

## ANALISA PENGARUH LITERASI, KESADARAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

Adetya Fitrah Wiratama<sup>1</sup>, Atiqi Chollisni<sup>2</sup>  
Universitas Cendekia Abditama<sup>12</sup>  
[adefoxindo@gmail.com](mailto:adefoxindo@gmail.com)<sup>1</sup>, [atiqi.c@gmail.com](mailto:atiqi.c@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah, dipengaruhi oleh Literasi, Kesadaran dan Kepercayaan. Variabel yang digunakan yaitu variabel dependen (Y) yaitu minat menjadi nasabah bank syariah dan variabel independent (X), Literasi (X1), Kesadaran (X2), dan Kepercayaan (X3). Penelitian ini mengambil populasi dengan menggunakan teknik purposive sampling. Objek penelitian adalah masyarakat muslim di Cluster Graha Raya Dahlia Loka, Serpong Utara - Tangerang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, dengan melakukan uji statistik yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis. Dengan menguji variabel Literasi (X1), Kesadaran (X2), dan Kepercayaan (X3), Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y). Penelitian ini diuji menggunakan SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi tidak berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, sedangkan kesadaran dan kepercayaan berpengaruh secara positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

**Kata Kunci:** Literasi, Kesadaran, Kepercayaan, Nasabah Bank Syariah.

### PENDAHULUAN

Negara Indonesia menjadi negara yang berpenduduk Muslim terbanyak dibelahan dunia pada tahun 2022. Berdasarkan Royal Islamic Strategic Research Center (RISC), populasi Muslim Indonesia diperkirakan mencapai 237,56 juta orang. Total populasi Muslim sesuai dengan 86,7% dari populasi negara. Secara global, angka ini setara dengan 12,30% dari populasi masyarakat muslim didunia sebanyak 1,93 miliar. Pakistan berada di posisi kedua dengan penduduk muslim sebanyak 213,27 juta jiwa.

Setelahnya ada India dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 206,11 juta jiwa. Penduduk Bangladesh yang beragama Islam mencapai 150,15 juta jiwa. Kemudian, Nigeria dan Mesir memiliki penduduk muslim masing-masing sebanyak 99,91 juta jiwa dan 91,8 juta jiwa. Iran memiliki penduduk muslim sebanyak 83,49 juta jiwa. Sementara, penduduk Turki yang beragama Islam sebanyak 71,1 juta jiwa. (Monavia Ayu Rizaty)

**Tabel 1 Data Populasi Muslim Pada 8 Negara**

Indonesia	237.558.000
Pakistan	213.265.000
India	206.112.893
Bangladesh	150.150.000
Nigeria	99.910.000
Mesir	91.800.000
Iran	83.488.991
Turki	71.097.833

Sumber: Data Statistik Indonesia (2023)

Sejak awal Bank Syariah berkembang sebagai acuan bagi kelompok ekonomi maupun sebagai Regulasi Bank Syariah yang mencoba untuk beradaptasi terhadap segala tekanan, untuk menyediakan layanan transaksi keuangan yang sejalan dengan nilai etika dan prinsip Hukum Syariah. Jika umat Islam bertindak sebagai pengelola Bank Syariah, mereka perlu mengidentifikasi dengan cermat semua mitra yang ada dan potensial untuk pengembangan Bank Syariah, kemudian mereka harus dapat memahami perkembangan Bank Syariah dan mengembangkannya. (Marimin & Romdhoni, 2017)

Dari segi kinerja Bank Syariah dan Bank konvensional, didukung oleh undang-undang, Perbankan Konvensional dapat mengelola dana di semua bidang bisnis yang menguntungkan. Sementara itu, Bank Syariah menggunakan aturan Islam untuk mengelola dana nasabah. Masyarakat diharapkan dapat melihat Bank Syariah sebagai lembaga yang memperhatikan aspek profesionalitas dan lembaga yang dapat menghasilkan keuntungan yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat demi mencapai kesejahteraan bersama. (Labela, 2019)

Permasalahan pada saat ini adalah kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah. Bahkan masyarakat masih memiliki pemikiran bahwa Bank Syariah dengan Bank Konvensional tidak memiliki perbedaan. Mindset (Pemikiran) seperti ini harus segera diperbaiki terutama pemahaman masyarakat bahwa menggunakan Ekonomi Syariah sebagai penanggulangan terhadap masalah-masalah ekonomi perlu dicapai bersama. (Ghofur, 2015)

Dengan pemahaman masyarakat yang masih rendah, tidak mengherankan jika Bank Syariah di Indonesia kurang diminati. Diantara persepsi masyarakat Indonesia pada saat ini adalah bahwa Bank Syariah berbeda menerapkan prinsip pada akad bagi hasil yang sesuai dengan hukum syariat Agama dan berbeda dengan dengan sistem Perbankan Konvensional.

**Tabel 2**  
**Tabel Indeks Syariah Literasi**

Indeks Syariah	2019	2022
Literasi	8,93%	9,14%

**Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2023)**

Berdasarkan Tabel 2 diatas tingkat literasi keuangan di Indonesia pada tahun 2019 hanyalah 8.93% dan tahun 2022 9.14%, hal ini dapat dikatakan bahwa Indonesia memiliki literasi keuangan syariah yang cukup rendah. Mengenai betapa pentingnya transaksi syariah untuk menjalankan aktivitas ekonomi sebagai muslim, faktor psikologi yang merubah perilaku masyarakat muslim biasanya merupakan literasi pengetahuan (ilmu), dan keyakinan serta sikap mereka dalam menerima sesuatu yang terikat dengan hukum syariah. Faktor yang terakhir yaitu merupakan faktor sosial pada saat beracuan pada perilaku hidup (reference groups), kerabat dekat, peran keseharian dan social status konsumen. (Fadjri Kirana Anggarani, *Siaran Pers: Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022, 2022*)

Menurut OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) menyebutkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih tergolong terendah di negara ASEAN. Hal ini menyebabkan literasi keuangan masyarakat Indonesia perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan kelancaran fungsi pasar keuangan dan stabilitas ekonomi nasional.

Literasi merupakan suatu kata yang sering sekali dengar di kehidupan sehari – hari yang dijalankan pada saat mendengar suatu informasi mengenai suatu pemikiran yang

### **MENJADI NASABAH BANK SYARIAH TAHUN 2022-2023**

dimiliki menjadi suatu kepingan informasi. Dari seluruh faktor yang ada disebut dengan perilaku konsumsi dari para konsumen. Masyarakat sudah terbiasa menggunakan layanan Perbankan Konvensional. Karena kurangnya pemahaman dan sosialisasi tentang Bank Syariah, masyarakat meyakini bahwa tidak ada perbedaan antara deposito di Bank Konvensional dan Syariah. Tingginya kemunculan Bank Konvensional, jika dibandingkan dengan Bank Syariah pada saat ini turut memberikan kontribusi terhadap rendahnya ketertarikan (Minat) masyarakat terutama masyarakat Muslim untuk menyimpan dana mereka di Bank Syariah.

Dalam pengambilan keputusan diperlukan adanya kesadaran yang tumbuh agar masyarakat kembali kepada jalan yang harusnya mereka lewati untuk mendapatkan kehidupan yang lebih bermakna yaitu sesuai dengan syariat agama Islam. (Sastrawinata, 2018). Memahami Sistem perbankan syariah dapat menjadi salah satu jalan untuk meningkatkan minat masyarakat Muslim terhadap bank syariah. Yaitu dengan menjadikan masyarakat membutuhkan Ekonomi Syariah sebagai salah satu jalan untuk menuju kesejahteraan bersama. Perbankan syariah tidak pernah memandang tingkat hidup masyarakat, melainkan perbankan syariah ada untuk membantu masyarakat agar mendapatkan kehidupan yang layak untuk dijalani. Karena setiap manusia memiliki hak untuk hidup dengan penuh kesejahteraan. Selain itu, sebagai makhluk sosial, masyarakat harus menjunjung tinggi dan mengubah segala arah yang bersifat individualis, dan mengubahnya menjadi menjadi kepentingan masyarakat atau kelompok untuk menuju tujuan yang ingin dicapai bersama – sama. (Apriyanti, 2018)

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Literasi Keuangan**

Literasi Keuangan dalam Perbankan Syariah yaitu memahami produk – produk, cara operasional, karakteristik, dan sebagainya. Dalam memahami Bank Syariah, masyarakat dapat membedakan cara kinerja Bank pada umumnya, yang menggunakan Hukum Agama sebagai pedoman untuk bekerja secara professional untuk membantu masyarakat dalam membuat mereka mendapatkan kehidupan yang layaknya sebagai manusia yang hidup sejahtera. Berikut akan dijelaskan mengenai Pemahaman Literasi Bank Syariah dalam pembahasan produk - produk, operasional, dan karakteristik Bank Syariah. (Ngertini et al., 2013)

### **Indikator Literasi Keuangan**

Pengukuran yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya menggunakan beberapa indikator terkait literasi keuangan. Mengacu pada penelitian terdahulu, literasi keuangan dapat diukur dengan menggunakan 4 (empat) indikator yaitu dasar-dasar manajemen keuangan, manajemen Hutang, manajemen tabungan dan investasi, manajemen risiko (Chen & Volpe).

#### **a. Pengetahuan Dasar Pengelolaan Keuangan**

Merupakan sebuah literasi yang dimana berkaitan dengan prinsip-prinsip pengelolaan dasar tentang keuangan yang dapat menjadi bentuk untuk mengelola keuangan privat, famili, atau sebagai sumber informasi mengenai literasi yang dapat mengubah keputusan keuangan menjadi lebih baik dari sebelumnya.

#### **b. Pengelolaan Hutang**

Menurut pengelolaan suatu Hutang yang dapat disebut juga manajemen Hutang. Merupakan suatu proses dimana suatu pemili Hutang atau pun debitur dalam mengatur Hutang miliknya agar dapat dimanfaatkan secara efektif dan juga efisien sejak Hutang yang telah diajukan sampai mereka menyatakan bahwa mereka puas dengan tujuan pada awalnya.

c. Pengelolaan Tabungan dan Investasi

Merupakan suatu proses untuk menolong ditematkannya dana yang lebih untuk mengalokasikan fasilitas akses ke likuiditas, dalam perencanaan keuangan, ataupun keamanan. Kemudian pada manajemen investasi dapat diartikan sebagai proses dalam menolong rumusan kebijakan dan juga tujuan, serta melihat investasi untuk mendapatkan keuntungan lebih ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)). Literasi keuangan yang buruk dapat menyebabkan kesalahpahaman dan kesalahan saat membuat keputusan tabungan, pinjaman dan investasi. (Latifiana, 2017)

### Indikator Kesadaran

Mayoritas masyarakat Muslim saat ini, kurang menyadari bahwa mereka harus melakukan keseluruhan aktifitas mereka berdasarkan prinsip-prinsip Syariah, termasuk dalam melakukan muamalah perekonomian. Bank Syariah ada untuk semua orang, terutama masyarakat Muslim agar mereka tidak ragu dalam menjaga finansial ekonomi mereka tanpa adanya Riba. Karena Bank Syariah sudah menggunakan basis operasional berdasarkan Hukum Syariah. Tetapi pada kenyataannya masyarakat Muslim masih banyak yang menggunakan Jasa Konvensional.

Oleh karena itu, masyarakat muslim harus menyadari pentingnya pemahaman terhadap nilai-nilai syariah terutama di dunia perbankan. Agar mereka dapat menjalankan nilai-nilai Islam dalam kehidupan mereka sehari-hari, termasuk dalam berekonomi.

Ada empat indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui seberapa jauh konsumen aware terhadap sebuah merek (Sari et al., 2021), yaitu:

1. *Recall*, Merupakan suatu daya ingat dimana konsumen dapat mengingat Ketika ditanyakan merek – merek produk yang mereka ingat selama ini. Dengan mudahnya mereka dapat mengingat nama merek yang sederhana, mudah untuk disebut, kemudian memiliki pengartian yang cukup jelas untuk membantu merek tersebut mudah muncul dalam diingat oleh konsumen,
2. *Recognition*, Mengenali suatu merek yang sudah dimasukkan dalam kategori yang diterapkan pada suatu produk,
3. *Purchase*, Memasukkan merek kedalam pilihan alternatif mereka Ketika akan membeli produk atau layanan.
4. *Consumption*, Seberapa banyak mereka dapat mengenali merek yang mereka gunakan sesuai dengan merek pesaing.

### Indikator Kepercayaan

Menurut Mayer, kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan suatu pihak untuk menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan suatu tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan. Keyakinan yang dimiliki oleh masyarakat Muslim kepada Bank Syariah dapat dijadikan faktor utama untuk kunci sebagai minat utama menjadi Nasabah dari Bank Syariah.

Kepercayaan secara etimologis atau bentuk bahwa mendekatkan diri kebahasaan dalam lughawi Bahasa arab, yaitu berbentuk mashdar atau Amanah yang dimana memiliki arti jujur atau mudah untuk dipercaya. Kepercayaan ditegaskan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Anfal ayat 27, bunyinya: “(yaitu) orang-orang yang melanggar perjanjian Allah setelah (perjanjian) itu diteguhkan, dan memutuskan apa yang diperintahkan Allah untuk disambungkan dan berbuat kerusakan di bumi. Mereka itulah orang-orang yang rugi.” (Ghofur, 2015)

Kepercayaan sebagai kebajikan yang diikuti dan digunakan sebagai pedoman perilaku percaya diri oleh individu, merupakan salah satu konsep terpenting dalam Islam.

### **MENJADI NASABAH BANK SYARIAH TAHUN 2022-2023**

Kepercayaan adalah salah satu sifat dan sifat para Nabi, yang didefinisikan sebagai orang yang dapat dipercaya, jujur dan bertanggung jawab.

Al-Kafwi berkata: Kepercayaan adalah Semua yang Allah perintahkan kepada seorang hamba adalah shalat, zakat, puasa dan pembayaran hutang. Juga terlibat dalam menjaga rahasia orang lain. Kepribadian yang dapat dipercaya memiliki peran dan kontribusi yang nyata bagi kehidupan manusia. Keutamaan konsep akidah dapat digali melalui dua hal, yaitu perkembangan teoritis dan keilmuan serta implikasi praktisnya. (Wahid, 2022)

Kepercayaan adalah Salah satu perhatian utama orang-orang seperti khalifah adalah menjaga hubungan sosial dengan lingkungannya. Dapat juga dikatakan bahwa Kepercayaan merupakan bentuk sikap profesional terhadap apa yang telah diberikan Tuhan kepada segala macam kehidupan manusia. (Hermawan et al., 2020)

Kepercayaan merupakan tema sentral dalam Al-Qur'an karena perintah dan larangan Allah pada hakekatnya adalah iman kepada manusia dan segala yang diciptakan-Nya. Iman merupakan landasan terpenting bagi semua ibadah dan pengabdian diri kepada Allah, karena melalui iman manusia melakukan perbuatan-perbuatan yang segala perintah dan larangan Allah. (Nurrohmah & Purbayati, 2020)

Berdasarkan teori di atas, jika Kepercayaan atau percaya terhadap sesuatu maka tidak akan ragu untuk menggunakannya, begitu pula dengan menggunakan jasa Bank Syariah sebagai salah satu kredibilitas masyarakat Muslim sebagai nasabah Bank Syariah. Karena sebagai masyarakat Muslim harus menjadi masyarakat yang mencintai pendanaan keuangan berdasarkan hukum Syariah, dimana saling percaya untuk hidup bersama.

Jika tidak mengamanahkan hal tersebut maka siapa lagi yang akan melakukannya jika bukan diri sendiri, maka oleh itu harus lebih percaya lagi terhadap sesama masyarakat Muslim, karena Bank Syariah ada untuk kebaikan semua orang bukan hanya untuk orang yang mampu saja, melainkan untuk kebaikan secara global. Yang dimana harus saling membantu satu sama lain untuk menjalani hidup ini. Manusia tidak dapat hidup sendirian, membutuhkan satu sama lain untuk hidup.

Berikut ini merupakan Indikator kepercayaan yang terbentuk berdasarkan kontribusi yaitu: (Fitriani, 2019)

1. Berbagi Nilai (*Shared Value*), Nilai dasar yang dilakukan pembentukan kepercayaan, pada pihak – pihak yang menjadikan hubungan dengan perilaku, kemudian tujuan yang ingin dicapai, dan kebijakan yang dapat mempengaruhi kemampuan untuk membangun kepercayaan antara sesama.
2. Ketergantungan (*Interdependence*), Ketergantungan yang dimana mereka sudah rentan, dan dapat percaya atas kinerja dan layanan yang diberikan perusahaan untuk mengurangi resiko, atau pihak yang tidak dapat mempercayai pada saat ingin menjalin hubungan kepercayaan terhadap suatu perusahaan.
3. Kualitas Komunikasi (*Quality of Communication*), Berkomunikasi secara terbuka, teratur, dan juga formal maupun informal, sudah menetapkan ekspektasi lebih, pada saat menyelesaikan masalah dapat diselesaikan secara baik-baik. Komunikasi untuk meningkatkan rasa kepercayaan antara sesama dan memiliki kualitas yang cukup tinggi secara positif.

### **Indikator Minat**

Salovey dan Mayer (1990) dalam Lawrence mendefinisikan Kecerdasan Emosional sebagai himpunan bagian dari kecerdasan sosial yang melibatkan kemampuan memantau perasaan dan emosi baik pada diri sendiri maupun pada orang lain, memilah apa yang didapat dan menggunakan informasi tersebut untuk membimbing pikiran dan tindakan”. Minat yang dimunculkan dalam kategori pada Kesadaran diri masyarakat Muslim yaitu

### MENJADI NASABAH BANK SYARIAH TAHUN 2022-2023

dengan melakukan tindakan untuk melakukan perbaikan diri dengan menjauhkan diri mereka dari penggunaan Konvensional dan beralih ke Bank Syariah.

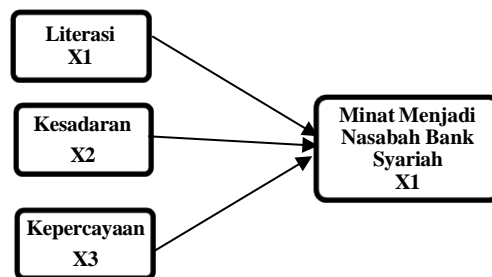
Minat masyarakat terhadap Bank Syariah dipicu oleh beberapa faktor. Sementara itu, dari data sebelumnya diketahui bahwa literasi keuangan di Bank Syariah tergolong kurang. Menurut sumber OJK (Otoritas Pengatur Jasa Keuangan), salah satu faktor internal yang menyebabkan rendahnya minat masyarakat terhadap Bank Syariah adalah relatif rendahnya literasi keuangan syariah di masyarakat. Literasi Keuangan disebut juga pengetahuan keuangan. (Purnomo et al., 2021)

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah yaitu sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis, dan faktor bauran pemasaran. (Ihsan et al., 2022)

### Indikator Minat

Minat dalam membeli sesuatu dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut: (Ferdinand, 2014)

1. Minat transaksional, yaitu sebuah dorongan untuk membeli suatu produk,
2. Minat referensial, yaitu dorongan seseorang untuk mereferensikan produknya kepada orang lain atau kerabat dekatnya, kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain,
3. Minat preferensial, suatu minat yang dimana menggambarkan keseluruhan perilaku untuk memiliki preferensi utama pada suatu produk yang diinginkannya. Hanya dapat diganti apabila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, yaitu merupakan suatu minat yang memperlihatkan perilaku seseorang dalam mencari informasi mengenai produk yang dia inginkan dalam mencari informasi sebagai pendukung positifisme dari produk tersebut.



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**  
(Sumber: Diolah peneliti)

Kerangka Pemikiran adalah aliran yang menjadi dasar penelitian peneliti. Kerangka model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai tema penting. Variabel yang akan diteliti adalah literasi, kesadaran dan kepercayaan sebagai variabel bebas, minat masyarakat Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah sebagai variabel terikat.

### Hipotesis Penelitian

Penulis membuat dan mengajukan hipotesis penelitian yang berlandaskan pada tujuan dari penelitian ini. Maka dari itu peneliti merumuskan hipotesis antara lain sebagai berikut:

1. Hipotesis H1

**MENJADI NASABAH BANK SYARIAH TAHUN 2022-2023**

- H<sub>0</sub> = Literasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah
- H<sub>1</sub> = Literasi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah
- 2. Hipotesis H2
  - H<sub>0</sub> = Kesadaran tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Muslim dalam menjadi nasabah Bank Syariah
  - H<sub>2</sub> = Kesadaran memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Muslim dalam menjadi nasabah Bank Syariah
- 3. Hipotesis H3
  - H<sub>0</sub> = Kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Muslim dalam menjadi nasabah Bank Syariah.
  - H<sub>3</sub> = Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Muslim dalam menjadi nasabah Bank Syariah.

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modelling Partial Least Square* (SEM-PLS). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *Google Form* yang disebar di daerah Cluster Graha Raya Dahlia Loka, Serpong Utara, Tangerang Selatan, pada tahun 2023 dengan objek penelitian masyarakat Muslim yang tinggal di daerah Cluster Graha Raya Dahlia Loka.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Karawaci Kelapa Dua yang lokasi tempat tinggal dibagi menjadi 3 klasemen yaitu Blok RA (95 Orang), Blok RB (117 Orang), dan Blok RC (57 Orang) dengan jumlah total 270 orang. Dalam pembagian tersebut masyarakat muslim yang tinggal di Cluster Graha Raya Dahlia Loka berjumlah 107 orang atau 40% dari jumlah keseluruhan. Sample penelitian menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: 1). Masyarakat Muslim, 2). Tinggal di Cluster Graha Raya Dahlia Loka, dan 3). Berusia 21 tahun keatas. Diperoleh sebanyak 89 responden menggunakan rumus Slovin.

Pada penelitian ini menggunakan metoda kuantitatif deskriptif (Ramdhan, 2021). Kesimpulan diambil melalui data yang diolah dengan metode kalkulasi kuantitatif untuk menjelaskan pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU), Pendapatan Asli Daerah (PAD), Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA) dan Jumlah Penduduk (JP) terhadap Belanja Modal. Dengan memakai alat analisis Eviews 10. Untuk persamaan regresi panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Minat Menadi Nasabah (Y)	Minat pada saat melakukan transaksi antara sesama muslim dan menggunakan jasa Bank Syariah, kemudian merekomendasikan produk – produk Bank Syariah ke Masyarakat Muslim lainnya, Minat terhadap Bank Syariah sebagai keutamaan seorang Muslim untuk menjauhi riba, dan Minat untuk	1. Minat transaksional 2. Referensial 3. Preferensial 4. Eksploratif	Likert

**MENJADI NASABAH BANK SYARIAH TAHUN 2022-2023**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		mencari tahu keseluruhan mengenai Bank Syariah dan manfaatnya.		
2	Literasi (X1)	Literasi terhadap Jasa Perbankan dianggap tinggi jika memiliki suatu pengetahuan dasar mengenai pengelolaan keuangan, Pengelolaan Hutang yang baik, dan juga Memiliki Pengelolaan Tabungan dan Investasi demi masa depan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan Dasar Pengelolaan Keuangan</li> <li>2. Pengelolaan Hutang</li> <li>3. Pengelolaan Tabungan dan Investasi</li> </ol>	Likert
3	Kesadaran (X2)	Kesadaran adalah pada saat kita mengetahui produk – produk Bank Syariah yang mereka ingat, Memahami Produk – Produk Bank Syariah dalam keadaan sadar, Sadar atas pembiayaan yang diambil karena tertarik, Dapat membandingkan suatu resiko secara sadar, terhadap resiko yang ada pada saat di Bank Syariah dan membedakannya pada saat di Bank Konvensional.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui / Mengingat</li> <li>2. Memahami</li> <li>3. Pembelian</li> <li>4. Konsumsi</li> </ol>	Likert
4	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan sebagai Masyarakat Muslim berarti Membagi Nilai, Berkegantungan antara sesama muslim untuk masa depan yang sejahtera dan nilai itikad yang baik, kemudian memiliki kepercayaan yang tinggi pada saat berkomunikasi antara sesama muslim.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berbagi Nilai</li> <li>2. Ketergantungan</li> <li>3. Kualitas Komunikasi</li> </ol>	Likert

Alat yang digunakan untuk pengolahan data primer adalah Smart PLS versi 4.0. Terdapat dua model pengukuran yaitu *outer model* dan *inner model*. *Outer model* mengukur pada uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan *inner model* mengukur *path coefficient* dan untuk pengujian hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Kawasan Cluster Graha Raya Dahlia Loka

Kawasan Bintaro dan Serpong telah berkembang sejak lama menjadi kawasan mandiri yang dilengkapi sejumlah fasilitas mumpuni. Tak mengherankan jika area ini banyak diincar oleh pencari rumah yang bekerja di Jakarta namun menginginkan hunian yang nyaman dan aman. Di area ini terdapat kawasan hunian Graha Raya yang terbagi menjadi sejumlah cluster, di antaranya Cluster Graha Raya Dahlia Loka yang berlokasi di Jl. Graha Raya Dahlia Loka, Pondok Jagung Timur, Serpong Utara, Tangerang Selatan.





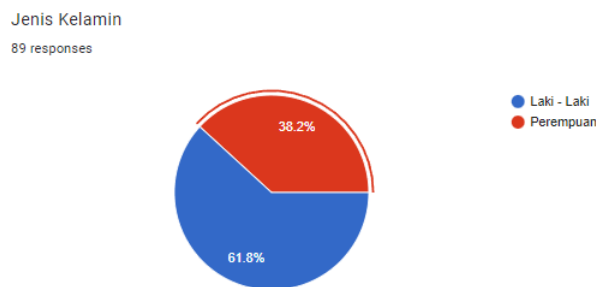
**Gambar 3 Denah Perumahan Cluster Graha Raya Dahlia Loka**  
*Sumber: Google Earth Maps*

Graha Raya yang dikembangkan oleh PT Jaya Real Property Tbk, memiliki lahan pengembangan sekitar 350 hektar. Dari lahan seluas itu, hingga kini sudah dua pertiga lahan yang dikembangkan. Graha Raya sendiri terletak di lokasi segitiga emas, yaitu Serpong, Jakarta Selatan, dan Jakarta Barat. Saat ini kawasan Serpong - Bintaro merupakan kawasan dengan pertumbuhan fasilitas dan aksesibilitas yang sangat pesat.

**Tabel 3**  
**Data masyarakat yang tinggal di Cluster Graha Raya Dahlia Loka**

No	Blok	Jumlah
1	RA	95 Orang
2	RB	117 Orang
3	RC	58 Orang
Total		270 Orang
Masyarakat Muslim 40%		107 Orang

*Sumber : Ketua RW 03 Dahlia Loka*

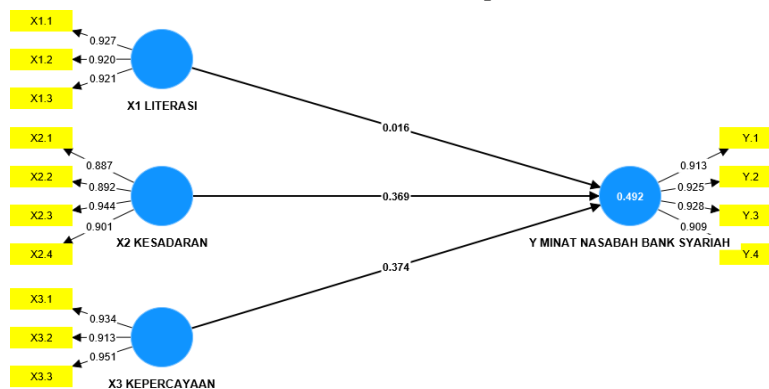


**Gambar 4 Jenis Kelamin Pengisi Kuesioner**  
*Sumber: Data diolah peneliti*

Berdasarkan Gambar 4 dapat dilihat bahwa sebanyak 61.8% responden adalah berjenis kelamin laki – laki sebanyak 55 Orang, dan 38.2% berjenis kelamin perempuan sebanyak 34 Orang.

Gambar 5 Loading Factor

Sumber: Data diolah peneliti.



Tabel 4  
Loading Factor

Variabel & Indikator Pertanyaan	Literasi (X1)	Kesadaran (X2)	Kepercayaan (X3)	Minat Menjadi Nasabah (Y)
X1.1	0.927			
X1.2	0.920			
X1.3	0.921			
X2.1		0.887		
X2.2		0.892		
X2.3		0.944		
X2.4		0.901		
X3.1			0.934	
X3.2			0.913	
X3.3			0.951	
Y.1				0.913
Y.2				0.925
Y.3				0.928
Y.4				0.909

Sumber: Data diolah peneliti.

Factor Loading atau Loading Faktor secara keseluruhan indikator nilai loading factor sudah lebih dari 0,7 menurut penelitian Chin (1995) artinya instrumen penelitian sudah bisa dikatakan valid melalui nilai yang dihasilkan untuk mewakili masing-masing indikatornya berdasarkan Uji Convergent Validity atau Loading Factor.

Indikator paling berpengaruh terhadap variabel Literasi (X1) adalah indikator X1.1 dengan nilai 0,927. Indikator paling berpengaruh terhadap variabel Kesadaran (X2) adalah

**MENJADI NASABAH BANK SYARIAH TAHUN 2022-2023**

indikator X2.3 dengan nilai 0,944. Indikator paling berpengaruh terhadap variabel Minat Menggunakan (Y) adalah indikator Y1.4 yaitu menjadi prioritas dengan nilai 0,958.

**Tabel 5**  
**Nilai Average Variant Extracteed (AVE)**

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Literasi (X1)	0.851
Kesadaran (X2)	0.821
Kepercayaan (X3)	0.870
Minat (Y1)	0.844

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil uji AVE yang diperoleh, variabel Literasi, Kesadaran, Kepercayaan dan Minat Menjadi Nasabah semuanya memenuhi syarat ideal dalam pengujian AVE yaitu harus lebih dari 0,5 (>0,5) yaitu variabel literasi sebesar 0,851., variabel kesadaran sebesar 0,821., variabel kepercayaan sebesar 0,870, dan variabel minat menjadi nasabah sebesar 0,844.

**Tabel 6**  
**Fornell-lacker criterion (Discriminant Validity)**

	Literasi (X1)	Kesadaran (X2)	Kepercayaan (X3)	Minat Menjadi Nasabah (Y)
Literasi (X1)	<b>0.922</b>			
Kesadaran (X2)	0.713	<b>0.906</b>		
Kepercayaan (X3)	0.684	0.719	<b>0.933</b>	
Minat Menjadi Nasabah (Y)	0.544	0.651	0.653	<b>0.919</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti

Uji nilai fornell-lacker criterion yang menunjukkan bahwa nilai dari masing-masing variabel terhadap nilai refleksinya baik variabel X1, X2 dan Y nilai yang dimilikinya lebih besar dari nilai sebelumnya atau sering disebut dengan nilai *cross loading*.

**Tabel 7**  
**Nilai Cross Loading**

Variabel Indikator	Literasi (X1)	Kesadaran (X2)	Kepercayaan (X3)	Minat Menjadi Nasabah (Y)
X1.1	<b>0.927</b>	0.657	0.586	0.510
X1.2	<b>0.920</b>	0.577	0.620	0.464
X1.3	<b>0.921</b>	0.744	0.683	0.505
X2.1	0.718	<b>0.887</b>	0.699	0.580
X2.2	0.692	<b>0.892</b>	0.587	0.491
X2.3	0.651	<b>0.944</b>	0.683	0.603
X2.4	0.559	<b>0.901</b>	0.640	0.660

Variabel Indikator	Literasi (X1)	Kesadaran (X2)	Kepercayaan (X3)	Minat Menjadi Nasabah (Y)
X3.1	0.732	0.708	0.934	0.606
X3.2	0.507	0.586	0.913	0.556
X3.3	0.660	0.717	0.951	0.654
Y.1	0.548	0.670	0.725	0.913
Y.2	0.472	0.621	0.529	0.925
Y.3	0.425	0.538	0.521	0.928
Y.4	0.505	0.540	0.584	0.909

Sumber: Data diolah Peneliti

Setiap indikator yang mewakili variabelnya sudah memiliki nilai yang lebih tinggi daripada nilai variabel diluar indikator tersebut. Sehingga seluruh variabel penelitian ini sudah memiliki nilai *dicriminant validity* yang baik.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 8**  
*Composite Reliability*

Variabel	Cronbach's alpha	Composite Reliability
Literasi (X1)	0.912	0.914
Kesadaran (X2)	0.928	0.936
Kepercayaan (X3)	0.925	0.932
Minat Menjadi Nasabah (Y)	0.939	0.949

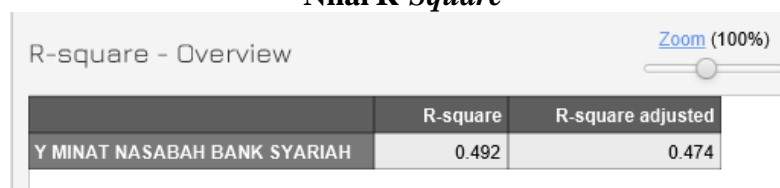
Sumber: Data Diolah Peneliti

Output dari nilai *cronbach alpha* penelitian ini, nilai *cronbach alpha* pada variabel Literasi sebesar 0,912, variabel Kesadaran sebesar 0,928, variabel Kepercayaan 0.925, dan variabel Minat menjadi nasabah sebesar 0,939. Artinya ketiga variabel tersebut sudah reliabel karena nilainya sudah lebih dari 0,7 (> 0,7).

Output dari uji reliabilitas dengan *composite reliability*. Nilai dari variabel Literasi (X1), Kesadaran (X2), Kepercayaan (X3), dan Minat Menjadi Nasabah (Y) sudah lebih dari 0,6 (0,6) yang artinya sudah reliabel.

### Inner Model

**Gambar 6**  
*Nilai R-Square*



	R-square	R-square adjusted
Y MINAT NASABAH BANK SYARIAH	0.492	0.474

Sumber: Data Diolah Peneliti

Nilai *R-Square* yakni sebesar 0,492 dalam desimal atau 49,2% dalam persen, artinya Variabel Y, Minat Menjadi Nasabah dipengaruhi oleh seluruh Variabel X yaitu Literasi, Kesadaran dan Kepercayaan sebesar 49,2% yang artinya juga masuk dalam kategori *moderate* karena nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  lebih dari 0,33 ( $> 0,33 - 0,67$ ). Pengaruh variabel lainnya yang mempengaruhi Variabel Y yakni sebesar  $(100\% - 49,2\%) = 50,8\%$ .

**Tabel 9**  
**Uji Path Coefficient**

Variabel	Minat (Y1)
Literasi (X1)	0.016
Kesadaran (X2)	0.369
Kepercayaan (X3)	0.374

Sumber: Data Diolah Peneliti

Artinya bahwa variabel X1 literasi, X2 kesadaran, dan X3 kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap Y Minat Menjadi Nasabah pada penelitian ini. *Total effects* dalam gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh literasi terhadap minat menjadi nasabah adalah sebesar 0,016 yang artinya jika literasi akan meningkat satu satuan unit maka minat menjadi nasabah dapat meningkat sebesar 1,6%, pengaruh ini bersifat positif.

Pengaruh kesadaran terhadap minat menjadi nasabah adalah sebesar 0,369 yang artinya jika kesadaran akan meningkat satu satuan unit maka minat menjadi nasabah dapat meningkat sebesar 36,9% pengaruh ini bersifat positif.

Pengaruh kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah adalah sebesar 0,374 yang artinya jika kepercayaan akan meningkat satu satuan unit maka minat menjadi nasabah dapat meningkat sebesar 37,4% pengaruh ini bersifat positif.

### Uji Hipotesis

**Tabel 10**  
**Nilai *t-statistic* dan *p-values***

Variabel X	Variabel Y	T Hitung dan P Values	Keterangan
Literasi	Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah	0.087 dan 0.465	$H^0 = \text{Diterima}$ $H^1 = \text{Ditolak}$
Kesadaran		1.998 dan 0.023	$H^0 = \text{Ditolak}$ $H^2 = \text{Diterima}$
Kepercayaan		1.905 dan 0.029	$H^0 = \text{Ditolak}$ $H^3 = \text{Diterima}$

Sumber: Data Diolah Peneliti

Diketahui variabel Literasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan. Sedangkan Kesadaran, dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah, dibuktikan dengan nilai *t-statistic* Literasi sebesar 0,087 yang lebih kecil dari nilai *t-table* sebesar 1,65. ( $0,087 < 1,650$ ) dengan *P-Values*  $> 0,005$ . Variabel Kesadaran sebesar 1,998 yang lebih besar dari nilai *t-table* sebesar 1,65. ( $1,998 > 1,650$ ) dengan *P-Values*  $< 0,005$ . Variabel Kepercayaan sebesar 1,905 yang lebih besar dari nilai *t-table* sebesar 1,65. ( $1,905 > 1,650$ ) dengan *P-Values*  $< 0,005$ .

**Gambar 7**  
**Nilai Model Fit**

Model fit		
	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.072	0.072
d_ULS	0.543	0.543
d_G	0.568	0.568
Chi-square	282.414	282.414
NFI	0.799	0.799

Sumber: Data Diolah Peneliti

Model Fit yang ditunjukkan oleh nilai NFI yang dimiliki sebesar 0,776 artinya 77,6% model pada penelitian ini dikatakan layak uji.

## Pembahasan

### Pengaruh Literasi terhadap Minat masyarakat Muslim Menjadi Nasabah

Berdasarkan hasil analisis uji variabel Literasi terhadap Minat masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah diperoleh nilai p-value sebesar  $0.465 > 0,05$  maka dengan demikian bahwa variabel Literasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah 0.016.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan Literasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan kurang baik yaitu sebesar 0.465 yang berarti Literasi terhadap Minat masyarakat Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah tidak terlalu dipikirkan oleh para Masyarakat Muslim Cluster Graha Raya Dahlia Loka. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Eka Firdiana dan Khusnul Fikriyah (2021) menggunakan SPSS penelitian tersebut mendapat pengaruh positif dengan uji R-Square 0.760 atau 76% dan nilai significant  $0.000 < 0.005$ .

### Pengaruh Kesadaran terhadap Minat masyarakat Muslim Menjadi Nasabah

Berdasarkan Hasil analisis uji variabel kesadaran terhadap Minat masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah diperoleh nilai p-value sebesar  $0.023 < 0,05$  maka dengan demikian bahwa variabel kesadaran berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah 0.369.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan sangat baik yaitu sebesar 0.023 yang berarti kesadaran terhadap Minat masyarakat Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah dipertimbangkan oleh para Masyarakat Muslim Cluster Graha Raya Dahlia Loka yang dapat dikatakan bahwa mereka harus memiliki kesadaran diri yang tinggi untuk menjadi Nasabah Bank Syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dilakukan oleh Lilis Marlina (2021) menggunakan SPSS penelitian tersebut mendapat pengaruh positif dengan uji R-Square 0.362 atau 36.2% dan nilai significant  $0.000 < 0.05$  atau 5%.

### Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat masyarakat Muslim Menjadi Nasabah

Berdasarkan Hasil analisis uji variabel Kepercayaan terhadap Minat masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah diperoleh nilai p-value sebesar  $0.029 < 0,05$  maka dengan demikian bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah 0.374.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan sangat baik yaitu sebesar 0.029 yang berarti Kepercayaan terhadap Minat masyarakat Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah dipertimbangkan oleh para Masyarakat Muslim Cluster Graha Raya

### MENJADI NASABAH BANK SYARIAH TAHUN 2022-2023

Dahlia Loka memiliki Kepercayaan yang cukup tinggi terhadap Bank Syariah yang selama ini sudah melayani mereka untuk melakukan transaksi keuangan, mengelola keuangan, dan sebagainya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Resti Fadhilah Nurrohmah dan Radia Purbayati (2020) dengan nilai t-statistic sebesar  $3.637 > 1.97190$  dimana kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah dengan tingkat signifikansi 5%

### KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga faktor yang menjadi indikator dalam penelitian ini, hanya faktor literasi yang tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan, faktor kesadaran dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan, dari ketiga variabel bebas yang telah diteliti yang mempunyai tingkat pengaruh yang signifikan adalah variabel kepercayaan, kemudian variabel kesadaran mempunyai nilai signifikan yang baik. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi terhadap bank syariah perlu ditingkatkan dan menjadi tugas bersama antara bank syariah, dunia pendidikan maupun praktisi perbankan syariah untuk turut mensosialisasikan keunggulan bank syariah kepada masyarakat. Selanjutnya, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah, area penelitian maupun kategori responden. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menjangkau populasi responden yang lebih luas, jumlah responden yang lebih besar dan faktor-faktor variabel yang lebih bervariasi agar penelitian ini dapat dikembangkan dan menjadi acuan bagi perbankan syariah dalam menentukan kebijakan-kebijakan mereka selanjutnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, H. W. (2018). Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83–104. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2053>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen* (Semarang). Universtas Diponegoro. [http://digilib.ubd.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=6617](http://digilib.ubd.ac.id/index.php?p=show_detail&id=6617)
- Fitriani, A. (2019). *KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP BANK SYARIAH (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)*. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/3458/>
- Ghofur, R. A. (2015). *KONSTRUKSI AKAD DALAM PENGEMBANGAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA*.
- Hastjarjo, D. (2005). Sekilas Tentang Kesadaran (Consciousness). *Buletin Psikologi*, 13(2).
- Hermawan, I., Ahmad, N., & Suhartini, A. (2020). Konsep Amanah dalam Perspektif Pendidikan Islam. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 12(2), 141–152. <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v12i2.389>
- Ifadah, A. S. (2020). *Literasi: Pemahaman Konsep Budaya Literasi Baca—Tulis Untuk Anak Usia Dini*. 04(2).
- Ihsan, N., Hadi, N., & Pratikto, M. I. S. (2022). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Wilayah Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1), 57. <https://doi.org/10.29300/ba.v7i1.5399>
- Labela, T. M. Z. (2019). *Analisis minat masyarakat desa sampung dalam menggunakan produk perbankan syariah* [Diploma, IAIN Ponorogo]. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/7766/>
- Latifiana, D. (2017). *STUDI LITERASI KEUANGAN PENGELOLA USAHA KECIL MENENGAH (UKM)*.
- Machmud, A. I., & Suryaningsih, S. A. (2020). Analisis Tingkat Literasi Wakaf Uang Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p165-179>
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Mengapa Bank Syariah Kurang Diminati Masyarakat? | lippo*. (2020). <https://lippo.co.id/mengapa-bank-syariah-kurang-diminati-masyarakat/>

**MENJADI NASABAH BANK SYARIAH TAHUN 2022-2023**

- Ngertini, N., Sadia, W., & Yudana, M. (2013). *PENGARUH IMPLEMENTASI MODEL PEMBELAJARAN INKUIRI TERBIMBING TERHADAP KEMAMPUAN PEMAHAMAN KONSEP DAN LITERASI SAINS SISWA KELAS X SMA PGRI 1 AMLAPURA*. 4.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (n.d.). *PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH*.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). *PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH*.
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122.
- Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(2), 343. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.273>
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37–48.
- Sastrawinata, H. (2018). *PENGARUH KESADARAN DIRI, PENGATURAN DIRI, MOTIVASI, EMPATI, DAN KETERAMPILAN SOSIAL TERHADAP KINERJA AUDITOR PADA KAP DI KOTA PALEMBANG*.
- Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. (n.d.). Retrieved July 14, 2023, from <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx>
- Sumarno, D., Yulindrasari, H., & Ginintasasi, R. (2020). *Preliminary Study of Hope in Adolescents Who Experience Unwanted Pregnancies*. 43–46. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200130.077>
- Wahid, N. (2022). *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia: Teori dan Regulasi*. wawasan Ilmu.
- Widiasworo, E. (2020). *101 KESALAHAN GURU DALAM PEMBELAJARAN*. Araska Publisher.