

PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

Indah Permatasari Siregar¹, Darania Anisa², Novika Sari³

^{1, 2, 3} UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

¹ indahsrg@uinsyahada.ac.id, ² darania@iain-padangsidimpuan.ac.id,

³ novikasari22@gmail.com

ABSTRAK	
<i>Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, sehingga kehadiran bank syariah menjadi solusi penting bagi umat Islam dalam menghindari praktik riba. Bank syariah beroperasi tanpa bunga dan berdasarkan prinsip Al-Qur'an serta hadis Nabi SAW, dengan sistem bagi hasil sebagai dasar keuntungannya. Meskipun penyebaran bank syariah di Indonesia semakin meluas, hal ini belum sepenuhnya mendorong masyarakat, termasuk kalangan muslim, untuk menjadi nasabah. Kurangnya pemahaman dan literasi keuangan, terutama pada masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah, menjadi salah satu penyebab utama. Banyak yang belum memahami perbedaan antara bank syariah dan konvensional. Bahkan di kalangan santri yang diharapkan menjadi pendukung bank syariah, masih terdapat rasa asing terhadap sistem perbankan syariah, meskipun mereka pada dasarnya menyambut baik keberadaannya.</i> <i>Indonesia has the largest Muslim population in the world, so the presence of Islamic banks is an important solution for Muslims in avoiding usury practices. Islamic banks operate without interest and are based on the principles of the Qur'an and the hadith of the Prophet SAW, with a profit-sharing system as the basis for their profits. Although the spread of Islamic banks in Indonesia is increasingly widespread, this has not fully encouraged the community, including Muslims, to become customers. Lack of understanding and financial literacy, especially among people with low levels of education, is one of the main causes. Many do not understand the difference between Islamic and conventional banks. Even among the santri who are expected to be supporters of Islamic banks, there is still a sense of foreignness towards the Islamic banking system, even though they basically welcome its existence.</i>	
KEYWORD	ARTICLE INFO
Personal Selling, Literasi Keuangan Syariah, Nasabah <i>Personal Selling, Sharia Financial Literacy, Customer</i>	Published: 15 Jun 2025
	COPYRIGHT
	 © Author(s) 2025 This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License .

PENDAHULUAN

Bank syariah di Indonesia lahir sejak tahun 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992 hingga 1999. Pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian di konversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia.¹

Negara Indonesia terkenal dengan penduduk muslim terbanyak di dunia, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015 tercatat sebanyak 202,7 juta jiwa penduduk Indonesia beragama islam. Bank syariah muncul sebagai solusi bagi umat islam yang ingin memanfaatkan jasa keuangan tanpa khawatir dosa riba. Bank syariah juga menggunakan prinsip syariah dalam melakukan pelaksanaannya (undang-undang nomor 21 tahun 2008). Bank syariah mengikuti syariat Islam yang tidak menggunakan bunga melainkan memakai bagi hasil, hal ini didasari karena prinsip Islam menyatakan hukum haram untuk bunga karena merupakan salah satu bentuk riba.

Bank syariah terdiri dari tiga jenis, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), dan Unit Usaha Syariah (UUS). Dari ketiga Bank Syariah ini yang paling banyak tersebar di setiap provinsi yaitu Bank Umum Syariah (BUS).²

Persebaran bank syariah yang sudah merata di Indonesia dan jumlah penduduk muslim di Indonesia yang banyak tidak menjamin banyaknya masyarakat muslim yang menjadi nasabah bank syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari asset keuangan syariah di Indonesia. Selain asset keuangan syariah minat masyarakat Indonesia terhadap bank syariah juga tercermin dari *market share* bank syariah.

Minat seseorang dalam menabung di bank syariah bisa muncul dari dalam diri sendiri ataupun dari lingkungan sosial. Ajzen dan Fishbein dalam *Theory Of Planned Behavior* menyatakan bahwa minat atau ketertarikan untuk melakukan sesuatu dalam diri individu mempengaruhi orang tersebut merealisasikan suatu perilaku. Terdapat 3 faktor yang melatarbelakangi teori perilaku terencana yaitu faktor personal, faktor sosial, dan faktor informasi, sehingga dapat dikatakan untuk menjadi nasabah bank syariah memerlukan minat serta rencana.³ Berdasarkan sumber dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) salah satu faktor intern penyebab rendahnya minat terhadap bank syariah adalah karena level literasi terkait keuangan syariah masyarakat di Indonesia masih rendah.⁴

Menurut Nichles yang dikutip swastha, penjualan pribadi (*personal selling*) adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2016).

² Tira Nur Fitria, "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 02 (2015): 2, <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>.

³ Risa Nur Fauzi, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 09, no. 01 (2020): 38.

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, "Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia," t.t.

mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Adanya *personal selling* konsumen akan merasa diperhatikan dan lebih mudah untuk memahami produk yang ditawarkan.⁵

Survey Nasional Literasi Keuangan yang dilakukan OJK pada tahun 2013 menunjukkan bahwa adanya hubungan erat antara literasi keuangan dengan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan. Survei menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula tingkat pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangannya.⁶

Berdasarkan hasil survey yang telah peneliti lakukan pada tanggal 15 Maret 2023, Dimana terdapat ada mahasiswa yang menggunakan Bank Syariah, ada juga yang masih menggunakan Bank konvensional, dan ada juga yang tidak menggunakan Bank apapun sama sekali. Dari survey tersebut dapat dilihat bahwa masih banyak mahasiswa yang belum menggunakan Bank Syariah meskipun mereka sudah mempelajari tentang syariah dan mengetahui bahwa Bank Syariah tidak menggunakan riba.

Personal Selling yang dilakukan pihak Bank Syariah kepada mahasiswa yaitu ketika pembayaran SPP atau uang kuliah. Namun, ketika mahasiswa akan membayar uang kuliah pihak Bank Syariah mengatakan jika sedang ada gangguan pada jaringan, lalu pihak Bank Syariah menyarankan untuk melakukan pembayaran melalui *mobile banking* atau aplikasi yang sudah dibuat oleh Bank Syariah untuk mempermudah melakukan transaksi serta menjelaskan kelebihan dari aplikasi tersebut yang membuat mahasiswa akhirnya paham tentang kemudahan di Bank Syariah.

Hal itu membuat sebagian mahasiswa akhirnya tertarik dan ingin menggunakan aplikasi tersebut akan tetapi, jika ingin menggunakan aplikasi tersebut mahasiswa harus membuka rekening terlebih dahulu agar bisa masuk menggunakan aplikasi yang memudahkan segala transaksi tersebut. Dengan begitu mahasiswa akan membuka rekening baru dan akan menjadi nasabah Bank Syariah. Perbandingan mahasiswa yang menggunakan Bank Syariah dengan yang tidak menggunakan Bank Syariah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I
Data Mahasiswa yang Menggunakan Bank Syariah

No	Yang menggunakan Bank Syariah	No	Yang tidak menggunakan Bank Syariah
1	51 Mahasiswa	1	66 Mahasiswa

Sumber: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Al Washliyah Labuhan Batu

⁵ Alhaq Simbolon Nadin, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

⁶ Fauzi, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah."

Dari ketiga jawaban informan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada beberapa alasan yang menyebabkan mahasiswa masih belum berencana untuk menjadi nasabah Bank Syariah, pengaruh dari *personal selling* yang dilakukan pihak Bank Syariah terhadap mahasiswa masih rendah diterima dan kurangnya literasi keuangan syariah membuat mahasiswa memiliki minat yang rendah dan merasa tidak perlu untuk membuka rekening baru.

Minat Mahasiswa

Menurut Slameto, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas,⁷ selain itu ciri-ciri minat yang ada pada diri masing-masing individu, yaitu minat tidak dibawa sejak lahir melainkan dibentuk dan dipelajari kemudian, minat dapat diekspresikan melalui suatu pertanyaan yang menunjukkan bahwa peserta didik lebih menyukai suatu hal daripada hal lain, minat dapat dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas, minat mempunyai segi motivasi dan perasaan, seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek akan cenderung memberikan perhatian yang lebih besar terhadap obyek tersebut.⁸

Personal Selling

Personal selling adalah salah satu media promosi yang berpengaruh dalam kegiatan pemasaran, karena melalui kegiatan *personal selling* seorang pemasar dapat memberikan informasi secara langsung atau tatap muka kepada konsumen mengenai kelebihan suatu produk yang ditawarkan. Dengan demikian *personal selling* merupakan cara penjualan yang cukup efektif dalam mempengaruhi konsumen dan menarik minat konsumen.⁹

Personal selling yang dilakukan Bank Syariah kepada mahasiswa yaitu ketika mahasiswa baru mulai memasuki kampus pihak Bank Syariah akan datang ke kampus mereka untuk melakukan edukasi dan memperkenalkan Bank Syariah kepada mahasiswa Universitas Al Washliyah Labuhanbatu tentang bagaimana kemudahan yang ada di Bank Syariah, salah satunya kemudahan dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah, baik BSI mobile maupun Sumut mobile, yang dapat memudahkan segala transaksi melalui mobile banking Bank Syariah terutama pada saat pembayaran SPP mahasiswa tidak perlu lagi datang ke kantor dan menunggu antrian ketika hendak membayar SPP melainkan mereka dapat membayar melalui aplikasi yang sudah disediakan oleh pihak Bank Syariah, selain itu mereka juga menjelaskan tentang kemudahannya menggunakan aplikasi Bank Syariah tersebut dalam melakukan transaksi lainnya seperti transfer, tarik tunai tanpa kartu, membayar

⁷ Ahmad Fauzi dan Indri Murniawaty, "Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah," *Economic Education Analysis Journal* 9, no. 2 (12 Juli 2020): 5, <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>.

⁸ M. Mustaghfirin Amin, *Pengembangan Bakat dan Minat* (Jakarta: Grafindo Persada, 2016).

⁹ M. Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran* (Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara, 2020).

tagihan, membeli pulsa, token listrik, dan dapat memberikan infaq secara online serta kelebihan-kelebihan lain yang ada di Bank Syariah.

Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan kecakapan dalam mencerna dan mengimplementasikan konsep keuangan yang tersedia guna mencapai target yang diharapkan bersumber pada asas-asas syariah. Berdasarkan kajian dari Nasution bahwa literasi keuangan syariah adalah wawasan dan paradigma ketika menggunakan produk jasa keuangan syariah. Tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi diinginkan dapat menumbuhkan pemanfaatan warga terhadap produk jasa keuangan syariah dan serta merta berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat sehingga dapat membantu perekonomian negara. Literasi keuangan telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir.¹⁰

Berbeda dengan literasi keuangan konvensional, literasi keuangan syariah merupakan pemahaman seseorang mengenai keuangan syariah. Pemahaman ini termasuk prinsip dasar, akad transaksi, lembaga dan juga produk keuangannya. Perilaku keuangan syariah diartikan sebagai implementasi yang didasarkan atas ilmu hukum syariah, setiap individu harus dapat mengelola keuangan pribadinya dengan cara membangun financial yang mengarah pada perilaku keuangan yang sehat dan sesuai dengan tuntutan syariah.¹¹

¹⁰ Rita Kusumadewi, Ayus Ahmad Yusuf, dan Wartoyo, *Literasi Keuangan Syariah* (Cirebon: ELSI PRO, 2019).

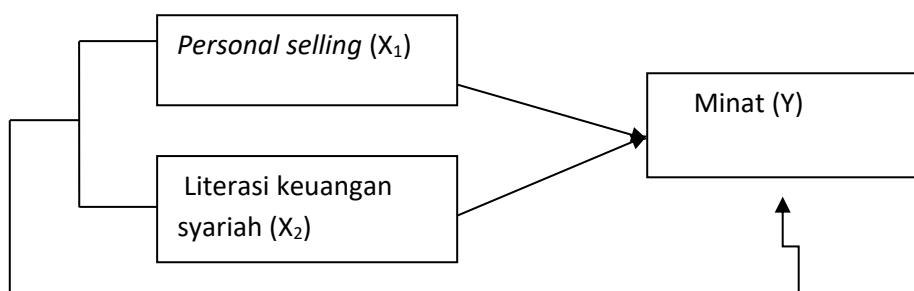
¹¹ Adiyanto dan Purnomo, "Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah," *Jurnal administrasi kantor* 9, no. 1 (2021): 10.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala
1.	Minat mahasiswa (Y)	Minat adalah keinginan yang datang dari dalam diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk mengejar suatu tujuan tertentu.	a. Perasaan senang b. Ketertarikan siswa c. Perhatian siswa d. Keterlibatan siswa	Ordinal
2.	Personal selling (X ₁)	Personal selling adalah salah satu media promosi yang berpengaruh dalam kegiatan pemasaran, karena melalui kegiatan personal selling seorang pemasar dapat memberikan informasi secara detail dan langsung kepada konsumen mengenai kelebihan perusahaan.	a. Identifikasi nasabah b. Melakukan kunjungan pribadi c. Pengetahuan produk d. Memberi solusi e. Penawaran khusus	Ordinal
3.	Literasi keuangan syariah (X ₂)	Literasi keuangan syariah merupakan suatu pemahaman seseorang individu atau kelompok mengenai sistem keuangan syariah.	a. Pengetahuan b. Kemampuan c. Penilaian	Ordinal

Sumber: Data diolah 2023

Kerangka Berpikir



Keterangan:

- a. *Personal selling* (X₁) : Variabel independen
- b. Literasi keuangan syariah (X₂) : variabel independen
- Minat (Y) : Variabel dependen

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu sifat penelitian yang menggambarkan suatu fenomena dengan data yang akurat yang diteliti secara sistematis, untuk mendeskripsikan Pengaruh *Personal Selling* dan Literasi Keuangan Syariah pada Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang mengenai sebuah fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan teknik statistik, matematika, atau komputasi.¹²

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari subjek atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian. Maka pada penelitian ini populasi yang digunakan ialah mahasiswa fakultas ekonomi (FE) Universitas Al Washliyah Labuhan Batu. Sampel ialah beberapa bagian daripada unit populasi yang mewakili semua objek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara acak sederhana. Artinya setiap anggota populasi berkesempatan menjadi sampel penelitian.

Sumber Data

Data Primer. Data primer adalah data asli yang harus dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab penelitian tersebut. Data primer diperoleh langsung dari sumbernya, data ini diperoleh dari kuisisioner yang diisi oleh mahasiswa. Data Sekunder. Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain bukan dari peneliti sendiri atau data yang sudah disediakan oleh pihak lain. Data sekunder ini meliputi dokumen baik yang disajikan maupun yang tidak disajikan.

Instrumen Pengumpulan Data

Dokumentasi. Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan atau mencari data yang mengenai hal-hal berupa catatan, buku, transkrip, agenda foto-foto kegiatan. Teknik dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data tentang gambaran umum dan data lainnya. Kuisisioner (Angket). Merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jawaban angket atau kuisisioner akan dikuantitatifkan dengan cara sebagai berikut: a) Sangat Setuju (SS) = 5, b) Setuju (S) = 4, c) Kurang Setuju (KS) = 3, d) Tidak Setuju (TS) = 2, e) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1.

¹² Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021).

Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara mengolah pengumpulan data sehingga bisa menggunakan olahan data. Tujuan teknik analisis adalah sebagai penjawab dari permasalahan yang sudah dirumuskan. Dalam analisis data, peneliti menggunakan program SPSS versi 26 (*Statistical Package For the Social Sciences*) I dan Excel untuk pengolahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berdasarkan data primer yang telah dikumpulkan, maka diperoleh profil responden yang dirangkum pada tabel 2 berikut:

Tabel 3. Profil Responden

Kelas	Jumlah Mahasiswa
Manajemen A (pagi)	33 Mahasiswa
Manajemen B (pagi)	30 Mahasiswa
Manajemen C (siang)	28 Mahasiswa
Manajemen D (siang)	26 Mahasiswa
Total	117 Mahasiswa

Sumber: Data diolah 2023\

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel penelitian berdasarkan rumus slovin

$$: n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

n = jumlah sampel yang dicari, N = Jumlah Populasi, 1 = konstanta, e^2 = Nilai presisi (error). Dimana 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar. Maka, diketahui ukuran sampel yang akan digunakan adalah 54 orang.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak di ukur digunakan untuk memperoleh data yang diteliti valid atau tidak valid. Untuk pengujian validitas digunakan 54 responden dengan 6 item pernyataan untuk variabel *Personal Selling*, 6 item pernyataan untuk variabel Literasi Keuangan Syariah, dan 6 item pernyataan untuk variabel Minat Menjadi Nasabah. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , dimana r_{tabel} (r_{tabel} terlampir) dengan taraf signifikan 10% atau 0,1 dan derajat kebebasan (df) = $n-2$, dimana n = jumlah sampel, jadi $df = 54-2 = 52$. Maka dari itu diperoleh r_{tabel} sebesar 0,226, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *corrected item-total correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka item pernyataan tersebut dikatakan valid. Adapun hasil uji validitas sebagai berikut :

Tabel 4. Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,639	Instrument valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, dengan df 52. Tarif signifikan 10% (0,1) sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2262$	Valid
2	0,534		Valid
3	0,518		Valid
4	0,439		Valid
5	0,762		Valid
6	0,678		Valid

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel minat menjadi nasabah (Y) pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai minat menjadi nasabah yang dibagikan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. R tabel yang didapat memiliki nilai sebesar 0,2262. Dapat dilihat pada ke enam item pernyataan memiliki hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, Item pernyataan yang pertama memiliki nilai r_{hitung} sebesar $0,639 > 0,2262$, pernyataan kedua memiliki nilai r_{hitung} sebesar $0,534 > 0,2262$, pernyataan ketiga memiliki nilai sebesar $0,518 > 0,2262$, pertanyaan ke empat memiliki nilai r_{hitung} sebesar $0,439 > 0,2262$, pernyataan kelima memiliki nilai r_{hitung} sebesar $0,762 > 0,2262$, untuk pernyataan ke enam memiliki nilai $0,678 > 0,2262$. Maka dapat dilihat pada tabel di atas bahwa setiap item pernyataan dikatakan valid.

Uji Validitas *Personal Selling* (X1)

Tabel 5. Uji Validitas *Personal Selling* (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,532	Instrument valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, dengan df 52. Tarif signifikan 10% (0,1) sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2262$	Valid
2	0,494		Valid
3	0,734		Valid
4	0,734		Valid
5	0,401		Valid
6	0,711		Valid

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel *personal selling*(X₁) pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai *personal selling* yang dibagikan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. R tabel yang didapat memiliki nilai sebesar 0,2262. Dapat dilihat pada ke enam item pernyataan memiliki hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, Item pernyataan yang pertama memiliki nilai r_{hitung} sebesar $0,532 > 0,2262$, pernyataan kedua memiliki nilai r_{hitung} sebesar $0,494 > 0,2262$, pernyataan ketiga memiliki nilai sebesar $0,734 > 0,2262$, pertanyaan ke empat memiliki nilai r_{hitung} sebesar $0,734 > 0,2262$, pernyataan kelima memiliki nilai r_{hitung} sebesar $0,401 > 0,2262$, untuk pernyataan ke enam memiliki nilai $0,711 > 0,2262$. Maka dapat dilihat pada tabel di atas bahwa setiap item pernyataan dikatakan valid.

Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah (X2)

Tabel 6. Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,447	Instrument valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, dengan df 52. Tarif signifikan 10% (0,1) sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2262$	Valid
2	0,577		Valid
3	0,544		Valid
4	0,496		Valid
5	0,423		Valid
6	0,452		Valid

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel literasi keuangan syariah pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai literasi keuangan syariah yang dibagikan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. R tabel yang didapat memiliki nilai sebesar 0,2262. Dapat dilihat pada ke enam item pernyataan memiliki hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Item pernyataan yang pertama memiliki nilai r_{hitung} sebesar 0,447 > 0,2262, pernyataan kedua memiliki nilai r_{hitung} sebesar 0,577 > 0,2262, pernyataan ketiga memiliki nilai sebesar 0,544 > 0,2262, pertanyaan ke empat memiliki nilai r_{hitung} sebesar 0,496 > 0,2262, pernyataan kelima memiliki nilai r_{hitung} sebesar 0,423 > 0,2262, untuk pernyataan ke enam memiliki nilai 0,452 > 0,2262. Maka dapat dilihat pada tabel di atas bahwa setiap item pernyataan dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka dapat dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas pada variabel minat menjadi nasabah, *personal selling*, dan literasi keuangan syariah, yaitu:

Tabel 7. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Minat Menjadi Nasabah (Y), *Personal Selling* (X₁), dan Literasi Keuangan Syariah (X₂)

Variabel	N of items	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
Minat Menjadi Nasabah (Y)	6	0,692	Instrumen dikatakan reliabel jika nilai <i>Cronbach's Alpha</i> > 0,60	Reliabel
<i>Personal Selling</i> (X ₁)	6	0,659		Reliabel
Literasi Keuangan Syariah (X ₂)	6	0,757		Reliabel

Sumber :Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji reliabilitas pada tabel diatas diperoleh kesimpulan bahwa uji reliabilitas pada variabel minat menjadi nasabah (Y) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0,692 > 0,60 sehingga item angket untuk variabel minat menjadi nasabah dinyatakan reliabel. Kemudian untuk variabel *personal selling* (X₁) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0,659 > 0,60 sehingga item angket untuk variabel *personal selling*

dinyatakan reliabel dan dapat diterima, dan untuk variabel literasi keuangan syariah (X₂) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $0,757 > 0,60$ sehingga item angket untuk variabel literasi keuangan syariah dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

Analisis Data

Uji Deskriptif Statistik

Hasil uji statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *minimum*, *maksimum*, *mean*, dan *standard deviation* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 8. Uji Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
minat nasabah	54	16	30	24.70	2.229
personal selling	54	19	28	23.69	2.272
literasi keuangan	54	15	28	24.28	2.382
Valid N (listwise)	54				

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel diatas menjelaskan bahwa variabel Minat Menjadi Nasabah (Y) menghasilkan nilai terendah sebesar 16, nilai tertinggi sebesar 30, nilai rata-rata sebesar 24,70, dan nilai dari simpangan baku sebesar 2,229. Hasil dari variabel *Personal Selling* (X₁) menghasilkan nilai terendah sebesar 19, nilai tertinggi sebesar 28, nilai rata-rata sebesar 23,69 dan nilai dari simpangan baku sebesar 2,272. Hasil dari variabel Literasi Keuangan Syariah (X₂) menghasilkan nilai terendah sebesar 15, nilai tertinggi sebesar 28, nilai rata-rata sebesar 24,28 dan nilai simpangan baku sebesar 2,382.

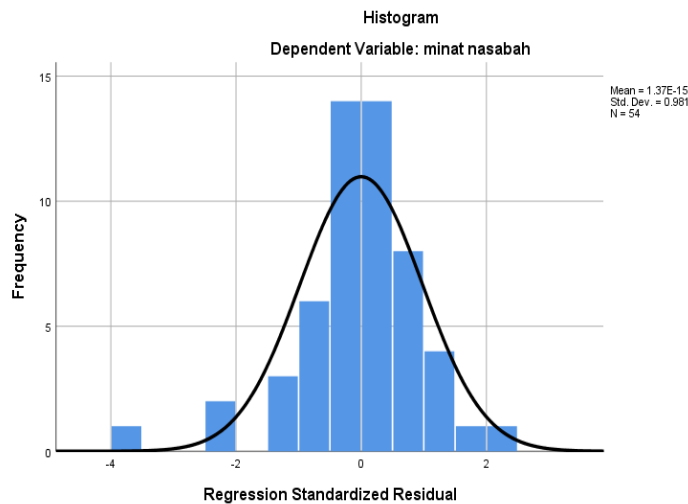
Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik dapat dilihat dari hasil uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, sebagai berikut:

Uji Normalitas

Gambar 1

Uji Normalitas dengan Histogram

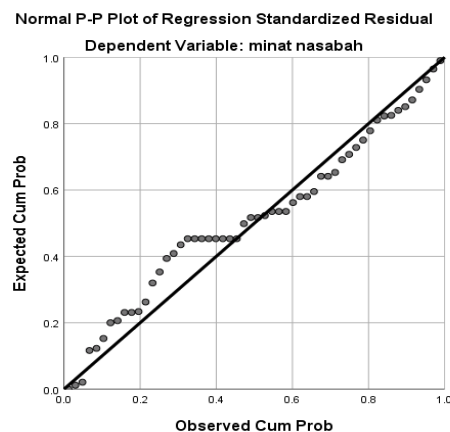


Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Gambar 1 diatas merupakan grafik histogram, grafik histogram dikatakan normal jika distribusi data membentuk lonceng (bell shaped), tidak condong ke kanan atau tidak condong ke kiri. Grafik histogram diatas membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan maupun ke kiri sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.

Gambar 2

Uji Normalitas dengan P-P Plot



Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Gambar 2 diatas merupakan grafik P-P Plot dapat dipahami dengan melihat penyebaran item pada garis diagonal pada grafik. Grafik P-P Plot dikatakan tidak memenuhi syarat asumsi normalitas apabila item menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal. Grafik diatas menggambarkan bahwa item mendekati garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan grafik P-P Plot diatas menunjukkan bahwa model regresi berdistribusi normal atau memenuhi syarat asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	personal selling	.770	1.299
	literasi keuangan	.770	1.299
a. Dependent Variable: minat nasabah			

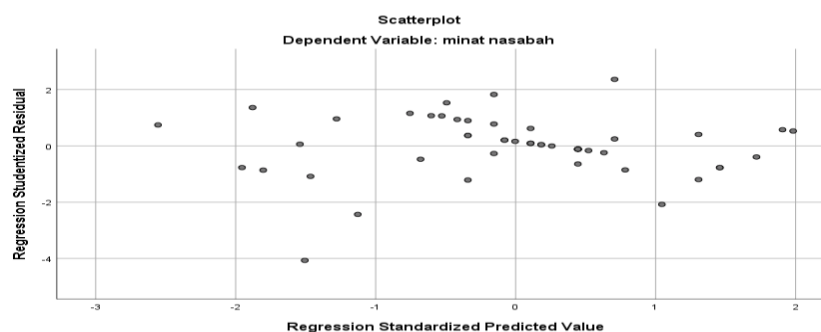
Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Pada tabel diatas merupakan tabel hasil uji multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai VIF, apabila nilai tolerance diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Oleh karena itu, dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas menghasilkan nilai tolerance *personal selling* sebesar $0,770 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,299 < 10$, sedangkan nilai tolerance literasi keuangan syariah sebesar $0,770 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,299 < 10$. Maka dapat disimpulkan data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot



Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Gambar diatas merupakan grafik scatterplot yang digunakan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, grafik scatterplot dikatakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas apabila titik-

titik menyebar tanpa ada pola yang jelas di bagian atas dan bawah atau di sekitar angka 0 atau menjauh dari titik sumbu x.

Tabel 10. Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji gletser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.632E-15	4.040		.000	1.000
	personal selling	.000	.133	.000	.000	1.000
	literasi keuangan	.000	.180	.000	.000	1.000
a. Dependent Variable: Abresid						

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Tabel diatas merupakan tabel hasil uji heteroskedastisitas, dimana jika nilai probabilitas signifikannya diatas 0,1 atau 10% maka tidak terdapat heteroskedastisitas. Selain itu untuk memperkuat bahwa data bebas dari gangguan heteroskedastisitas, data dapat di uji dengan uji gletser, yaitu meregresikan absolute nilai residual sebagai variabel dependen dan variabel independen. Dari hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas, dapat dilihat pada bagian sig. bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikan $1,000 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Uji Analisis regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan uji menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus, adapun rumus dalam uji ini yaitu: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ Dimana: Y= Variabel Dependen, a= Konstanta, b= koefisien regresi, $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots$ = Variabel bebas.

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.575	4.040		1.875	.067
	personal selling	.308	.133	.314	2.320	.024
	literasi keuangan	.398	.180	.299	2.209	.032
a. Dependent Variable: minat nasabah						

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil tabel diatas menunjukkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,575 + 0,308 X_1 + 0,398 X_2 + e$$

Keterangan:

- Nilai konstanta (a) sebesar 7,575 satuan, yang menyatakan jika *personal selling* dan literasi keuangan syariah nilainya adalah 0, maka tingkat minat menjadi nasabah bank syariah nilainya 7,575.
- Nilai koefisien beta pada variabel *personal selling* sebesar 0,308 yang berarti jika *personal selling* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat menjadi nasabah akan meningkat sebesar 0,308 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.
- Nilai koefisien beta pada variabel literasi keuangan syariah sebesar 0,398 yang berarti jika literasi keuangan syariah mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat menjadi nasabah akan meningkat sebesar 0,398 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi adalah uji untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.528 ^a	.279	.251	1.929
a. Predictors: (Constant), literasi keuangan, personal selling				
b. Dependent Variable: minat nasabah				

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Pada tabel diatas adalah hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26, dapat dilihat bahwa nilai adjusted R square adalah 0,251 atau 25,1% artinya pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 25,1% dan sisanya sebesar 74,9 % di pengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y. untuk mengetahui uji F simultan cukup memperhatikan hasil yang terdapat dalam tabel “ANOVA” di bagian “Sig”. dimana dengan ketentuan jika nilai “Sig” < 0,1, maka Ho ditolak, artinya variabel (X₁) dan variabel (X₂) secara simultan berpengaruh terhadap variabel (Y). dan begitu juga sebaliknya jika nilai “Sig” > 0,1, maka Ho diterima, artinya variabel (X₁) dan variabel (X₂) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel (Y).

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73.421	2	36.710	9.862	.000 ^b
	Residual	189.838	51	3.722		
	Total	263.259	53			
a. Dependent Variable: minat nasabah						
b. Predictors: (Constant), literasi keuangan, personal selling						

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Tabel diatas merupakan tabel hasil dari uji F yang diolah dengan menggunakan program SPSS versi 26. Dimana tabel diatas menunjukkan hasil dari uji F diperoleh nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,1, maka Ho ditolak. Dan dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel *Personal Selling* (X₁) dan Literasi Keuangan Syariah (X₂) secara simultan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah (Y).

Selain itu, Jika dibandingkan dengan F tabel dengan ketentuan jika nilai F hitung > F tabel, maka Ho ditolak. begitu juga sebaliknya, jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima. Dibawah ini hasil perhitungan menggunakan F tabel maka: Df.k-1= 3- 1 = 2, Df2. n-k = 54-3 = 51, Dimanaa: k=jumlah keseluruhan variabel, n=jumlah keseluruhan data responden.

Dilihat dari nilai F tabel (data F tabel terlampir) diperoleh 2,41 dan nilai uji F hitung diperoleh 9,862. oleh karena itu, sesuai dengan ketentuan uji Fhitung > Ftabel, maka dapat disimpulkan 9,862 > 2,41, artinya Ho ditolak. dan seluruh variabel *Personal Selling* (X₁) dan Literasi Keuangan Syariah (X₂) secara simultan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah (Y).

Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi masing-masing pengaruh variabel independen X1 (*personal selling*), X2 (Literasi keuangan syariah) terhadap variabel dependen Y (minat menjadi nasabah). Untuk melakukan uji t harus mengetahui dasar pengambilan uji t secara parsial dengan ketentuan, yaitu jika nilai signifikansi (sig) $< 0,1$ maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau H_0 ditolak. Begitu sebaliknya, jika nilai $\text{sig} > 0,1$ maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau H_0 diterima.

Tabel 13. Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.575	4.040		1.875	.067
	personal selling	.308	.133	.314	2.320	.024
	literasi keuangan	.398	.180	.299	2.209	.032
a. Dependent Variable: minat nasabah						

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Dilihat dari hasil uji t diatas maka dapat disimpulkan hasil hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. *Personal Selling* berpengaruh positif terhadap minat Mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dapat dilihat berdasarkan tabel diatas bahwa *personal selling* (X1) menghasilkan nilai signifikan sebesar $0,024 < 0,1$.

Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif terhadap minat Mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dapat dilihat berdasarkan tabel diatas bahwa literasi keuangan syariah (X2) menghasilkan nilai signifikan sebesar $0,032 < 0,1$.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* dan literasi keuangan syariah secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah pada Mahasiswa. Yang artinya menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif variabel *personal selling* dan literasi keuangan syariah secara simultan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah diterima.

Secara simultan besarnya pengaruh kedua variabel independent tersebut dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,251 atau 25,1%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase kekuatan pengaruh

variabel *personal selling* dan literasi keuangan syariah terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah sebesar 25,1% atau dengan kata lain variabel bebas yang digunakan dalam *personal selling* dan literasi keuangan syariah hanya mampu menjelaskan sebesar 25,1% terhadap variabel terikat minat menjadi nasabah Bank Syariah. Sedangkan sisanya terdapat sebesar 74,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti motivasi, pengetahuan agama, pengalaman, promosi periklanan, *sales promotion*, *digital promotion*, dan promosi lainnya.

Artinya variabel *personal selling* dan literasi keuangan syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah pada mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa mampu menerima dengan baik kehadiran Bank Syariah di sekitar mereka dan mahasiswa juga sudah memiliki pemahaman tentang literasi keuangan syariah yang cukup serta dapat menilai suatu bank mana yang baik digunakan sebagai umat muslim, yang paham akan riba dan ingin terhindar dari hal yang haram. Bank Syariah baik digunakan bagi kalangan mahasiswa karena tidak adanya potongan dalam setiap transaksi kecuali melakukan transaksi transfer ke bank lain yang bukan Bank Syariah.

Selain itu juga, jika ingin menabung atau tidak saldo yang ada ditabungkan tidak akan berkurang, hal tersebut akan sangat menguntungkan bagi mahasiswa, terutama yang jauh dari orang tua berbeda dengan Bank Konvensional yang akan mengambil potongan saldo yang tidak diketahui setiap kapan dipotong dan berapa yang akan dipotong, Meskipun sebagian dari mereka masih ada yang menggunakan Bank Konvensional, tetapi mereka sudah paham tentang Bank Syariah dan untuk kedepannya mereka berminat menggunakan Bank Syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi program SPSS versi 26, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian yaitu: *Personal Selling* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah, Artinya promosi yang dilakukan dengan model *Personal Selling* pada mahasiswa dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi nasabah Bank Syariah. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah, Artinya peningkatan Literasi Keuangan Syariah yang dimiliki pada mahasiswa dapat meningkatkan minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah. *Personal selling* dan Literasi keuangan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah, Secara parsial maupun simultan variabel *Personal Selling* dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara uji hipotesis *personal selling* dan literasi keuangan syariah memberi pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Oleh karena itu dari hasil seluruh uji yang

Indah Permatasari Siregar, Darania Anisa, Novika Sari: Pengaruh Personal Selling dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah

dilakukan terdapat pengaruh *personal selling* dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. Mustaghfirin. *Pengembangan Bakat dan Minat*. Jakarta: Grafindo Persada, 2016.
- Fauzi, Ahmad, dan Indri Murniawaty. "Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah." *Economic Education Analysis Journal* 9, no. 2 (12 Juli 2020): 473–86. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>.
- Fauzi, Risa Nur. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 09, no. 01 (2020): 38.
- Firmansyah, M. Anang. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara, 2020.
- Fitria, Tira Nur. "Perkembangan Bank Syariah di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 02 (2015). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Muhammad Ramdhan. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Nadin, Alhaq Simbolon. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia," t.t.
- Purnomo, Adiyanto dan. "Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah." *Jurnal administrasi kantor* 9, no. 1 (2021): 10.
- Rita Kusumadewi, Ayus Ahmad Yusuf, dan Wartoyo. *Literasi Keuangan Syariah*. Cirebon: ELSI PRO, 2019.