.

Dikutipp dari Aldi Jenis Tiawan (2021) faktor psikologis yang terdiri dari:

### a) Motivasi

Motivasi yaitu proses menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan seseorang dalam upaya untuk mencapai tujuan. Jadi motivasi merupakan dorongan yang menekankan dorongan seseorang untuk bertindak.

### b) Persepsi

Persepsi memiliki arti yaitu suatu proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.

### c) Proses belajar

Dalam melakukan tindakan seorang individu tidak lepas dari pembelajaran, perubahan perilaku individu dalam pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pembelajaran dari pembelian sebelumnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan pembelian.

### d) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan akan membentuk citra produk dan merek, serta orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Sedangkan

sikap akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku yang relatif konsisten terhadap objek-objek yang sama.

### 3) Atribut Produk Yang Islami

Atribut produk merupakan suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli meliputi merek, label, kemasan, jaminan, pelayanan dan sebagainya. Dalam perbankan syariah atribut produk didefinisikan sebagai atribut-atribut produk Islam yang bernuansa Islami yang ditawarkan oleh bank.

Dan yang membedakan antara bank syariah dan bank konvensional adalah atribut-atribut khusus yang melekat pada bank syariah, seperti tidak ada unsur riba, sistem bagi hasil, tidak ada unsur judi, untuk investasi yang halal, dan melakukan aktifitas sesuai syariah. Atribut-atribut produk Islam ini yang menjadi alasan utama para nasabah memilih menggunakan bank syariah dan menjadi indikator penilaian nasabah.

Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka peneliti mengambil 3 indikator yaitu sebagai berikut:

- a) Ketaatan beragama
- b) Psikologis
- c) Atribut produk yang Islami

### 3. Faktor Motivasi

#### a. Definisi Motivasi

Robbins (2008) mendefinisikan motivasi sebagai proses yang ikut menentukan intensitas, arah dan ketentuan individu dalam usaha mencapai sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2011) menjelaskan bahwa dalam industri bisnis, motivasi memainkan peran penting dalam pembelian konsumen. Motif berawal dari kebutuhan individu dimana ada tekanan kuat untuk mencari kepuasan dan kesenangan (Asy'ari, 2021).

Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa pedagang memiliki minat pada penggunaan jasa perbankan syariah untuk kebutuhan dan keinginan dalam melancarkan usaha dengan tujuan mereka mendapatkan keuntungan yang tidak merugikan satu sama lain baik itu dari nasabah maupun dari pihak bank dengan prinsip syariah yang sudah ditetapkan (Puspitasari, 2023).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008) pada penelitian Mirna menyatakan terdapat 4 indikator yang digunakan yaitu:

1) Psikologis

Yaitu keadaan seseorang pada waktu tersebut didasarkan oleh kebutuhan jasmani pada waktu tertentu. Kebanyakan isyarat psikologis tidak disadari, tetapi isyarat itu mendorong kebutuhan yang berkaitan serta menyebabkan tekanan yang tidak menyenangkan sampai kebutuhan itu terpenuhi.

2) Emosional

Pemikiran ini cenderung merangsang kebutuhan yang tidak disadari dan dapat menimbulkan tekanan yang tidak menyenangkan serta menggerakkan mereka pada perilaku yang berorientasi pada sasaran.

3) Kesadaran

Yaitu tentang bagaimana keputusan seseorang dalam mengambil suatu tindakan yang didasarkan akan kebutuhan.

4) Lingkungan

Lingkungan berkaitan dengan berbagai iklan atau promosi yang dilakukan oleh pemasar dalam memasarkan produknya (Dilla, 2019).

Berdasarkan peneliti terdahulu tersebut maka peneliti menggunakan 3 indikator yaitu:

a) Psikologis

b) Kesadaran

c) Lingkungan

4. Literasi Keuangan Syariah

a. Definisi Literasi Keuangan

Literasi keuangan (*financial literacy*) yang artinya melek keuangan, menurut buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, yang dimaksud dengan literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan ketrampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan yang lebih baik (OJK, 2014). Peraturan OJK, Nomor 76 /PJOK.07/2016 menyatakan literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan syariah mencerminkan pengetahuan dan kemampuan seseorang secara kognitif mengenai keuangan (Anriza, 2019).

Definisi dasar literasi keuangan menurut Remund berhubungan dengan kemampuan seseorang untuk mengelola dananya. Konsep ini awalnya tidak dideskripsikan sebagai sebuah literasi keuangan, tetapi gagasan ini ada di awal tahun 1900 bersamaan dengan sebuah penelitian akan pendidikan terhadap konsumen yang ada di Amerika. Literasi keuangan secara khas diperhitungkan dalam level individual lalu berkembang menjadi kelompok-kelompok, seperti siswa sekolah atau para pegawai yang berpenghasilan rendah, sebagai gambaran ekonomi makro.

Menurut penelitiannya yang dilakukan oleh Remund menyatakan 5 kategori tentang definisi konseptual mengenai literasi keuangan, diantaranya yaitu:

1) Pengetahuan tentang konsep keuangan

Pengetahuan merupakan salah satu aspek yang umum sekaligus harus dimiliki dalam konsep literasi keuangan. Agar dapat mengelola uang, seseorang harus memiliki pengetahuan tentang keuangan. Seseorang dapat meningkatkan kesejahteraan financial individu ketika orang tersebut memiliki pengetahuan.

2) Kemampuan untuk mengkomunikasikan tentang konsep keuangan

Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang tinggi didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki informasi tentang keuangan cukup banyak. Dengan banyaknya informasi tersebut, seseorang mampu mengkomunikasikannya sehingga mampu menciptakan keputusan keuangan yang efektif.

3) Sikap dalam manajemen keuangan pribadi

Sikap dalam manajemen keuangan pribadi berarti seseorang mampu untuk mengetahui sumber uang tunai dan membayar kewajiban pribadi, pengetahuan tentang membuka rekening di bank dan mengajukan sistem pinjaman di bank, dan perencanaan keuangan pribadi di masa mendatang.

4) Kemampuan membuat keputusan keuangan secara efektif

Pengambilan keputusan keuangan menjadi salah satu implikasi yang paling penting pada literasi keuangan. Literasi keuangan tidak dapat diuji kecuali dengan melihat bagaimana seseorang mampu membuat keputusan keuangan yang efektif.

5) Kepercayaan diri dalam merencanakan kebutuhan keuangan secara efektif

Tidak semua orang mampu memasukkan unsur kepercayaan diri ketika sedang merencanakan kebutuhan keuangan dimasa datang. Kepercayaan diri dalam merencanakan

kebutuhan keuangan jangka panjang merupakan cerminan dari ketrampilan seseorang dalam melakukan perencanaan kebutuhan keuangan jangka pendek (Oktavianti, 2019).

b. Literasi Keuangan Syariah

Pengertian literasi keuangan syariah secara konseptual merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, ketrampilan, dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran Islam. Sehingga dalam pelaksanaannya, literasi keuangan syariah harus mengikuti prinsip dasar keuangan Islam yaitu berpedoman pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadits yang mencakup larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian) dan masyir (perjudian) (Rahim, 2016).

Menurut hambali literasi keuangan syariah merupakan wawasan yang dimiliki seseorang mengenai produk dan jasa keuangan syariah, serta dapat membedakan antara Literasi keuangan syariah jika dilihat dari sisi konsepnya, literasi keuangan syariah merupakan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan tentang keuangan, ketrampilan maupun sikap dalam mengelola sumber daya keuangan berdasarkan syariat. Tingkat literasi keuangan dapat dibedakan menjadi empat tingkat yaitu sebagai berikut:

- 1) *Well literate* merupakan sekelompok masyarakat yang memiliki tingkat pengetahuan dan ketrampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan yang paling baik,
- 2) *Suffienct literate* merupakan sekelompok masyarakat yang memiliki pengetahuan dan tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan,
- 3) *Less Litterate* merupakan hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan baik dalam penggunaan produk maupun jasanya,

4) *Not Litterate* merupakan sekelompok masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan (Oktavianti, 2019).

c. Faktor Keberhasilan Literasi Keuangan

Faktor-faktor literasi keuangan:

1) Chen dan Volpe menyebutkan beberapa dimensi literasi keuangan yaitu pengetahuan umum keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi.

2) Otoritas jasa keuangan menyatakan bahwa faktor eksternal yang berpotensi mempengaruhi keberhasilan Literasi Keuangan tersebut antara lain: Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Per kapita, Distribusi Pendapatan, Tingkat Kemiskinan Masyarakat, Tingkat Pendidikan masyarakat, Tingkat pendidikan masyarakat, Komposisi penduduk yang berusia produktif dan Pemanfaatan Teknologi Informasi.(Oktavianti, 2019)

d. Aspek-Aspek Literasi Keuangan

Dalam literasi keuangan ada beberapa spek keuangan yang harus diukur untuk mengetahui tingkat literasi seseorang. Menurut Chen dan Volpe (1998) dalam Yulianto (2018) menyatakan bahwa literasi keuangan dibagi menjadi empat aspek, yaitu:

1) Pengetahuan Keuangan Umum

Meliputi pemahaman yang berkaitan dengan pengetahuan tentang keuangan pribadi.

2) Simpan dan Pinjam

Meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit

3) Asuransi

Meliputi pengetahuan dasar asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa dan asuransi kendaraan bermotor

4) Investasi

Meliputi pengetahuan tentang suku bunga pasar, reksadana dan risiko investasi

Menurut Huston (2010) dalam Yulianto (2018) literasi keuangan dapat diukur dengan menggunakan empat aspek yang dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Keuangan dasar, meliputi daya beli, nilai uang dan perencanaan.
- 2) Pinjaman, meliputi pinjaman yang dapat dilakukan melalui kartu kredit, pinjaman dan hipotek
- 3) Investasi/tabungan, meliputi tabungan ataupun investasi masa depan yang dapat dilakukan melalui saham, obligasi, reksadana dan dana pensiun
- 4) Perlindungan sumber daya/asuransi, bagian ini dapat berupa produk-produk asuransi maupun teknik manajemen resiko.

e. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan sebuah kesadaran masyarakat dalam mengelola dana yang dimiliki berdasarkan pengetahuan yang didapatkannya sesuai dengan syariat Islam. Sehingga hal tersebut dapat mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat serta dapat mensejahterakan hidupnya (Muna, 2020)

Menurut Remund (2010), adapun indikator yang terdapat pada literasi keuangan syariah:

- 1) Pengetahuan, merupakan salah satu aspek yang harus dimiliki seseorang dalam konsep literasi keuangan, agar dapat mengelola keuangan dengan baik. Hal ini juga diharapkan agar dapat meningkatkan kesejahteraannya.
- 2) Kemampuan, dapat didefinisikan apabila seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi maka ia mampu menciptakan keputusan keuangan yang baik, pengambilan keputusan menjadi salah satu yang paling penting dalam konteks literasi keuangan.



3) Kepercayaan, tidak semua orang mampu dalam meningkatkan kepercayaan diri pada saat merencanakan kebutuhan jangka panjang (Nadila, 2021)

## 5. Minat

### a. Definisi Minat

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat merupakan sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat merupakan sebuah motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sebuah tindakan dengan tujuan memuaskan kebutuhan. John Crites mengatakan bahwa minat merupakan bagian dari ranah afeksi, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan nilai. Menurut Crow D. Leater dan Crow Alice bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman, yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Minat merupakan perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi atau memiliki. Sedangkan menurut Holland mengatakan bahwa minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat tidak timbul sendirian, melainkan ada unsur kebutuhan, misalnya minat menggunakan jasa pada perbankan syariah (Djalali, 2009).

Dalam penelitian Sandi mengatakan bahwa minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian cita-cita yang menjadi keinginannya (Siregar, 2019).

b. Karakteristik Minat

Minat merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sifat mengkonsumsi. Minat memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan minat seseorang dengan orang lain.
- 2) Minat menimbulkan efek deskriminatif
- 3) Minat erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi.
- 4) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari dan bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mood (Husein, 2010).

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), faktor merupakan hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi terjadi sesuatu (KBBI, 2023).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Kotler dan Amstrong (2011):

1) Faktor Marketing Mix

Pengertian marketing mix merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan dalam beberapa bauran, diantaranya:

- a) Produk
- b) Harga
- c) Distribusi
- d) Promosi

2) Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar serta memiliki cakupan yang lebih luas mempengaruhi perilaku konsumen

### 3) Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis serta anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Faktor sosial meliputi:

- a) Kelompok acuan
- b) Keluarga
- c) Peran dan status

### 4) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang terdiri dari:

- a) Usia dan tahap siklus hidup
- b) Gaya hidup
- c) Kepribadian dan konsep diri

### 5) Faktor Psikologis

Empat faktor psikologis yang mempengaruhi pembelian konsumen, yaitu:

- a) Motivasi

Motivasi konsumen merupakan suatu kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong konsumen untuk bertindak.

- b) Persepsi

Menurut Kotler dan Amstrong (2011) persepsi merupakan proses yang digunakan seorang individu untuk memilih mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

- c) Pembelajaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2011) merupakan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

- d) Keyakinan dan Sikap

Menurut Kotler dan Armstrong (2011) mengemukakan bahwa keyakinan merupakan suatu gambaran pikiran yang dianut seseorang tentang sesuatu hal. Sedangkan sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek.

d. Indikator Minat

Dalam penelitian Juliana, terdapat tiga indikator minat menurut Wijayanti dalam bukunya yaitu:

- 1) Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang
- 2) Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki.
- 3) Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang ingin dibeli (Juliana, 2021).

6. Perbankan Syariah

a. Definisi Bank Syariah

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti/lemari atau bangku. Peti/lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial, yaitu : pertama, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman (*safe keeping function*), kedua, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transactionfunction*).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia bank syariah di dirikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknyamemberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah adalah suatu bentuk dari bank modern yang di dasarkan pada hukum islam yang di kembangkan pada abad pertengahan islam dengan menggunakan

konsep bagi resiko sebagai islam utama dan meniadakan sistem keuangan yang telah di tentukan sebelumnya.

Bank syariah adalah sebuah badan usaha yang masuk dalam lingkup Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Definisi LKS menurut Dewan Syariah Nasional adalah lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan syariah dan yang mendapat izin operasional sebagai lembaga keuangan syariah.

Dari beberapa pengertian di atas dapat di pahami bahwa bank syariah merupakan suatu bentuk dari bank modern yang menjalankan kegiatan usahanya baik dalam bentuk produk maupun jasa bank dengan mengedepankan prinsip syariah yang tidak mengandung *gharar*, *riba*, dan *maysir*.

b. Dasar Hukum Bank Syariah

Hukum perbankan merupakan kumpulan peraturan hukum yang mengatur kegiatan lembaga keuangan bank yang meliputi segala aspek, di lihat dari segi esensi, dan ekstitensinya, serta hubungannya dengan bidang kehidupan lain.

Undang-undang Pasal 2 Nomor 7 tahun 1992 setelah di ubah kedalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, bahwa perbankan Indonesia dalam melaksanakan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi harus, yang mana nilai-nilai luhur yang terkandung dalam asas demokrasi ekonomi harus diimplementasikan dalam sistem perbankan nasional seperti dalam kegiatan operasional, hubungan hukum dengan nasabah, lembaga terkait, dan pengawasan bank syariah.

UU No.10 tahun 1998 sebagai landasan hukum bank syariah, perkembangan bank syariah yang menjadi semakin pesat terlebih setelah didukung UU N0. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia (BI) yang mengatakan bahwa BI dapat menerapkan kegiatan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Undang-Undang Perbankan Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah

bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang di atur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslatan (*maslahah*), universalisme (*alamiah*), serta tidak mengandung *gharar*, *masyir*, *riba*, *zalim*, dan obyek yang haram.

Sejalan dengan tujuan pembangunan nasional serta kebutuhan masyarakat indonesia akan jasa perbankan syariah yang memiliki kekhususan dibandingkan dengan perbankan konvensional, maka telah dibentuk pula Undang-Undang No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah ini menjawab pertanyaan dalam UU No 10 tahun 1998 yang belum spesifik, di samping PSAK Syariah (101-105) yang telah di perbaharui dan berlaku mulai 1 januari 2008.

c. Prinsip Bank Syariah

Bank syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya memiliki pedoman serta prinsip dasar perbankan syariah yang mengacu kepada Al-Qur'an dan AL-Hadist. Prinsip dasar dalam sistem ekonomi Islam akan menjadi dasar beroperasinya bank Islam., yang tidak mengenal konsep bunga dan tidak mengenal peminjaman uang selain daripada kemitraan atau kerjasama dengan prinsip bagi hasil.

Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya berprinsip pada tiga hal yaitu efisiensi, keadilan, dan kebersamaan. Efisiensi mengacu kepada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan atau margin sebesar mungkin. Keadilan mengacu kepada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dan dengan persetujuan yang matang atas proporsi pemasukan dan pengeluarannya. Lalu kebersamaan mengacu kepada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasihat untuk saling meningkatkan produktifitas.

Daya tahan perbankan syariah dari waktu ke waktu tidak pernah mengalami *negative spread* seperti bank konvensional pada

masa krisis moneter dan konsistensi dalam menjalankan fungsi intermediasi karena keunggulan penerapan prinsip dasar kegiatan operasional yang melarang bung (*riba*), tidak transparan (*gharar*), dan spekulatif (*maisir*).

d. Jenis-Jenis Bank Syariah

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari:

1) Bank Umum Syariah (BUS)

Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank nondevisa. Bank devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan letter of credit, dan sebagainya (Soemita, 2009).

2) Unit Usaha Syariah (UUS)

Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/ atau unit syariah (Soemita, 2009).

3) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS tidak dapat melaksanakan transaksi lalu lintas pembayaran atau transaksi dalam lalu lintas giral. Fungsi BPRS

pada umumnya terbatas pada hanya penghimpunandana dan penyaluran dana. Bentuk hukum BPRS perseroan terbatas, BPRS hanya boleh dimiliki oleh WNI dan/ atau badan hukum Indonesia, pemerintah daerah, atau kemitraan antara WNI atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah (Soemita, 2009).

e. Produk dan Jasa Perbankan Syariah

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana:(Karim, 2011).

1) Produk Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip Wadiah dan Mudharabah.

a) Prinsip Wadi'ah

Prinsip wadi'ah yang diterapkan adalah wadi'ah yal dhamah yang diterapkan pada produk rekening giro. Wadi'ah dhamanah berbeda dengan wadi'ah amanah. Dalam wadi'ah amanah pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam wadi'ah dhamanah, pihak yang dititipi (bank) bertanggung atas keutuhan harta titipan (Karim, 2008).

b) Prinsip Mudharabah

Dalam mengaplikasikan prinsip mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola dana). dana tersebut digunakan bank untuk melakukan murabahah, ijarah, dan mudharabah kedua. Hasil usaha ini akan dibagihasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati (Karim, 2008).



## 2) Produk Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan bank syariah terbagi ke dalam empat kategori, yaitu pembiayaan dengan prinsip jual beli, prinsip sewa, prinsip bagi hasil dengan dan akad pelengkap.

### a) Prinsip Jual Beli (Ba'i)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (transfer of property). Tingkat keuntungan bank di tentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual beli ini dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan barang, yakni sebagai berikut:

#### ➤ Pembiayaan Murabahah

Murahabah adalah transaksi jual beli di mana bank menyebut jumlah keuntungan. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*). Dalam perbankan murabahah selalu dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (bi isaman ajil atau muajjal). Dalam transaksi ini barang di serahkan segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tangguh/cicilan (Karim, 2009).

#### ➤ Pembiayaan Salam

salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan secara tunai. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Umumnya transaksi ini di terapkan dalam pembiayaan barang komoditi pertanian oleh bank untuk kemudian di jua kemabali

secara tunai atau cicilan. Sekilas transaksi ini mirip ual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti (Karim, 2008).

➤ **Pembiayaan Istishna**

Produk Istishna' menyerapai produk salam, tapi dalam istishna' pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pemabayaran. Produk pembiayyan istishna' ini biasanya dipergunakan di bidang manufaktur. Ketentuan umum pembiayaan istishna' adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam, ukuran. mutu dan jumlahnya. Harga jual yang telah disepakati dalam akad tidak boleh berubah selama akad berlaku. Jika terjadi perubahan pada kriteriapesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, seluruh biaya tambahan tetap di tanggung nasabah (Karim, 2008).

b) **Prinsip Sewa (Ijarah)**

Ijarah adalah akad pemindahan hak gguna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (ownership / milkiyah) atas barang itu sendiri. Dalam konteks perbankan syariah, ijarah adalah *lease contract* di mana bank menyewakan peralatan kepada salah satu nasabahnya berdasarkan pembebanan biaya yang sudah ditentukan secara pasti sebelumnya (*fixed charge*) (Sudarsono, 2008).

c) **Prinsip Bagi Hasil (Syirkah)**

Produk pembiayaan bank syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil terdiri dari musyarakah dan mudharabah. Musyarakah adalah kerja sama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak

memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Sedangkan mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shabib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam panduan kontribusi 100% modal kas dari shabib al-maal dan keahlian dari mudharib (Sudarsono, 2008).

d) Akad Pelengkap

Akad pelengkap ini tidak ditunjukkan untuk mencari keuntungan, tapi ditunjukkan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditunjukkan untuk mencari keuntungan, tapi dalam akad ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Besarnya pengganti biaya ini sekedar untuk menutupi biaya yang benar-benar timbul (Karim, 2008).

➤ *Hiwalah* (Ahli Utang Piutang)

*Hiwalah* adalah memindahkan hutang dari tanggungan orang yang berhutang (*muhil*) menjadi tanggungan orang yang berkewajiban membayar hutang (*muhal alaih*).

➤ *Rahn* (Gadai)

*Rahn* secara teknisnya adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang di terimanya. Barang yang di tahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagai piutangnya.

➤ *Qardh*

*Qardh* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau minta kembali dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharap imbalan.

➤ *Wakalah* (Perwakilan)

Wakalah adalah pelimpahan kekuasaan oleh seorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan. Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan I/C, inkasi dan transfer uang

➤ *Kafalah* (Garansi Bank)

Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai Rahn. Bank dapat pula menerimal dana tersebut dengan prinsip wadi'ah. Untuk jasa-jasa ini, bank mendapatkan pengganti biaya atas jasa yang di berikan.

## B. KAJIAN PUSTAKA

Pertama, Jurnal Penelitian (Vima Dwi Estining Prawtiwi, 2012) berjudul "*Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarmegara)*". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor rasional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah mandiri. Kemudian faktor emosional berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah mandiri.

Kedua, Jurnal Penelitian (Devi Ratna Sari Habibie & Alim Murtani, 2023) berjudul "*Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional*

*Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT Bank Sumut Syariah KCPSY Marelan Raya*". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel faktor emosional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara parsial variabel faktor rasional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan nilai pengaruhnya.

Ketiga, Jurnal Penelitian (Serly Handayani, 2019) berjudul "*Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kabupaten Bekasi)*". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari penelitian uji t faktor emosional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah dan faktor rasional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah dan hasil dari penelitian uji f menunjukkan bahwa faktor emosional, faktor rasional dan literasi keuangan syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Keempat, Jurnal Penelitian (Elisa Monica, 2023) berjudul "*Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah Pada Masyarakat Kota Samarinda*". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel faktor emosional dan faktor rasional sebesar 0,847 atau 84,7% . Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan memilih jasa perbankan syariah pada masyarakat kota Samarinda.

Kelima, Jurnal Penelitian (Terri, 2023) berjudul "*Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, dan Pendapatan Terhadap Minat Bertransaksi di Perbankan Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Rindik Kecamatan Toboali)*". hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah dibuktikan dengan hasil uji t pada variabel motivasi

ditunjukkan dengan nilai thitung  $>$  ttabel atau  $9,390 > 1,661$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,000 > 0,05$ .

Keenam, Jurnal Penelitian (Gibson, 2020) berjudul “*Analisis Pengaruh Faktor Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Muslim Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Malang)*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan produk di bank syariah oleh masyarakat kota Malang.

Ketujuh, Jurnal Penelitian (Auliya Rahmawati dan Ali Hamdan, 2021) berjudul “*Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Produk-Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kel, Warugunung Surabaya)*” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam penggunaan produk-produk bank syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil pengujian secara parsial dengan diketahui thitung ( $16,9222$ )  $>$  rtabel dan koefisien regresi sebesar  $0,000$ . jadi hipotesis nol ditolak, maka kesimpulannya adalah terdapat pengaruh secara parsial dari dimensi literasi keuangan syariah masyarakat kelurahan warugunung terhadap minat memilih produk bank syariah.

Penelitian terdahulu merupakan suatu penelitian sebelumnya yang sudah pernah dibuat dan dianggap cukup relevan dengan penelitian ini, serta dapat dijadikan referensi dengan penelitian yang akan dibahas. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang telah diringkas oleh peneliti sebagai beriku

Tabel 2.1  
 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Penelitian, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	<p><i>“Pengaruh Faktor Motivasi, Faktor Rasional dan Faktor Emosional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah (studi kasus pada pedagang di pasar kabupaten Dompu)”</i>            (Anggriani Puspitasari, 2022)</p>	<p>Variabel independen dan dependennya terdapat kesamaan yaitu faktor motivasi, faktor rasional , faktor emosional</p>	<p>Terdapat perbedaan di tempat dan waktu penelitian. Pada penelitian terdahulu tidak adanya variabel independen faktor motivasi dan literasi keuangan syariah. fokus penelitian saya terdapat variabel faktor motivasi dan literasi keuangan syariah. Dan juga variabel dependennya berbeda, yaitu keputusan nasabah. Fokus penelitian saya adalah minat pedagang.</p>

2	<p>“Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Banda Aceh)” (Santi Kayani, 2020)</p>	<p>Variabel independen terdapat kesamaan yaitu faktor emosional faktor rasional</p>	<p>Terdapat perbedaan di tempat, waktu dan objek penelitian. Pada penelitian terdahulu tidak adanya variabel independen faktor motivasi dan fokus penelitian saya terdapat variabel faktor motivasi. Dan juga variabel dependennya berbeda, yaitu keputusan nasabah. Fokus penelitian saya adalah minat pedagang. Sedangkan penelitian terdahulu lebih ke keputusan nasabah memilih bank syariah.</p>
3.	<p>“Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor</p>	<p>Variabel independen</p>	<p>Terdapat perbedaan di</p>





	<p>Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi).” (Serly Handayani, 2019)</p>	<p>terdapat kesamaan yaitu Faktor Rasional dan Faktor Emosional.</p>	<p>tempat, waktu dan objek penelitian. Pada penelitian terdahulu tidak adanya variabel independen faktor motivasi dan fokus penelitian saya terdapat variabel faktor motivasi. Dan juga variabel dependennya berbeda, yaitu keputusan nasabah. Fokus penelitian saya adalah minat pedagang.</p>
<p>4.</p>	<p><i>“Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Kc. Curup”</i> (Siti Ardella Kamal, 2019)</p>	<p>Variabel independen terdapat kesamaan yaitu Faktor Rasional dan Faktor Emosional.</p>	<p>Terdapat perbedaan di tempat, waktu dan objek penelitian. Pada penelitian terdahulu tidak adanya variabel independen faktor motivasi</p>

			dan fokus penelitian saya terdapat variabel faktor motivasi. Dan juga variabel dependennya berbeda, yaitu keputusan nasabah. Fokus penelitian saya adalah minat pedagang.
6.	<p>“Pengaruh Keuangan Terhadap Mahasiswa Menggunakan Produk Bank Syariah” (Nadila, 2021)</p> <p>Literasi Syariah Minat Menggunakan Bank Syariah”</p>	<p>Variabel independen terdapat kesamaan yaitu Literasi Keuangan Syariah</p>	<p>Terdapat perbedaan di tempat, waktu dan objek penelitian. Pada penelitian terdahulu tidak adanya variabel independen faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan fokus penelitian saya terdapat variabel literasi keuangan syariah. Dan</p>

			<p>juga variabel dependennya berbeda, yaitu minat mahasiswa. Fokus penelitian saya adalah minat pedagang.</p>
7.	<p>Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KC Tangerang-Ciputat) (Nur Agnesya Fithra Asmar, 2021)</p>	<p>Variabel independen terdapat kesamaan yaitu Literasi Keuangan Syariah</p>	<p>Terdapat perbedaan di tempat, waktu dan objek penelitian. Pada penelitian terdahulu tidak adanya variabel independen faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan fokus penelitian saya terdapat variabel literasi keuangan syariah. Dan juga variabel dependennya berbeda, yaitu minat menjadi nasabah BSI.</p>

			Fokus penelitian saya adalah minat pedagang memilih jasa perbankan syariah.
--	--	--	---

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa yang menjadi pembeda antara penelitian skripsi ini dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu pada penelitian ini terdapat variabel literasi keuangan syariah sedangkan penelitian terdahulu tidak ada, kemudian variabel dependennya juga beda dan disini peneliti menggunakan minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah.

### C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang ada dalam rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dianggap sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori-teori yang ada, belum berdasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut merupakan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. Pengaruh Faktor Rasional (X1) Terhadap Minat Pedagang (Y) Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Penelitian yang dilakukan oleh Serly Handayani (2019) mengungkapkan bahwa faktor rasional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Menurut penelitian Sandi Amalgi Siregar (2019) mengungkapkan bahwa faktor rasional terdiri dari beberapa faktor yang memungkinkan seseorang memutuskan sesuatu hal, diantaranya yaitu, pelayanan, kenyamanan, dan kepuasan. Sehingga peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Faktor rasional berpengaruh secara positif terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah.**

## **2. Pengaruh Faktor Emosional (X2) Terhadap Minat Pedagang (Y) Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah**

Menurut penelitian Martin, Emosional merupakan perasaan rumit yang dialami seseorang sebagai respon terhadap rangsangan dari luar yang menyebabkan mereka mengambil tindakan. Ketika seorang konsumen memilih untuk menyimpan uangnya di bank melalui dua perspektif yaitu waktu saat ini dan waktu setelah mati. Emosional lebih cenderung kepada sikap nasabah memutuskan sesuatu. (Martin Satria Putra, 2019). Jadi dalam penelitian ini faktor emosional dalam diri pedagang yaitu perasaan yang terjadi mengenai kesadaran maupun pemahaman terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah. Sebagaimana pada penelitian yang dilakukan oleh Niwah Muti'ah (2015) mengatakan bahwa faktor emosional meliputi ketaatan beragama mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih jasa perbankan syariah. Sehingga peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut

**H2: Faktor emosional berpengaruh secara positif terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah**

## **3. Pengaruh Faktor Motivasi (X3) Terhadap Minat Pedagang (Y) Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah**

Penelitian yang dilakukan oleh Anggriani Puspitasari (2022) menjelaskan bahwa faktor motivasi terhadap adalah hubungan yang memberi pengaruh tentang dorongan dalam diri pedagang terhadap keputusannya memilih jasa perbankan syariah. Sebagaimana pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Hasanah (2019), faktor motivasi meliputi kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri mempengaruhi keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Magetan. Berdasarkan teori dan dari penelitian sebelumnya, maka ditentukan hipotesis sebagai berikut:

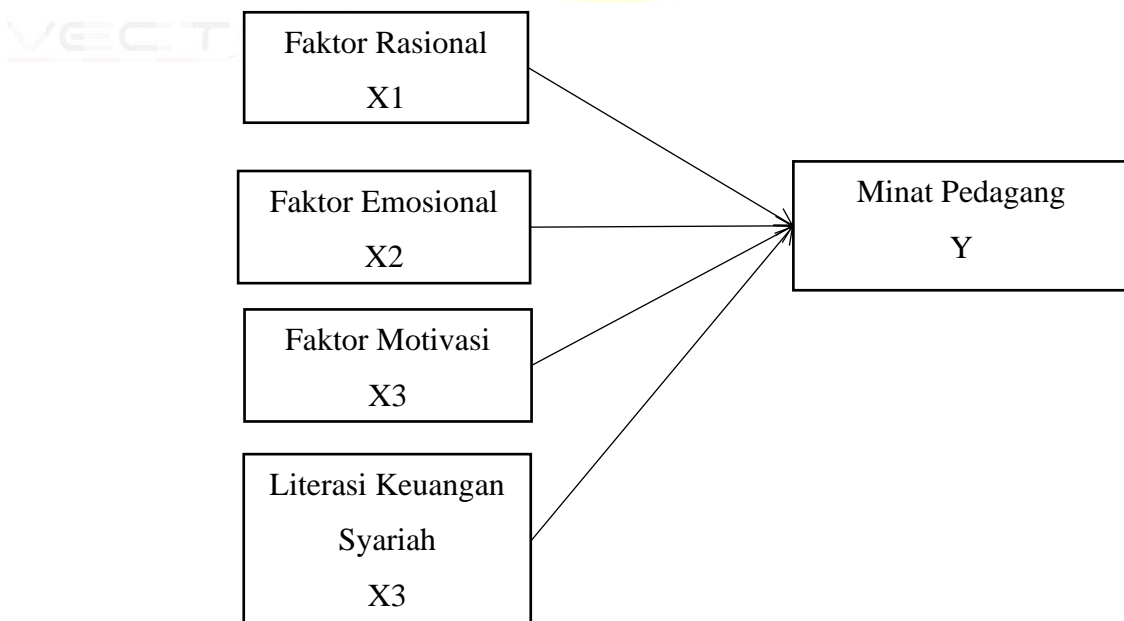
**H3: Faktor motivasi berpengaruh positif terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah.**

**4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X4) Terhadap Minat Pedagang (Y) Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah.**

Penelitian yang dilakukan oleh Nadila (2021), mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Agnesya Fithra Asmar (2021) mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Semakin besar nilai literasi keuangan syariah maka akan semakin besar peluang untuk mendapatkan banyak orang menjadi nasabah bank syariah, hal ini sejalan dengan teori literasi keuangan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah. Sehingga peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

**H4: Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif terhadap minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah**

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



#### D. Landasan Teologis

Pada faktor emosional terdapat indikator ketaatan beragama. Islam menyuruh umatnya untuk beragama (berIslam) secara menyeluruh. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 208:

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

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”*

Dalam ayat tersebut dapat dipahami bahwa ketaatan beragama yaitu memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum ditunaikan untuk melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib.

Selain faktor emosional, faktor motivasi juga berpengaruh pada minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah. Islam menganjurkan seseorang mempunyai motivasi yang baik namun tidak disertai dengan usaha maka akan menjadi sia-sia. Begitu pentingnya sebuah motivasi dalam kehidupan manusia hingga Islam mengatur dalam ayat Al-Qur'an, seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Yusuf ayat 87:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰذٰهَبُوْا فَتَحَسَّسُوْا مِنْ يُۤوسُفَ وَاٰخِيْهِ وَاَلَا تٰتٰىسُوْا مِنْ رُّوْحِ اللّٰهِ اِنَّهٗ لَا يٰۤاَيُّسُ مِنْ رُّوْحِ اللّٰهِ اِلَّا  
الْقَوْمُ الْكٰفِرُوْنَ

Artinya:

*“Hai anak-anakku, pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir.”*

Selain itu, dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang menjelaskan tentang literasi keuangan syariah yaitu Qs. Al-Imron: 190-191

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ ۚ (١٩٠) الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُوَّةً وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا تُسَبِّحُكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ (١٩١)

Artinya:

*"Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal (190), yaitu orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan kami, Tiadalah Engkau menciptakan semua ini sia-sia, maha suci Engkau, Lindungilah kami dari azab neraka (191)."* (QS. Ali Imron: 190-191)

Ayat di atas dapat dijelaskan bahwa konsep literasi dalam Al-Qur'an, yaitu perintah untuk berpikir (tafaqqu) dan berdzikir (tadzakkur), menjadi ulul alba. Banyak ayat Al-Qur'an yang memerintahkan manusia untuk berpikir dengan ketentuan yang berbeda, seperti ta'aqul, tadabbur, tafaqquh, nadzana. Namun, ketentuan tafaqqur lebih dianggap lebih sesuai dengan konsep literasi karena berhubungan dengan kegiatan kegiatan memikirkan semua ciptaan Allah tentang alam semesta dan isinya yang mampu melahirkan berbagai macam ilmu pengetahuan dan teknologi (Wakhidah, 2023)



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan (Djolong, 2018).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini berlokasi di Pasar Wage Purwokerto yang terletak di Jl. Vihara, Purwokerto Wetan, Kec. Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai pada saat pengajuan judul sampai terlaksananya laporan penelitian yakni bulan Mei 2023 sampai dengan Oktober 2023.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah yang telah digeneralisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pedagang di Pasar Wage Purwokerto. Jumlah seluruh pedagang di Pasar Wage berjumlah 1.799 orang.

##### **2. Sampel**

Sampel termasuk dalam bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling*, dengan metode pengambilan sampel yang dilakukan secara acak (*simple random sampling*). Jumlah populasi dari pedagang Pasar Wage adalah 1.799. Peneliti mengambil sampel 10%, maka jumlah sampel :

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$$

$$n = \frac{1799}{1799 \times 0,01^2 + 1}$$

$$n = \frac{1682}{17,82}$$

$$n = 94,494382$$

$$n = 94$$

Jadi, berdasarkan rumus di atas menghasilkan sampel sebanyak 94 responden maka akan dlebuhkan menjadi 100 responden. Adapun kriteria untuk pengambilan sampel adalah Pedagang yang berada di Pasar Wage Purwokerto.

#### D. Variabel dan Indikator Penelitian

##### 1. Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). variabel bebas (independen) yang digunakan adalah faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan literasi keuangan syariah atau biasa disebut variabel X. Sedangkan variabel terikat (dependen) yang digunakan adalah minat pedagang pasar menggunakan bank syariah atau (Y)

##### 2. Indikator

Tabel 3.1  
Indikator Penelitian

	Variabel	Indikator
1.	Faktor Rasional (X1)	a. Pelayanan b. Kepuasan c. Kenyamanan (Handayani, 2019)
2.	Faktor Emosional (X2)	a. Ketaatan beragama

		<ul style="list-style-type: none"> <li>b. Psikologis</li> <li>c. Atribut Produk Yang Islami (Handayani, 2019)</li> </ul>
3.	Faktor Motivasi (X3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Psikologis</li> <li>b. Kesadaran</li> <li>c. Lingkungan (Puspitasari, 2022)</li> </ul>
4.	Literasi Keuangan Syariah (X4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengetahuan</li> <li>b. Kemampuan</li> <li>c. Sikap keuangan</li> <li>d. Kepercayaan diri (Salim, 2022)</li> </ul>
5.	Minat (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ketertarikan</li> <li>b. Keinginan</li> <li>c. Keyakinan (Juliana, 2021)</li> </ul>

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Kuisisioner menurut (Sugiyono, 2013) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Dalam penelitian ini, survei dilakukan secara offline dengan cara disebarkan secara langsung kepada responden yang sudah disediakan jawabannya oleh peneliti, sehingga responden tinggal menjawab pertanyaan yang sudah diajukan oleh peneliti, dan pengisian kuisisioner diukur menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018:152), skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala pengukuran likert ini akan mengukur persetujuan dengan skor 1-5. Keterangan mengenai pembagian skor dan kategori akan ditunjukkan sebagai berikut:

Skor dan Kategori Pengukuran Data:

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: (Sugiyono, 2018)

## 2. Observasi

Menurut Sugiyono (2013), Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisisioner. Kalau wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek-objek alam yang lain. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi pada pedagang di Pasar Wage Purwokerto.

## F. Sumber Data

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber ataupun objek penelitian. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi pendahuluan yaitu melalui wawancara terhadap beberapa pedagang serta penyebaran dan pengisian kuisisioner yang dibagikan secara langsung oleh peneliti kepada pedagang Pasar Wage Purwokerto dan didapatkan sampel berjumlah 100 pedagang.

### 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder yang digunakan oleh Menurut Sugiyono (2013), Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan

kuisisioner. Kalau wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek-objek alam yang lain. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi pada pedagang di Pasar Wage Purwokerto. Peneliti melalui studi kepustakaan seperti buku, jurnal, skripsi dan sumber lainnya sesuai dengan pokok bahasan dalam penelitian ini.

## G. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data maka penulis menggunakan metode analisis data sebagai berikut:

### 1. Uji Instrumen Data

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Maka validitas dapat mengukur apakah dalam pertanyaan kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2018). Uji validitas dilakukan untuk membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Adapun menurut (Ghozali, 2006), kriteria yang dipakai dalam uji validitas adalah:

1) Jika  $r_{hitung}$  positif, atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka unsur pernyataan valid.

2) Jika  $r_{hitung}$  negative, atau  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka unsur pernyataan tidak valid.

#### b. Uji Realibilitas

Menurut (Ghozali, 2018), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). jika

nilai *Cronbach Alpha* untuk pertanyaan atau pernyataan kuesioner yang diberikan lebih dari 0,60, dapat dikatakan memiliki konsistensi yang tinggi.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui residual yang normal/tidak dengan model regresi. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data penelitian berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data penelitian tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018)

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan model regresi dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF  $< 10$  atau nilai Tolerance  $> 0,10$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas
- 2) Jika nilai VIF atau nilai Tolerance  $< 0,10$  maka dinyatakan terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018)

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah terdapat varian variabel yang tidak sama dalam suatu model regresi. Dalam penelitian ini yang digunakan ialah metode *glejser*. Metode *glejser* dapat meregresikan kedua variabel bebas terhadap nilai mutlak pada residualnya. Pada model ini menunjukkan gejala

heterokedastisitas ketika variabel bebas memiliki signifikansi terhadap nilai mutlak residual. Dasar pengambilan keputusan uji *glejser* yakni:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data tidak terjadi heterokedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2018)

### 3. Analisis Data

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mempelajari bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen, analisis regresi linier berganda dilakukan. Regresi linier berganda digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan relatif suatu variabel dependen dan variabel independen (Suliyanto, 2011). Bentuk dasar dari persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penyelidikan ini adalah sebagai berikut: dimana Y adalah variabel dependen dan X1, X2, X3 dan X4 masing-masing adalah variabel independen yang mengukur Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Variabel Dependen)

a = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisiensi regresi dari Faktor Rasional (Variabel Independen)

$\beta_2$  = Koefisiensi regresi dari Faktor Emosional (variabel Independen)

$\beta_3$  = Koefisiensi regresi dari Faktor Motivasi (Variabel Independen)

$\beta_4$  = Koefisiensi regresi dari Literasi Keuangan Syariah (Variabel Independen)

X1 = Faktor Rasional (Variabel Independen)

X2 = Faktor Emosional (Variabel Independen)

X3 = Faktor Motivasi (Variabel Independen)

X4 = Literasi Keuangan Syariah (Variabel Independen)

e = Nilai residu

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel memiliki pengaruh yang berarti apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Adapun perhitungan rumus dalam perhitungan df untuk  $t_{hitung}$  sebagai berikut df:  $\alpha$ , n-k. kaidah keputusan dalam kriteria dari Uji t ini yakni:

- 1) Jika nilai signifikansi uji t  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesisnya diterima. Yang artinya terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi uji t  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hipotesisnya ditolak. Yang artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2018).

##### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji f bertujuan untuk mengukur apakah variabel independen yang digunakan dapat menerangkan perubahan nilai variabel dependen atau tidak. Persamaan regresi yang terbentuk masuk kriteria *fit* (cocok) apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dengan derajat bebas df:  $\alpha$ , (k-1), (n-k) atau nilai signifikansi 0,05 atau dapat dikatakan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi F  $< 0,05$  atau  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka hipotesisnya diterima. Artinya variabel Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap Minat pada penggunaan Jasa Perbankan Syariah
- 2) Jika nilai signifikansi F  $> 0,05$  atau  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka hipotesisnya ditolak. Artinya variabel Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap Minat pada penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Ghozali, 2018).



c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi /  $R^2$  berkisar antara nol (0) dan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi suatu variabel mendekati angka nol (0) berarti kemampuan model dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi suatu variabel mendekati satu (1) berarti variabel bebas mempunyai kekuatan yang lebih besar untuk mempengaruhi variabel terikat (Suliyanto, 2011)



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Pasar Wage Purwokerto**

##### **1. Sejarah Berdirinya Pasar Wage Purwokerto**

Sebelum berdirinya Pasar Wage, daerah ini merupakan pusat pemerintahan kadipaten, di bawah administrasi Adipati Pancurawis dimana dulunya lokasi Pasar Wage tersebut merupakan alun-alun. Saat lokasi yang sekarang menjadi Pasar Wage, menjadi pusat pemerintahan, banyak pedagang asongan dari Cina yang menawarkan dagangannya kepada masyarakat kadipaten, yang makin lama makin banyak pedagang asongan yang bejulan disitu sampai akhirnya merambah alun-laun.

Alun-alun yang sudah terlanjur menjadi ramai menjadi lokasi para pedagang Cina tersebut, oleh Gubernur ditetapkan menjadi Pasar yang kemudian berkembang menjadi besar dan sejak itu menjadi Pasar Wage. Sedangkan, teras kadipaten yang biasanya menjadi tempat mangkal pedagang asongan Cina lambat laun berubah menjadi Klenteng Hok Tek Bio seiring surutnya Kadipaten Pancurawis.

Pasar Wage Purwokerto dibangun kira-kira pada abad ke-19 di jaman penjajahan Belanda. Pasar Wage lama terletak di Jalan Jendral Soedirman, Pasar Wage lama terletak di perempatan tengah-tengah kota di Jalan Jendral Soedirman. Pasar itu sendiri dibangun oleh Belanda bertujuan untuk memperlancar aktifitas perekonomian dan pemasaran Belanda yang saat itu masih menjajah Indonesia.

Pada saat masih di Jalan Jendral Soedirman, Pasar Wage lama berdekatan dengan kedemangan yang saat ini dibangun sebuah Klenteng di utara pasar. Pasar Wage yang saat ini berdiri, dulunya hanya sebuah lapangan yang digunakan untuk kegiatan olahraga ataupun yang lain. Pasar Wage lama terdapat sekitar 1.600 pedagang yang berdagang dapat menampung kurang lebih 1.200 los dan 61 kios.

Nama “WAGE” dijadikan sebagai nama pasar karena pada saat Wage, pasar lebih ramai dikunjungi pembeli dari pada hari-hari biasa, seperti halnya pasar-pasar lain seperti Pasar Pon, Pasar Manis, Pasar Kliwon adalah nama-nama hari pasaran yang dijadikan nama pasar yang tentunya mempunyai sejarah yang sama dengan Pasar Wage. Namun pada saat sekarang ini, hal tersebut tidak berpengaruh karena hampir setiap hari Pasar Wage Purwokerto ramai dikunjungi para pembeli yang berkunjung mencari barang kebutuhannya.

## 2. Kondisi Pasar Wage Purwokerto Sekarang

Pasar Wage merupakan pasar tradisional yang letaknya di tengah kota tepatnya di Kecamatan Purwokerto Timur. Pasar ini dulunya menempati lahan sekitar 3.550 m<sup>2</sup>. Namun karena daya tampung pedagang yang sudah tidak memuat dan tidak layak lagi, Pemerintah Kabupaten Banyumas bekerja sama dengan pihak ketiga yaitu PT. Pumas Basata membangun Pasar Wage baru dengan menempati lahan seluas 10.305,44 m<sup>2</sup> yang terletak disebagian wilayah Kelurahan Purwokerto Wetan pada Kecamatan Purwokerto Timur.

Pasar Wage baru telah selesai dibangun dan diresmikan pemakaiannya pada tanggal 6 Maret 2022. Pasar Wage baru merupakan pasar tradisional yang menjual berbagai macam sayur mayur dan buah-buahan yaitu di Blok C, di Blok A menyediakan khusus untuk pakaian, alat-alat rumah tangga dan aneka logam. Blok B menyediakan sembako, daging sapi, daging kambing, daging unggas dan ikan air tawar. Sedangkan di Blok D adalah lantai 2 yang menjual berbagai jenis barang dan sayuran.

Pasca Kebakaran di Blok B-17 sampai dengan Blok B-21 tanggal 5 Juli 2008, Pemkab Banyumas melalui DCKKTR telah membangun kembali bekas bangunan yang terbakar dengan bentuk bangunan model pasar tradisional modern dengan anggaran kurang lebih Rp. 680.000.000,-. Pada tahun 2009 Dinas Perindagkop Kabupaten Banyumas segera menata kembali pedagang korban kebakaran untuk menempati kembali lahan Blok B.

Untuk meramaikan dan mengoptimalkan pemanfaatan lantai 2 Pasar Wage, maka pada tahun 2010 Pemerintah Kabupaten Banyumas melalui Dinas Perindagkop dan DCKKTR akan menata kembali pedagang di lantai 2 dan menambah beberapa fasilitas serta akses menuju lantai 2 berupa eskalator pada beberapa sisi.

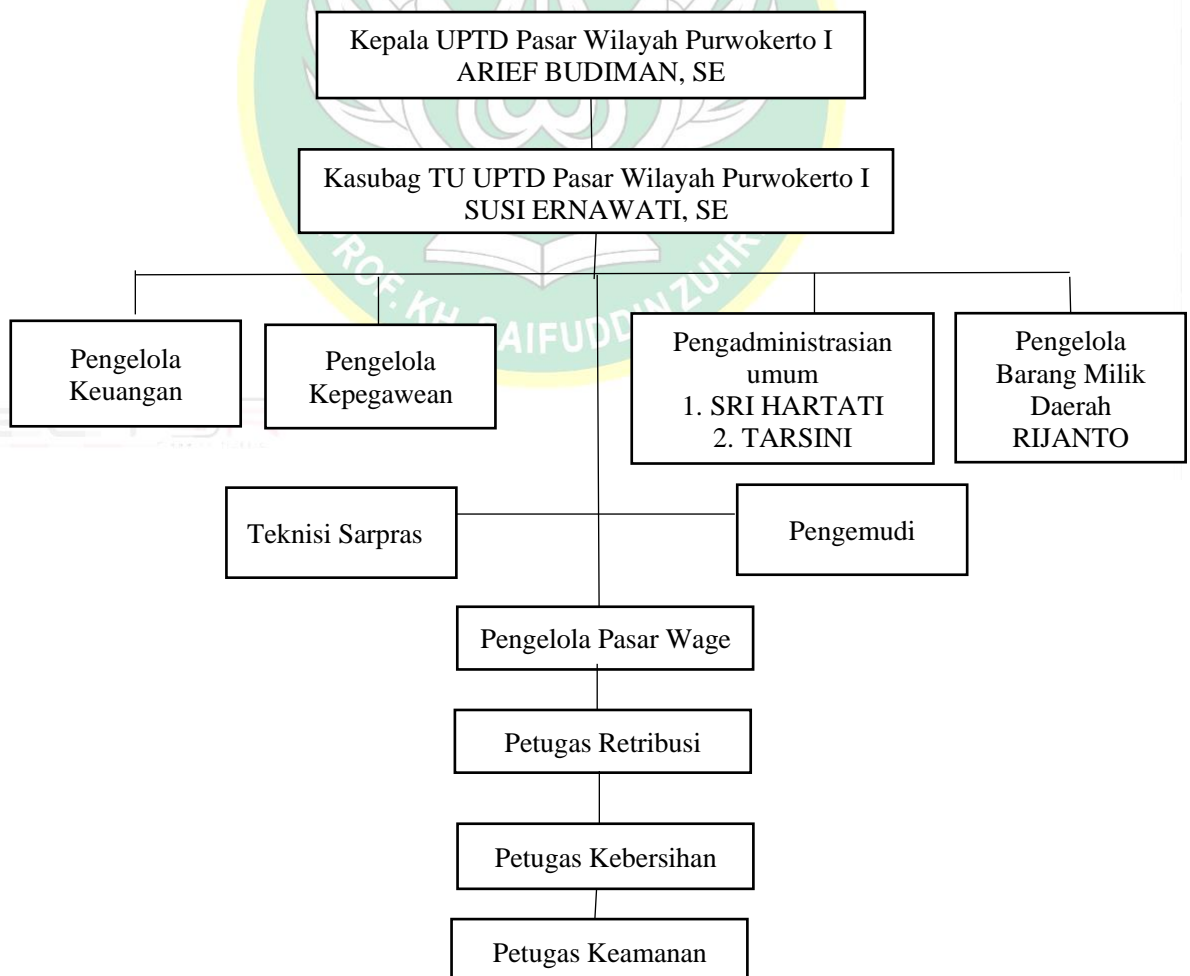
Kebakaran besar terjadi kembali pada tanggal 21 September 2020 di sebagian Blok B dan Los S Lantai 2 selatan menghanguskan 31 Kios, 677 Los, 1 MCK di Blok B dan 44 Kios, 257 Los serta 1 MCK di Lantai 2 sebelah selatan.

Saat ini Pasar Wage terus berbenah agar lebih dapat melayani pedagang, pengunjung dan pengguna manfaat lainnya.

### 3. Struktur Organisasi Pasar Wage Puwokerto

Gambar 4.1

#### Struktur Organisasi Pasar Wage Purwokerto



## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, terdapat sampel yang jumlahnya 100 responden. Responden yang digunakan adalah pedagang Pasar Wage Purwokerto yang menggunakan bank syariah maupun bank konvensional. Adapun karakteristik responden dijelaskan dalam berbagai jenis tabel sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-Laki	37	37%
2.	Perempuan	63	63%
Total		100	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan hasil data penelitian pada tabel 4.1 dapat dilihat, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki sebanyak 37 dengan presentase 37% dan perempuan sebanyak 63 dengan presentase 63%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden berjenis kelamin laki-laki.

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia pedagang Pasar Wage Purwokerto adalah sebagai berikut

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	20	2	2%
2.	21 - 43	72	72%
3.	44 - 53	17	17%
4.	54 - 63	7	7%
5.	> 63	2	2%
Total		100	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas dapat diketahui usia responden pedagang Pasar Wage Purwokerto yang diambil sampel, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah usia 21 - 43 tahun yaitu sebanyak 72 orang atau 72%. Selain itu, usia 20 tahun sebanyak 2 orang atau 2%, usia 44 - 63 sebanyak 17 orang atau 17%, usia 54 - 63 sebanyak 7 orang atau 7% dan usia lebih dari 63 tahun sebanyak 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang Pasar Wage Purwokerto berusia 22 -43 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Responden berdasarkan agama dapat diklasifikasikan menjadi 4 yaitu:

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

No	Agama	Frekuensi	Presentase
1.	Islam	91	91%
2.	Hindu	1	1%
3.	Katolik	2	2%
4.	Kristen	6	6%
Total		100	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan hasil data penelitian pada tabel 4.3 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan agama yaitu agama Islam sebanyak 91 dengan presentase 91%, agama Hindu sebanyak 1 orang dengan presentase sebanyak 1%, agama Katolik sebanyak 2 dengan presentase sebanyak 2%, agama Kristen sebanyak 6 dengan presentase 6%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang di Pasar Wage Purwokerto beragama Islam.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Rekening Yang Dimiliki Nasabah

Tabel 4.4

Jenis Rekening Yang Dimiliki Responden

No	Jenis Bank	Frekuensi	Presentase
1.	Bank Syariah	18	18%
2.	Bank Konvensional	82	82%
Total		100	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan hasil data penelitian tabel 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis rekening yang dimiliki yaitu pada kolom pertama, pengguna bank syariah sebanyak 18 dengan presentase 18%, diikuti dengan pengguna bank konvensional sebanyak 82 dengan presentase 82%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang Pasar Wage Purwokerto menggunakan bank konvensional.

**C. Hasil Penelitian**

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur data (kuesioner) yang diperoleh untuk dapat menghasilkan data yang valid atau tidak. Uji signifikansi dapat dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* ( $df = n - 2$ ) dengan  $\alpha = 0,05$ . nilai n

dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel, maka nilai  $df = 100 - 2 = 98$ , maka nilai  $r_{tabel}$ nya adalah 0,196. apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Sedangkan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Tabel 4.5  
Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
Faktor Rasional ( $X_1$ )	X1.1	0,844	0,196	Valid
	X1.2	0,826	0,196	Valid
	X1.3	0,885	0,196	Valid
	X1.4	0,837	0,196	Valid
	X1.5	0,847	0,196	Valid
	X1.6	0,848	0,196	Valid
Faktor Emosional ( $X_2$ )	X2.1	0,851	0,196	Valid
	X2.2	0,854	0,196	Valid
	X2.3	0,828	0,196	Valid
	X2.4	0,800	0,196	Valid
	X2.5	0,866	0,196	Valid
	X2.6	0,886	0,196	Valid
Faktor Motivasi ( $X_3$ )	X3.1	0,916	0,196	Valid
	X3.2	0,908	0,196	Valid
	X3.3	0,916	0,196	Valid
	X3.4	0,890	0,196	Valid
	X3.5	0,862	0,196	Valid
	X3.6	0,840	0,196	Valid
Literasi Keuangan Syariah ( $X_4$ )	X4.1	0,861	0,196	Valid
	X4.2	0,897	0,196	Valid
	X4.3	0,574	0,196	Valid



	X4.4	0,698	0,196	Valid
	X4.5	0,870	0,196	Valid
	X4.6	0,871	0,196	Valid
	X4.7	0,874	0,196	Valid
	X4.8	0,873	0,196	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,927	0,196	Valid
	Y.2	0,923	0,196	Valid
	Y.3	0,895	0,196	Valid
	Y.4	0,863	0,196	Valid
	Y.5	0,921	0,196	Valid
	Y.6	0,935	0,196	Valid

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 29

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada masing-masing item pernyataan yakni pada variabel faktor rasional berjumlah 6 pernyataan, variabel faktor emosional berjumlah 6 pernyataan, variabel faktor motivasi berjumlah 6 pernyataan, variabel literasi keuangan syariah berjumlah 8 pernyataan dan variabel minat berjumlah 6 pernyataan. Dari data tersebut dapat diamati bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq 0,196$ ). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan kuesioner dinyatakan valid dan dapat diikutsertakan pada analisis berikutnya.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan jika pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya. Hal ini dilakukan untuk melihat tanggapan atau jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten, dan kuesioner dapat dikatakan reliabel.

Dalam pengambilan keputusan pada uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel dan tidak reliabel dengan syarat yakni:

- 1) Jika nilai *cronbach's alpha*  $\geq 0,60$  maka pernyataan tersebut disebut reliabel
- 2) Jika nilai *cronbach's alpha*  $\leq 0,60$  maka pernyataan tersebut disebut tidak reliabel

Tabel 4.6  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpa	Keterangan
Faktor Rasional (X1)	0,920	Reliabel
Faktor Emosional (X2)	0,921	Reliabel
Faktor Motivasi (X3)	0,946	Reliabel
Literasi Keuangan Syariah (X4)	0,929	Reliabel
Minat (Y)	0,958	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa variabel Faktor Rasional (X1), Faktor Emosional (X2), Faktor Motivasi (X3), Literasi Keuangan Syariah (X4) dan Minat (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha*  $\geq 60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengukur apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak sehingga dapat dipakai pada statistik parametrik. Untuk mengetahui data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak normal maka penelitian ini menggunakan uji Kormogorov Smirnov dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data penelitian berdistribusi normal

2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data penelitian tidak berdistribusi normal

Tabel 4.7  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0	
	Std. Deviation	2.50237	
Most Extreme Differences	Absolute	0.084	
	Positive	0.084	
	Negative	-0.079	
Test Statistic		0.084	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		0.049	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.		0.052
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.046
		Upper Bound	0.058
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.			

Sumber: Hasil olahan data kuesioner melalui SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai monte carlo sig sebesar 0,052 dimana artinya nilai tercantum  $> 0,05$ . yang memberikan hasil bahwa data tersebut normal, dengan riset ini sudah menunjukkan memenuhi kriteria uji normalitas dan bisa dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang lain.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan nilai TOL (Tolerance) dan *Variance Inflation* (VIF). Jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai Tolerance  $> 10$ , maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4.8  
 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Faktor Rasionl (X1)	0,302	3,307
Faktor Emosional (X2)	0,159	6,291
Faktor Motivasi (X3)	0,138	7,246
Literasi Keuangan Syariah (X3)	0,162	4,091

Sumber: Data olah kuesioner melalui SPSS versi 29

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian semua variabel memiliki nilai VIF dibawah 10 dan nilai TOL lebih besar dari 0,1. Nilai TOL untuk variabel faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan literasi keuangan syariah secara berturut-turut adalah 0,302; 0,159; 0,138; 0,138 sedangkan nilai VIF secara berturut-turut adalah 3,307; 6,291; 7,246; 4,091. Maka dari itu karena nilai TOL  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  pada semua variabel, maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat varian variabel yang tidak sama dalam satu mode regresi. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode *glejser*. Pada metode *glejser* dapat meregresikan kedua variabel bebas terhadap nilai mutlak pada residualnya. Pada model ini, menunjukkan gejala heteroskedastisitas ketika variabel bebas memiliki signifikansi terhadap nilai mutlak residual. Dasar pengambilan keputusan uji *glejser* yakni:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018)

Tabel 4.9

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig
Faktor Rasional	0,460
Faktor Emosional	0,668
Faktor Motivasi	0,978
Literasi Keuangan Syariah	0,134

Sumber: diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pengujian, diperoleh nilai sig, semua variabel lebih besar dari 0,05. Nilai sig. Untuk variabel Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah berturut-turut adalah 0,460; 0,668; 0,978; 0,134. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini digunakan apabila variabel independen dalam penelitian lebih dari dua. Dalam penelitian ini, uji regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh Faktor Rasional (X1), Faktor Emosional (X2), Faktor Motivasi (X3) terhadap Minat Pedagang Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Y). Hasil pengujian regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-0.578	1.247		-0.464	0.644
	X1	0.014	0.097		-0.012	0.886
	X2	0.601	0.125		0.545	0
	X3	0.266	0.129		0.251	0.042
	X4	0.13	0.08		0.15	0.105

Tabel 4.10

#### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Sumber: Hasil olahan data melalui kuesioner melalui SPSS versi 29

Dari hasil pengujian di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,578 + 0,014X_1 + 0,601X_2 + 0,266X_3 + 0,130X_4$$

Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

- Nilai konstanta bernilai negatif -0,578 dapat diartikan apabila faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan literasi keuangan syariah sama dengan nol (0) maka minat pada penggunaan jasa perbankan syariah mengalami penurunan. Apabila faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan literasi keuangan syariah berubah maka minat pada penggunaan jasa perbankan syariah pun juga ikut berubah.
- Nilai koefisien regresi variabel faktor rasional ( $X_1$ ) bernilai positif (+) sebesar 0,014 maka bisa diartikan bahwa jika variabel faktor rasional ( $X_1$ ) meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

- c. Nilai koefisien regresi variabel faktor emosional ( $X_2$ ) bernilai positif (+) sebesar 0,601 maka bisa diartikan bahwa jika variabel faktor emosional ( $X_2$ ) meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- d. Nilai koefisien regresi variabel faktor motivasi ( $X_3$ ) bernilai positif (+) sebesar 0,266 maka bisa diartikan bahwa jika variabel faktor motivasi ( $X_3$ ) meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- e. Nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan syariah ( $X_4$ ) bernilai positif (+) sebesar 0,130 maka bisa diartikan bahwa jika variabel literasi keuangan syariah ( $X_4$ ) meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T

Uji t digunakan untuk mengukur apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel memiliki pengaruh yang berarti apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Adapun perhitungan rumus dalam perhitungan df untuk  $t_{hitung}$  sebagai berikut  $df \alpha, n-k$ . kaidah keputusan dalam uji t ini yakni:

1) Jika nilai signifikansi uji  $t < 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesisnya diterima. Yang artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai signifikansi uji  $t > 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hipotesisnya ditolak. Yang artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= \alpha, (n-k) \\
 &= 0,05, (100-5) \\
 &= 1,985
 \end{aligned}$$

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Coefficient <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	-0,578	1,247		-0,464	0,644
	Faktor Rasional	-0,014	0,097	-0,012	-0,144	0,886
	Faktor Emosional	0,601	0,125	0,545	4,822	0,000
	Faktor Motivasi	0,266	0,129	0,251	2,061	0,042
	Literasi Keuangan Syariah	0,130	0,080	0,150	1,635	0,105

Sumber: Hasil olahan data kuesioner melalui SPSS 29

- 1) Diketahui bahwa uji t terhadap variabel faktor rasional ( $X_1$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $(-0,144 < 1,985)$  dan nilai signifikansi  $0,886 > 0,05$  yang artinya ( $H_1$ ) menyatakan bahwa Faktor Rasional tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah.
- 2) Diketahui Uji t terhadap variabel Faktor Emosional ( $X_2$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $(4,822 > 1,985)$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya ( $H_2$ ) menyatakan bahwa Faktor Emosional berpengaruh signifikan terhadap variabel minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah.



- 3) Diketahui Uji t terhadap variabel Faktor Motivasi ( $X_3$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar ( $2,061 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,042 < 0,05$  yang artinya ( $H_3$ ) menyatakan bahwa Faktor Motivasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah.
- 4) Diketahui Uji t terhadap variabel Literasi Keuangan Syariah ( $X_4$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar ( $1,635 < 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,105 > 0,05$  yang artinya ( $H_3$ ) menyatakan bahwa Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah.

b. Uji F

Uji f bertujuan untuk mengukur apakah variabel independen yang digunakan dapat menerangkan bahwa perubahan nilai variabel dependen atau tidak. Persamaan regresi yang terbentuk masuk kriteria *fit* (cocok) apabila  $f_{hitung} \geq f_{tabel}$  dengan derajat bebas : df:  $\alpha$ , (k-1), (n-k) atau nilai signifikansi 0,05 dengan syarat sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $F \leq 0,05$  atau  $f_{hitung} \geq f_{tabel}$  maka hipotesisnya diterima. Artinya variabel Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat pedagang pada penggunaan Jasa Perbankan Syariah.
- 2) Jika nilai signifikansi  $F \geq 0,05$  atau  $f_{hitung} \leq f_{tabel}$  maka hipotesisnya ditolak. Artinya variabel Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap minat pedagang pada penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Ghozali, 2013).

$$\begin{aligned}
 f_{tabel} &= \alpha, (k-1), (n-k) \\
 &= 0,05, (5-1), (100-5) \\
 &= 0,05, 4, 95 \\
 &= 2,47
 \end{aligned}$$

**Tabel 4.12 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2295.34	4	573.835	98.372	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	542.497	93	5.833		
	Total	2837.84	97			
a. Dependent Variable: Minat Pedagang						
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi						

Sumber: hasil olahan data kuesioner SPSS versi 29

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $98,372 \geq 2,47$ ) atau nilai signifikansi  $\leq 0,05$  ( $0,001 \leq 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Rasional ( $X_1$ ), Faktor Emosional ( $X_2$ ), Faktor Motivasi ( $X_3$ ) dan Literasi Keuangan Syariah ( $X_4$ ) secara simultan berpengaruh positif terhadap minat pedagang pasar pada penggunaan Jasa Perbankan Syariah.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi/ $R^2$  berkisar antara nol (0) dan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi suatu variabel mendekati angka nol (0) berarti kemampuan model dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi suatu variabel mendekati angka satu (1) berarti variabel bebas mempunyai kekuatan yang lebih besar untuk mempengaruhi variabel terikat (Suliyanto, 2011).

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>	
R Square	Adjusted R Square
0.809	0.801
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi	
b. Dependent Variable: Minat Pedagang	

Sumber: hasil olah data kuesioner melalui SPSS versi 29

Berdasarkan hasil tabel di atas diketahui bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,801 yang menunjukkan bahwa 80,1% variabel Faktor Rasional ( $X_1$ ), Faktor Emosional ( $X_2$ ), Faktor Motivasi ( $X_3$ ) dan Literasi Keuangan Syariah ( $X_4$ ) mampu memengaruhi variabel Minat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah, sedangkan sisanya 19,9.

**D. Pembahasan**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada pedagang Pasar Wage Purwokerto sebanyak 100 responden. Hasil dari penyebaran kuesioner ini diolah menggunakan software SPSS versi 29.

Kemudian dari hasil interpretasi berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Minat Pedagang Pasar Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Faktor Rasional memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $(-0,144 < 1,985)$  dan nilai signifikansi  $0,886 > 0,05$  yang artinya ( $H_1$ ) menyatakan bahwa Faktor Rasional tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah **ditolak**. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Hery Ridwan (2022) dan Santi Kayani (2020) yang

membuktikan bahwa faktor rasional berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Menurut Kotler dan Keller (2009), Rasional didasarkan pada pengetahuan seseorang tentang informasi dan situasi. Faktor rasional dapat mempengaruhi pemikiran dan pengetahuan nasabah yang misalnya sangat mempertimbangkan keuntungan, dan bagi hasil, bonus yang didapatkan, kemudahan fasilitas yang didapatkan, jika mengajukan kredit sangat mempertimbangkan bunga atau margin.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa rasional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pedagang menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai perbankan syariah.

## 2. Pengaruh Faktor Emosional Terhadap Minat Pedagang Pasar Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Faktor Emosional memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $(4,822 > 1,985)$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya ( $H_2$ ) menyatakan bahwa Faktor Emosional berpengaruh signifikan terhadap variabel minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah **diterima**. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Ardella Kamal (2019) dan Diana (2018) yang membuktikan bahwa faktor emosional secara parsial t berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Faktor emosional merupakan salah satu faktor yang lebih cenderung kepada sikap pedagang ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan sudut pandang nasabah terkait ketaatan beragam untuk menghindari unsur riba, serta terkait nasabah yang tertarik akan produk bank syariah berdasarkan pemahaman nasabah tersebut mengenai produk yang sesuai dengan prinsip syariah (Putra, 2019).

Berdasarkan hasil uji parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah dengan mempertimbangkan ketaatan beragama dan atribut produk yang Islami ketika pedagang akan menggunakan bank syariah.

### 3. Pengaruh Faktor Motivasi Terhadap Minat Pedagang Pasar Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Faktor Motivasi memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $(2,061 > 1,985)$  dan nilai signifikansi  $0,042 < 0,05$  yang artinya (**H<sub>3</sub>**) menyatakan bahwa Faktor Motivasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah **diterima**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nurul Hasanah (2019) yang membuktikan bahwa variabel motivasi berpengaruh terhadap keputusan menabung di BRI Syariah KCP Magetan.. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Puspitasari (2023) yang membuktikan bahwa hasilnya berbanding terbalik yaitu variabel faktor motivasi tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam memilih Jasa Perbankan Syariah.

Motivasi merupakan dorongan untuk berperilaku yang mengarah pada tujuan tertentu. Dari hasil penelitian yang didapatkan bahwa faktor motivasi berpengaruh secara parsial terhadap minat pedagang pasar pada penggunaan jasa perbankan syariah. Menurut Abraham Maslow motivasi dapat dikatakan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasmenya dalam melakukan suatu kegiatan baik bersumber dari diri sendiri (intrinsik) maupun dari luar individu (ekstrinsik). termasuk motivasi ingin menggunakan jasa perbankan syariah karena untuk menghindari riba akan muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh nasabah (Yusri, 2022). Dorongan yang berasal dari dalam diri pedagang adalah hal utama dalam memacu motivasi pedagang sedangkan dorongan dari luar seperti dari pihak bank syariah, teman atau keluarga adalah penyebab munculnya motivasi pedagang (Putra, 2019).

#### 4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pasar Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Faktor Literasi Keuangan Syariah memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $(1,635 < 1,985)$  dan nilai signifikansi  $0,105 > 0,05$  yang artinya (**H<sub>4</sub>**) menyatakan bahwa Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat pedagang pada penggunaan jasa perbankan syariah **ditolak**. Hal ini sejalan dengan Jurnal Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arief Rachman Hakim (2020) yang membuktikan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan membuka rekening di bank syariah. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Nur Khayati (2022) membuktikan bahwa variabel literasi keuangan syariah secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

Menurut hambali literasi keuangan syariah merupakan wawasan yang dimiliki seseorang mengenai produk dan jasa keuangan syariah, serta dapat membedakan antara Literasi keuangan syariah jika dilihat dari sisi konsepnya, literasi keuangan syariah merupakan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan tentang keuangan, ketrampilan maupun sikap dalam mengelola sumber daya keuangan berdasarkan syariah (Oktavianti, 2019). Saat ini pengetahuan dan pemahaman masyarakat Indonesia terhadap lembaga, produk dan layanan jasa keuangan masih relatif rendah dan tidak merata pada setiap sektor industri jasa keuangan. Hal ini berpengaruh pada rendahnya pemanfaatan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan. (Penjelasan POJK NOMOR 76 /POJK.07/2016) hal inilah yang menjadi salah satu penyebab tidak semua minat membuka rekening yang dipengaruhi oleh pemahaman literasi keuangan syariah (Hakim, 2020).

5. Pengaruh Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pasar Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Minat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Hal ini dapat dilihat pada tabel perhitungan anova pada nilai F hitung  $98,372 \geq F$  tabel 2,47 dan nilai signifikansi  $0,001 \leq 0,05$ , dengan hal tersebut maka hipotesis keempat (**H<sub>5</sub>**) yang menyatakan bahwa faktor rasional, faktor emosional, faktor motivasi dan literasi keuangan syariah terbukti berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat pedagang pasar pada penggunaan jasa perbankan syariah **diterima**.

Menurut Holland mengatakan bahwa minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat tidak timbul sendirian, melainkan ada unsur kebutuhan, misalnya minat menggunakan jasa pada perbankan syariah (Djalali, 2009). Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah menjadi tolak ukur responden untuk memiliki minat pada penggunaan jasa perbankan syariah. Berdasarkan hasil perhitungan linier memiliki nilai adjusted R square 0,801, hal ini menunjukkan bahwa 80,1% variabel Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah mampu menjelaskan variabel minat (Y) sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Selaras dengan Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 208 mengenai faktor emosional dalam ketaatan beragama:

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

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”*

Dalam ayat tersebut dapat dipahami bahwa ketaatan beragama yaitu memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum ditunaikan untuk melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib. Lewat pengalaman beragama (Religious experience) yakni penghayatan terhadap Tuhan atau agama yang diyakininya, maka manusia yang memiliki religiusitas yang tinggi akan memutuskan apa yang akan nasabah lakukan sesuai dengan ajarannya, misalnya pedagang pasar memilih meenggunakan jasa di perbankan syariah karena mereka menganggap bahwa bunga itu haram.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV, maka hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor Rasional berpengaruh negatif signifikan terhadap Minat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Karena variabel faktor rasional memiliki nilai t hitung  $-0,144 < t \text{ tabel } 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,886 > 0,05$
2. Faktor Emosional berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Karena variabel faktor emosional memiliki nilai t hitung  $4,822 > t \text{ tabel } 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$
3. Faktor Motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Karena variabel faktor emosional memiliki nilai t hitung  $2,061 > t \text{ tabel } 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,042 < 0,05$
4. Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Karena variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai t hitung  $1,635 < t \text{ tabel } 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,105 > 0,05$
5. Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Minat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. Karena keempat variabel memiliki nilai F hitung  $98,372 \geq F \text{ tabel } 2,47$  dan nilai signifikansi  $0,001 \leq 0,05$ .

## **B. Saran**

### **1. Bagi Bank Syariah**

Bagi bank syariah diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam melayani nasabah serta mampu menjelaskan dengan baik dan mudah dimengerti agar masyarakat lebih berminat untuk menggunakan jasa di perbankan syariah serta mengetahui produk-produk apa saja yang terdapat di bank syariah. Selain itu juga sering melakukan sosialisasi mengenai perbankan syariah terhadap masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik masyarakat yang belum mengetahui terkait produk dan jasa yang ada di bank syariah.

### **2. Bagi Pedagang Pasar**

Bagi pedagang pasar dirahapkan agar mencari tahu dan mendalami mengenai informasi yang berkaitan dengan perbankan syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist. Serta pedagang pasar mulai berkeinginan untuk menggunakan jasa perbankan syariah agar terhindar dari riba dan usaha yang dijalankan oleh pedagang pasar menjadi berkah.

### **3. Bagi Peneliti Lain**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain atau indikator yang berbeda dari penelitian ini, untuk menambah pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan bank syariah seperti faktor lokasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asy'ari, Abdul Hasan. 2021. Pengaruh Persepsi, Motivasi, dan Pengetahuan Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah di Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Bisnis Vol.07 NO.2*
- Devi Ratnasari, H. d. ( 2023). Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Sumut Syariah KCPSY Marelan Raya. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol.2 No.1.*
- Diana. (2018). Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang. 2.
- Dilla, Mirna. "Pengaruh Religiusitas, Motivasi, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Banda Aceh. *Skripsi*, UIN Ar-Raniry. hlm. 30-32.
- Djalali. (2009) Psikologi Pendidikan. Jakarta : Bumi Aksara hlm. 121-122
- Djolong, A. F. (2018). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *ISTIQRA'*, 86.
- 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*, 142.
- Gibson, D. J. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Muslim Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Malang). *Skripsi* .
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi Kesempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi Kesembilan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*
- Goleman, Daniel. 2007. Kecerdasan Emosional. Jakarta : PT Gramedia

- Goleman, Daniel. 2015. Kecerdasaan Emosional. Jakarta : PT Gramedia
- Hasanah, N. (2019). Pengaruh Motivasi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BRI Syariah Kcp Magetan, Ponorogo . 8.
- Husein, Umar. (2010). Manajemen RisetPemasaran dan Perilaku Konsumen. (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka),45
- Ilas, R. (2017). Manajemen Permodalan Bank Syariah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Vol.5 No.2*.
- Juliana, Heni. (2021). Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu. *Skripsi*.
- Kamal, S. A. (2019). Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri Kc. Curup. 1.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.web.id/faktor>, di akses 28 September 2023
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, edisi 13 Alih Bahasa. Benyamin Molan: PT. INDEX. h. 118
- Matsuki. (2020, Juni Kamis). Retrieved Agustus Senin, 2023, from <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>
- Muna, Dahlia. 2020. “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. *Skripsi*
- Muti'ah, N. (2015). Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah. (Studi Pada Mahasiswa Progam Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). 4.
- Nadila. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Bank Syariah. *Skripsi*.
- Nofinawanti. (2015). Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmial Syariah Vol.14 No.2*, 67.
- OJK, (2014). “Literasi, Edukasi, dan Inklusi Keuangan”. *Direktorat Literasi dan Edukasi*.

Oktavianti, Veny.” Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persyaratan Kredit Terhadap Akses Kredit Formal Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Surabaya “. *Jurnal*, <http://www.neliti.com> diakses pada tanggal 02 April 2019

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persyaratan Kredit Terhadap Akses Kredit Formal Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Surabaya. *Jurnal*, <http://www.neliti.com> diakses pada tanggal 02 April 2019

Puspitasari, A. (2022). Pengaruh Faktor Motivasi, faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Kabupaten Dompu). 3-4.

Putra, M. S. (2019). Faktor Emosional dan Rasional Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Perbankan, (Studi Pada PT.BRI Syariah Cabang Bengkulu. 2-3.

Rahim, R. R. (2016). Islamic Financial Literacy and its Determinants among University Students : An Exploratory Factor Analysis. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 32–35

Siregar, S. A. (2019). Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Stambuk 2016), . *Skripsi*, 18.

Soemita, Andri. (2009). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung.

Sungadi. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Kematangan Karier Pustakawan Kajian Empiris Pada Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam di Daerah Yogyakarta. *Jurnal Perpustakaan*, 17.

Wakhidah, Shinta. 2023. Literasi Keuangan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Oleh Pelaku Usaha Mikro dan Kecil di Kabupaten Banyumas. *Skripsi*.

Yudianto, T. d. (2021). Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas VII SMP Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 108-109.

Yusri, Yunita. (2022). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Melalui Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang. *Skripsi*, 64.



## AMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI Purwokerto**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-636533. Website: febi.uinsaizu.ac.id

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH FAKTOR RASIONAL, FAKTOR EMOSIONAL, FAKTOR**  
**MOTIVASI DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP**  
**MINAT PEDAGANG PASAR PADA PENGGUNAAN JASA PERBANKAN**  
**SYARIAH**  
**(Studi Empiris Pasar Wage Purwokerto)**

Kepada Yth.  
Calon Responden  
Di Tempat

Dengan Hormat,  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Efi Meilina  
NIM : 1917202098  
Prodi : Perbankan Syariah

Bermaksud akan mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pasar Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Empiris Pasar Wage Purwokerto)”. Penelitian ini tidak akan menimbulkan akibat yang merugikan responden. Semua informasi dari hasil penelitian akan dijaga kerahasiannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian. Jika Saudara/i bersedia, maka saya mohon kesediaan untuk mengisi lembar persetujuan dan identitas yang saya lampirkan.

Atas perhatian dan kesediaannya menjadi responden, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya

Efi Meilina

A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah Pernyataan dibawah ini dengan Sebenar-benarnya.

Nama :

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Umur :

Agama :

Rekening yang yang dimiliki :  Bank Syariah  Bank

Konvensional

Bank Syariah :  BSI

Bank Konvensional :  BRI

BNI

BKK

BCA

Mandiri

Lainnya : .....

Jika memiliki bank syariah, sudah berapa lama menggunakan bank syariah : ... Tahun

Saya yang bertanda tangan dibawah ini bersedia menjadi responden setelah diberikan penjelasan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Purwokerto,

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Mohon dengan hormat, kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner ini



2. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang ada pada kolom yang tersedia

3. Berikut ini keterangan alternatif pilihan jawaban yang tersedia yaitu:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

### C. KUESIONER

#### 1. Faktor Rasional (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya prosedur dan persyaratan di bank syariah memberikan kemudahan itu mempengaruhi memilih bank syariah					
2.	Menurut saya pelayanan yang memuaskan mempengaruhi memilih bank syariah					
3.	Menurut saya informasi yang jelas dan mudah dimengerti dari bank syariah membuat saya ingin menggunakan bank syariah					
4.	Menurut saya biaya administrasi yang murah di bank syariah memberikan rasa kepuasan					
5.	Menurut saya bagi hasil maupun keuntungan yang dibagi oleh bank syariah dibagi secara adil sesuai kesepakatan					

6.	Menurut saya kemudahan dalam bertransaksi menggunakan produk bank mempengaruhi kenyamanan nasabah					
----	---	--	--	--	--	--

Faktor Emosional (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya dengan menggunakan bank syariah terhindar dari unsur riba					
2.	Saya merasa bahwa ketaatan dalam beragama menjadi alasan memilih bank syariah					
3.	Saya merasa sosialisasi dari bank syariah menjadikan ingin menggunakan bank syariah					
4.	Menurut saya pelayanan yang kurang baik dari bank syariah dapat memberikan rasa tidak puas					
5.	Menurut saya produk bank syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah					
6.	Menurut saya sistem dan prosedur bank syariah bebas dari riba					

Faktor Motivasi (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya bank syariah sudah sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Menurut saya menggunakan jasa perbankan syariah sudah sesuai aturan syariah					

3.	Menurut saya bank syariah memiliki produk yang beragam dan menarik					
4.	Menurut saya sebagai seorang muslim menggunakan produk bank syariah adalah pilihan yang tepat					
5.	Menurut saya lingkungan sekitar bisa memotivasi untuk memilih bank syariah seperti dari sales ataupun keluarga					
6.	Menurut saya peran bank keliling mempengaruhi minat menggunakan bank syariah					

#### Literasi Keuangan Syariah (X4)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui produk-produk apa saja yang ada dalam bank syariah					
2.	Saya mengetahui perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional					
3.	Menurut saya mengeluarkan uang untuk kebutuhan lebih penting daripada keinginan					
4.	Menurut saya menyalurkan uang untuk ditabung adalah perencanaan yang bagus					
5.	Saya mengetahui pentingnya menentukan tujuan keuangan baik jangka pendek maupun jangka panjang					

6.	Menurut saya melakukan perencanaan keuangan sejak dini untuk mencapai tujuan jangka panjang					
7.	Menurut saya sistem bunga dari bank konvensional adalah riba					
8.	Saya akan menjadikan bank syariah sebagai prioritas utama dibandingkan bank konvensional					

#### Minat

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik dengan sistem bank syariah yang terbebas dari bunga					
2.	Saya tertarik dengan akad yang digunakan oleh bank syariah					
3.	Saya ingin menggunakan jasa perbankan syariah karena terhindar dari riba					
4.	Saya ingin menjadi nasabah di bank syariah karena keinginan sendiri					
5.	Saya merasa yakin bahwa perbankan syariah adalah bank murni yang berlandaskan prinsip syariah					

6.	Saya yakin bahwa akad yang digunakan perbankan syariah berlandaskan prinsip syariat Islam					
----	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2 Hasil Tabulasi Faktor Rasional (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
1	2	4	3	4	4	3	20
3	4	4	3	4	3	5	23
4	5	5	5	5	4	5	29
5	4	4	3	1	4	5	21
6	3	3	3	3	3	3	18
7	5	4	4	3	4	4	24
8	3	4	3	3	3	4	20
9	4	4	5	3	3	4	23
10	3	4	3	4	3	4	21
11	2	3	3	4	3	4	19
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	3	4	4	4	3	3	21
15	4	5	5	4	5	5	28
16	4	4	3	4	3	4	22
17	5	4	4	5	5	4	27
18	4	4	3	3	4	3	21
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	5	5	26
22	4	4	4	4	4	5	25
23	4	5	5	5	4	5	28
24	4	4	4	5	5	5	27
25	4	4	5	5	5	5	28
26	4	5	4	4	5	5	27
27	4	2	4	3	4	5	22
28	5	4	2	4	4	5	24
29	4	3	4	5	4	5	25
30	4	4	5	4	4	5	26
31	4	4	3	3	2	4	20

32	4	5	4	4	5	4	26
33	4	5	4	5	4	3	25
34	4	4	4	4	4	3	23
35	3	4	3	3	3	4	20
36	4	4	5	4	5	4	26
37	4	5	4	5	4	5	27
38	4	3	4	5	4	5	25
39	4	5	5	4	5	5	28
40	4	5	4	5	4	5	27
41	4	5	5	4	5	5	28
42	3	3	4	5	4	5	24
43	3	3	4	5	4	5	24
44	4	5	4	5	5	3	26
45	4	4	4	4	3	5	24
46	4	3	4	5	4	5	25
47	4	4	4	4	3	4	23
48	4	5	4	5	4	5	27
49	3	2	3	3	3	4	18
50	4	3	3	1	3	4	18
51	3	2	3	3	4	3	18
52	3	3	2	3	3	3	17
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	5	4	4	25
55	4	3	4	5	4	4	24
56	4	5	4	4	5	4	26
57	4	4	5	5	5	4	27
58	4	3	3	4	4	5	23
59	4	4	4	3	5	4	24
60	4	4	5	5	4	5	27
61	3	3	3	3	3	3	18
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	5	4	5	4	26
64	4	4	4	4	4	5	25
65	3	3	4	4	4	4	22
66	4	4	3	3	3	3	20
67	4	4	3	3	3	3	20
68	3	3	3	3	3	3	18
69	3	3	3	3	3	3	18

70	3	3	3	3	3	3	18
71	4	4	4	4	4	4	24
72	3	3	3	3	3	3	18
73	2	2	2	2	2	2	12
74	4	4	4	4	4	4	24
75	2	2	2	2	2	2	12
76	4	4	4	4	4	4	24
77	3	3	3	3	3	3	18
78	3	3	3	3	3	3	18
79	4	4	4	4	2	4	22
80	4	4	4	3	3	3	21
81	2	2	2	2	2	2	12
82	3	3	3	3	3	3	18
83	2	2	2	2	2	2	12
84	2	2	2	2	2	2	12
85	2	2	2	2	2	2	12
86	4	4	4	4	4	4	24
87	2	2	2	2	2	2	12
88	2	2	2	2	2	2	12
89	3	3	3	4	4	4	21
90	2	2	3	3	4	4	18
91	2	2	2	2	2	2	12
92	3	3	3	2	2	2	15
93	4	4	4	3	3	3	21
94	4	4	4	4	2	4	22
95	2	2	2	2	2	2	12
96	3	3	3	3	3	3	18
97	3	3	3	3	3	3	18
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	4	4	4	3	3	22
100	2	3	3	3	2	2	15

Lampiran 3  
Hasil Tabulasi Faktor Emosional (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	1	1	4	4	2	2	14
2	2	3	3	2	2	2	14
3	2	5	5	4	4	5	25

4	5	5	5	4	4	4	27
5	3	1	4	5	4	1	18
6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	3	4	4	3	3	20
8	4	3	3	3	3	4	20
9	5	4	4	5	3	4	25
10	3	2	3	4	3	3	18
11	4	2	3	3	4	4	20
12	3	3	4	3	3	3	19
13	3	5	4	4	4	4	24
14	3	3	2	4	3	3	18
15	5	5	5	5	5	4	29
16	3	4	3	4	3	4	21
17	3	3	3	4	3	3	19
18	4	3	3	3	3	4	20
19	4	4	4	3	5	4	24
20	5	5	5	3	4	4	26
21	5	5	4	5	5	5	29
22	5	5	5	4	5	5	29
23	5	4	4	4	5	5	27
24	5	4	4	4	5	5	27
25	5	4	5	5	5	5	29
26	4	5	5	5	4	5	28
27	4	5	4	4	5	4	26
28	4	4	5	4	5	5	27
29	4	4	4	5	4	4	25
30	4	5	3	5	4	4	25
31	4	5	4	5	4	5	27
32	4	5	4	2	5	4	24
33	4	4	3	4	5	4	24
34	4	5	4	5	4	5	27
35	3	4	4	4	4	4	23
36	4	5	4	4	5	4	26
37	4	5	4	5	5	4	27
38	4	5	4	5	5	5	28
39	4	5	4	4	4	5	26



40	4	5	4	5	4	5	27
41	4	4	5	4	3	5	25
42	5	4	5	4	5	4	27
43	3	3	2	3	4	3	18
44	4	3	5	4	3	5	24
45	4	3	4	5	5	5	26
46	4	4	5	5	5	4	27
47	4	4	4	4	5	4	25
48	4	5	4	5	4	4	26
49	4	3	3	4	4	3	21
50	4	3	5	3	4	4	23
51	3	3	3	4	4	3	20
52	3	3	2	3	3	3	17
53	4	4	4	4	4	5	25
54	4	4	3	4	5	4	24
55	5	5	4	5	4	4	27
56	4	5	5	4	5	4	27
57	4	5	5	4	5	4	27
58	4	4	4	4	5	4	25
59	4	5	4	5	5	4	27
60	4	5	5	5	4	4	27
61	3	4	3	3	3	3	19
62	4	5	4	4	4	4	25
63	4	4	5	4	4	4	25
64	4	4	5	4	4	4	25
65	4	4	4	4	4	4	24
66	3	3	3	3	2	2	16
67	4	4	3	4	4	4	23
68	2	2	3	3	3	3	16
69	2	2	2	2	2	2	12
70	3	3	3	3	3	3	18
71	4	4	4	4	4	4	24
72	2	2	2	2	2	2	12
73	2	2	3	3	3	3	16
74	4	4	4	4	4	4	24
75	2	2	2	2	2	2	12

76	2	4	4	2	4	4	20
77	2	2	2	2	2	2	12
78	3	3	2	2	2	2	14
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	3	4	4	4	4	22
81	2	2	2	2	2	2	12
82	2	2	2	2	2	2	12
83	3	3	2	3	2	2	15
84	4	4	2	2	4	2	18
85	2	2	2	2	2	2	12
86	4	4	4	4	4	4	24
87	3	3	3	3	3	3	18
88	3	3	3	3	3	3	18
89	4	4	4	3	3	3	21
90	3	3	3	3	3	3	18
91	3	3	3	3	3	3	18
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	4	24
95	2	2	2	2	2	2	12
96	3	3	3	3	3	3	18
97	3	3	3	3	3	3	18
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	4	4	4	2	2	20
100	3	3	3	3	3	3	18

Lampiran 4 Hasil Tabulasi Faktor Motivasi

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
1	3	2	3	3	2	4	17
2	3	3	2	3	3	3	17
3	4	4	5	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	4	24
5	1	1	1	3	2	5	13
6	3	3	3	3	3	5	20
7	3	3	4	3	3	3	19
8	3	4	3	3	3	3	19
9	3	3	4	4	5	5	24

10	3	3	3	3	3	3	18
11	4	4	3	3	4	2	20
12	3	3	3	3	4	3	19
13	5	4	4	4	4	4	25
14	3	3	4	4	4	4	22
15	5	5	4	5	3	4	26
16	3	4	3	3	2	4	19
17	3	3	4	4	4	4	22
18	3	4	3	3	4	3	20
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	5	5	5	5	5	29
23	4	5	5	5	4	5	28
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	5	5	5	4	5	28
26	4	5	5	5	4	5	28
27	4	5	4	5	4	5	27
28	4	5	5	4	5	5	28
29	4	5	4	5	5	4	27
30	4	5	5	4	4	5	27
31	4	5	4	5	4	3	25
32	4	3	3	4	4	5	23
33	4	5	4	5	4	5	27
34	4	4	4	5	4	5	26
35	4	3	4	4	4	4	23
36	4	5	4	4	5	5	27
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	5	5	4	5	27
39	5	5	5	5	5	4	29
40	4	5	4	5	5	5	28
41	4	4	5	5	4	5	27
42	4	5	4	4	4	5	26
43	4	4	5	3	3	3	22
44	4	4	4	4	3	5	24
45	4	5	4	5	5	4	27

46	4	4	4	3	4	3	22
47	4	5	4	5	4	3	25
48	4	3	4	4	5	4	24
49	4	3	4	4	3	4	22
50	4	3	4	4	3	4	22
51	3	3	4	4	5	4	23
52	3	3	3	3	3	3	18
53	4	4	4	5	3	4	24
54	4	4	5	4	4	4	25
55	5	4	5	5	5	4	28
56	5	4	5	4	4	5	27
57	5	5	4	5	4	5	28
58	5	5	4	4	5	5	28
59	4	4	5	4	5	5	27
60	5	5	4	5	4	5	28
61	3	2	3	3	3	3	17
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	5	4	4	4	25
64	4	4	4	5	4	5	26
65	4	4	4	5	4	5	26
66	2	2	2	2	3	3	14
67	3	3	3	4	4	3	20
68	2	2	3	3	3	3	16
69	2	2	2	3	3	2	14
70	3	3	3	4	4	3	20
71	5	5	5	5	5	5	30
72	2	2	2	2	2	2	12
73	2	2	2	2	2	2	12
74	4	4	4	4	4	4	24
75	2	2	2	2	2	2	12
76	4	4	4	4	4	4	24
77	2	2	2	2	2	2	12
78	2	2	2	2	2	2	12
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	3	3	3	4	4	20
81	2	2	2	2	2	2	12

82	2	2	2	2	2	2	2	12
83	2	2	2	4	2	2	2	14
84	2	2	2	4	2	2	2	14
85	3	3	3	3	3	3	3	18
86	4	4	4	4	4	4	4	24
87	3	3	3	3	3	3	3	18
88	3	3	3	3	3	3	3	18
89	4	4	4	4	4	4	4	24
90	3	3	3	3	3	3	3	18
91	3	3	3	3	3	3	3	18
92	4	4	4	4	4	4	4	24
93	3	3	4	4	3	3	3	20
94	3	3	4	4	4	4	4	22
95	2	2	2	2	2	2	2	12
96	3	3	3	3	3	3	3	18
97	3	3	3	3	3	3	3	18
98	4	4	4	4	4	4	4	24
99	3	3	3	3	3	3	3	18
100	3	3	3	3	3	3	3	18

Lampiran 5 Hasil Tabulasi Literasi Keuangan Syariah

No	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	Total
1	3	3	5	5	4	3	3	3	29
2	3	2	2	2	3	3	2	3	20
3	4	4	2	4	5	3	3	5	30
4	4	4	4	5	5	3	3	4	32
5	1	2	4	4	5	2	5	4	27
6	4	4	4	4	4	3	4	3	30
7	2	2	5	4	4	3	3	3	26
8	3	3	5	5	5	3	3	3	30
9	2	4	5	5	4	2	2	3	27
10	3	3	5	5	4	3	2	2	27
11	4	5	4	4	4	2	4	4	31
12	4	4	4	4	4	3	3	3	29
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	3	4	4	4	4	3	3	3	28

15	4	5	4	5	5	4	4	4	35
16	2	2	4	5	4	3	3	2	25
17	2	4	5	5	5	3	4	3	31
18	2	3	4	4	4	3	3	3	26
19	4	3	5	5	4	4	5	4	34
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	5	4	5	4	34
22	4	4	5	5	5	4	5	4	36
23	4	4	5	5	5	4	5	4	36
24	4	5	5	5	5	5	5	5	39
25	4	4	5	4	5	4	5	4	35
26	4	4	4	5	4	4	5	5	35
27	4	5	4	4	5	4	5	5	36
28	4	4	4	5	5	4	4	4	34
29	4	5	4	5	5	4	4	5	36
30	4	5	5	4	5	5	5	5	38
31	4	5	4	4	4	4	4	4	33
32	4	5	4	5	4	4	4	5	35
33	4	5	4	5	4	4	4	4	34
34	4	5	4	5	5	4	4	4	35
35	3	3	3	3	3	3	3	3	24
36	5	4	5	5	4	4	5	4	36
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	4	5	4	5	4	4	5	5	36
39	5	5	5	5	4	4	5	5	38
40	4	4	5	4	5	4	5	4	35
41	4	5	5	4	4	4	4	5	35
42	4	5	4	3	3	3	5	4	31
43	4	4	5	4	5	4	4	4	34
44	4	4	4	5	4	4	5	4	34
45	4	5	4	4	4	4	5	4	34
46	4	4	3	4	5	4	5	4	33
47	4	4	4	5	4	4	4	4	33
48	4	4	3	4	5	4	4	4	32
49	3	4	4	4	4	4	5	4	32
50	4	4	3	4	4	4	4	3	30

51	4	3	4	3	4	3	3	4	28
52	3	3	2	3	3	3	3	3	23
53	4	3	4	4	3	3	4	4	29
54	4	4	4	4	4	4	5	4	33
55	4	5	5	5	4	4	5	4	36
56	4	5	4	4	5	5	5	5	37
57	4	5	5	4	5	4	5	4	36
58	4	4	5	5	5	4	4	4	35
59	4	5	4	4	4	4	5	4	34
60	4	5	5	5	5	4	4	5	37
61	3	3	3	4	4	4	4	3	28
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	4	4	4	4	4	4	4	5	33
65	4	4	4	5	4	4	5	5	35
66	2	2	4	4	3	3	3	3	24
67	2	3	4	4	3	3	3	3	25
68	2	2	3	3	2	2	3	3	20
69	2	2	4	4	3	3	2	2	22
70	2	2	3	3	2	2	3	3	20
71	3	3	4	4	3	3	3	4	27
72	2	2	4	4	2	2	2	2	20
73	2	2	3	3	2	2	2	2	18
74	2	2	4	4	2	2	2	2	20
75	2	2	3	3	2	2	2	2	18
76	4	4	4	4	4	5	4	4	33
77	2	2	4	4	2	2	2	2	20
78	2	2	4	4	2	2	2	2	20
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	2	2	4	4	3	3	3	3	24
81	2	2	3	3	2	2	2	2	18
82	2	2	2	2	2	2	2	2	16
83	1	1	4	4	2	2	2	2	18
84	2	2	4	1	2	2	2	2	17
85	2	2	4	1	2	2	2	2	17
86	2	2	4	4	2	2	4	4	24

87	3	3	4	4	3	3	3	3	26
88	2	2	3	3	3	3	3	3	22
89	2	2	4	4	3	3	3	3	24
90	2	2	4	4	4	4	4	4	28
91	3	3	4	4	2	2	2	2	22
92	2	2	4	4	3	3	3	3	24
93	3	3	3	3	3	3	3	3	24
94	3	3	3	3	3	3	3	3	24
95	2	2	4	4	2	2	2	2	20
96	2	2	3	3	3	3	3	3	22
97	2	2	3	3	3	3	3	3	22
98	3	3	3	3	3	3	3	3	24
99	3	3	2	2	3	3	3	3	22
100	2	2	2	2	3	3	3	3	20

Lampiran 6 Hasil Tabulasi Minat (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
1	3	3	2	3	2	2	15
2	2	2	3	4	2	2	15
3	4	4	4	2	4	3	21
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	1	4	5	3	22
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	3	5	3	3	22
8	3	3	3	3	3	3	18
9	4	4	3	5	5	5	26
10	3	3	3	3	3	3	18
11	4	4	4	5	4	4	25
12	3	3	3	3	3	3	18
13	4	4	4	4	4	4	24
14	3	3	3	3	3	3	18
15	5	5	5	4	5	4	28
16	4	4	2	2	2	4	18
17	4	3	3	4	3	3	20
18	3	3	3	3	4	4	20
19	5	5	5	4	5	4	28
20	5	5	5	4	5	5	29
21	5	5	5	4	4	5	28



22	5	5	5	4	5	5	29
23	4	5	5	5	5	5	29
24	4	4	5	5	5	5	28
25	4	5	5	5	5	5	29
26	5	5	5	4	5	5	29
27	5	5	4	5	5	4	28
28	5	4	5	4	5	5	28
29	4	5	4	4	4	5	26
30	4	4	3	5	4	4	24
31	4	5	4	5	4	4	26
32	4	4	4	5	5	5	27
33	3	3	3	4	3	3	19
34	4	5	4	5	4	5	27
35	3	3	3	3	3	3	18
36	4	5	5	4	5	5	28
37	4	5	5	4	5	5	28
38	4	5	4	4	5	5	27
39	4	5	5	4	5	5	28
40	4	5	5	4	4	5	27
41	4	5	5	4	4	5	27
42	4	3	4	4	4	4	23
43	3	3	3	2	4	3	18
44	4	5	3	4	3	3	22
45	4	5	4	5	5	4	27
46	4	3	4	3	4	4	22
47	4	5	3	4	2	4	22
48	4	5	4	4	5	4	26
49	4	3	3	4	4	4	22
50	4	4	3	4	4	5	24
51	4	4	3	3	3	4	21
52	4	4	3	3	3	3	20
53	4	4	3	4	4	4	23
54	4	4	4	3	4	5	24
55	4	5	4	4	5	5	27
56	4	5	4	4	5	4	26
57	3	5	3	4	4	4	23
58	4	5	4	5	4	5	27
59	4	5	4	5	4	4	26

60	4	5	4	5	5	4	27
61	3	3	3	3	4	3	19
62	4	4	4	4	4	5	25
63	4	4	4	4	5	4	25
64	4	4	4	4	5	5	26
65	4	4	4	5	5	4	26
66	3	3	3	3	3	3	18
67	4	4	4	4	4	4	24
68	2	2	2	2	2	2	12
69	2	2	2	2	2	2	12
70	4	4	4	4	4	4	24
71	5	5	5	5	5	5	30
72	2	2	2	2	2	2	12
73	2	2	2	2	2	2	12
74	4	4	4	4	4	4	24
75	2	2	2	2	2	2	12
76	3	3	3	3	3	3	18
77	2	2	2	2	2	2	12
78	2	2	2	2	2	2	12
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	24
81	2	2	2	2	2	2	12
82	2	2	2	2	2	2	12
83	2	2	2	2	2	2	12
84	2	2	2	2	2	2	12
85	2	2	2	2	2	2	12
86	4	4	4	4	4	4	24
87	3	3	3	3	3	3	18
88	3	3	3	3	3	3	18
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	3	3	3	3	3	3	18
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24
94	3	3	3	3	3	3	18
95	2	2	2	2	2	2	12
96	3	3	3	3	3	3	18
97	2	2	2	2	2	2	12

98	4	4	4	4	4	4	24
99	3	3	3	3	3	3	18
100	4	4	4	4	4	4	24



VECTORS

Lokasi Tempat Penelitian Pasar Wage Purwokerto



Izin Observasi di Kantor Pasar Wage Purwokerto



Bukti Penyebaran Kuesioner





Lampiran 7 Hasil Uji Penelitia









X3.3	Pearson Correlation	.843**	.796**	1	.763**	.760**	.720**	.916**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.769**	.777**	.763**	1	.713**	.731**	.890**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.739**	.734**	.760**	.713**	1	.664**	.862**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.682**	.663**	.720**	.731**	.664**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.916**	.908**	.916**	.890**	.862**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah (X4)

**Correlations**

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.868**	.318*	.448*	.670*	.774**	.716**	.760**	.861**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.868*	1	.400*	.517*	.736*	.742**	.736**	.782**	.897**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.318*	.400**	1	.652*	.458*	.350**	.399**	.317**	.574**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.448*	.517**	.652*	1	.606*	.481**	.476**	.471**	.698**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000





Y.4	Pearson Correlation	.755**	.777**	.686**	1	.756**	.747**	.863**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.819**	.803**	.805**	.756**	1	.839**	.921**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.842**	.836**	.839**	.747**	.839**	1	.935**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.927**	.923**	.895**	.863**	.921**	.935**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

#### Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Rasional (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.920	6

Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Emosional (X2)

**Reliability  
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.921	6

Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Motivasi (X3)

**Reliability  
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.946	6

Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas Literasi Keuangan Syariah (X4)

**Reliability  
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.929	8

Lampiran 16 Hasil Uji Reliabilitas Minat (Y)

**Reliability  
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.958	6



Lampiran 17 Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000	
	Std. Deviation	2.50237409	
Most Extreme Differences	Absolute	0.084	
	Positive	0.084	
	Negative	-0.079	
Test Statistic		0.084	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		0.049	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	0.052	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.046
		Upper Bound	0.058

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.

Lampiran 18 Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-0.089	1.260		-0.071	0.944		
Faktor Rasional	-0.039	0.099	-0.033	-0.391	0.697	0.302	3.307



Faktor Emosional	0.607	0.128	0.551	4.733	0.000	0.159	6.291
Faktor Motivasi	0.287	0.132	0.271	2.172	0.032	0.138	7.246
Literasi Keuangan Syariah	0.113	0.080	0.132	1.411	0.162	0.244	4.091

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

Lampiran 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	2.264	0.845		2.677	0.009
Faktor Rasional	0.049	0.066	0.138	0.742	0.460
Faktor Emosional	0.036	0.084	0.110	0.430	0.668
Faktor Motivasi	-0.002	0.087	-0.008	-0.028	0.978
Literasi Keuangan Syariah	-0.082	0.054	-0.313	-1.510	0.134

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Lampiran 20 Hasil Uji T (Uji Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0.578	1.247		-0.464	0.644
Faktor Rasional	-0.014	0.097	-0.012	-0.144	0.886
Faktor Emosional	0.601	0.125	0.545	4.822	0.000
Faktor Motivasi	0.266	0.129	0.251	2.061	0.042
Literasi Keuangan Syariah	0.130	0.080	0.150	1.635	0.105

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

Lampiran 21 Hasil Uji F (Uji Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2295.340	4	573.835	98.372	<.001 <sup>b</sup>
Residual	542.497	93	5.833		
Total	2837.837	97			

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi

Lampiran 22 Hasil Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 <sup>a</sup>	0.809	0.801	2.415

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, Faktor Rasional, Faktor Emosional, Faktor Motivasi

b. Dependent Variable: Minat Pedagang



Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

A. Identitas Diri

Nama : Efi Meilina  
NIM : 1917202098  
Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 29 Mei 2002  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Nama Ayah : Slamet Utoyo Bambang  
Nama Ibu : Nyampen Karsinah  
Alamat : Cindaga RT 004/001, Kecamatan Kebasen  
Kabupaten Banyumas Prov. Jawa Tengah  
No.Handphone : 085869901491  
E-mail : evimeilina001@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD : SD N 3 Cindaga (2012)  
SMP : SMP Muhammadiyah Sampang (2015)  
SMA : SMA N 1 Sampang (2018)  
Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto

C. Pengalaman Kerja/Magang

1. Bank Mandiri KC Purwokerto (2023)

Purwokerto, 10 Oktober 2023



EFI MEILINA

1917202098