

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Bank memegang peran strategis dalam sistem perekonomian sebagai lembaga keuangan yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien. Di Indonesia, sistem perbankan terbagi ke dalam dua kategori utama, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis, sehingga hubungan antara bank dan nasabah diatur oleh ketentuan syariah dalam kegiatan penghimpunan dana, penyaluran pembiayaan, serta operasional perbankan secara keseluruhan.¹ Dalam konteks ini, masyarakat memiliki kebebasan untuk menilai dan memilih produk serta layanan perbankan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun belakangan. Di Indonesia, perbankan syariah terdiri atas tiga jenis utama, yakni Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Ketiga jenis lembaga ini menjalankan kegiatan serupa dengan bank konvensional, namun dengan penerapan syariat Islam yang menjadi pembeda mendasar. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), saat ini terdapat 14 Bank Umum Syariah, 19 Unit Usaha Syariah, dan 174 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia.² Walaupun jaringannya belum sebesar bank konvensional, keberadaan dan pertumbuhan bank syariah terus meningkat dari tahun ke tahun.

¹ Faisal Umardani Hasibuan, "Pengaruh Produk, Promosi, dan Kualitas terhadap Keputusan untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang," *Journal of Islamic Economics and Finance* 1, no. 4 (November 2023): 225

² OJK. (2025). STATISTIK PERBANKAN SYARIAH. www.ojk.go.id

Potensi perbankan syariah di Indonesia terbilang sangat menjanjikan, mengingat negara ini memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar secara global. Akan tetapi, dalam praktiknya, pangsa pasar bank konvensional tetap mendominasi dibandingkan dengan bank syariah. Fenomena ini menggambarkan bahwa sebagian besar warga Indonesia yang mayoritas menganut agama Islam cenderung lebih memilih layanan bank konvensional, sementara minat mereka terhadap bank syariah masih relatif rendah.³ Meskipun aset keuangan syariah nasional mengalami pertumbuhan yang positif, hal tersebut masih disertai dengan tingkat penetrasi pasar yang minim jika dibandingkan dengan bank konvensional. Kondisi simpanan masyarakat, yang tercermin dari data Dana Pihak Ketiga (DPK), menunjukkan dominasi yang stabil oleh bank konvensional dari sisi volume nominal. Total DPK yang dihimpun oleh Bank Konvensional mencapai Rp7.391,3 Triliun pada akhir tahun 2022, dan meningkat menjadi Rp7.643,5 Triliun pada akhir tahun 2023. Angka ini mencerminkan pangsa pasar yang jauh lebih besar di industri perbankan Indonesia. Di sisi lain, Bank Syariah mencatatkan volume DPK yang jauh lebih kecil, yakni sebesar Rp518,9 Triliun pada 2022 dan meningkat menjadi Rp565,1 Triliun pada 2023.⁴ Meskipun demikian, pertumbuhan DPK di Bank Syariah mencapai 8,90% *year-on-year* (yoy), menunjukkan laju peningkatan yang hampir tiga kali lipat lebih cepat dibandingkan Bank Konvensional yang tumbuh sebesar 3,41% (yoy) pada periode yang sama. Dengan demikian, meskipun bank konvensional masih menguasai mayoritas dana simpanan, bank syariah menunjukkan momentum pertumbuhan yang lebih agresif. Situasi demikian menandakan bahwa ketertarikan masyarakat untuk memanfaatkan bank syariah masih tergolong lemah, padahal lebih dari 80% dari total populasi Indonesia beragama Islam.⁵ Oleh karena itu, para pemangku

³ Rusny Istiqomah Sujono dan Febrian Wahyu Wibowo, "Marketing Mix dan Tingkat Margin dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan pada Nasabah Bank Syariah," *El Dinar: Jurnal Keuangan & Perbankan Syariah*, Vol. 8, No. 1 (2020), 37

⁴ Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Statistik Perbankan Indonesia dan Statistik*

⁵ Afif Humaida, Ilma Dian Fasicha, M. Rifan Alghifari, dan Puji Sri Lestari, "Potensi Industri Halal di Indonesia sebagai Negara Berpenduduk Muslim Terbesar," *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 1 (2024), 22

kepentingan di sektor perbankan syariah masih dihadapkan pada beragam hambatan yang harus diselesaikan agar dapat lebih menarik minat masyarakat luas.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga keuangan syariah yang biasa digunakan oleh masyarakat menengah ke bawah yang memerlukan pendanaan operasional usahanya. Hal tersebut juga sering digunakan masyarakat untuk mengembangkan investasi dan usaha yang produktif guna memaksimalkan kesejahteraan keuangan dan simpanan. BSI, yang didirikan pada tahun 2021 melalui merger tiga bank syariah milik negara (BNI Syariah, BRI Syariah, dan Mandiri Syariah), telah berkembang pesat sebagai bank syariah terbesar di Indonesia dengan aset mencapai lebih dari Rp300 triliun pada akhir 2023, menyediakan layanan berbasis prinsip Islam seperti pembiayaan murabahah, tabungan haji, tabungan emas, dan kartu kredit syariah (Hasanah Card). Sebagai sebuah lembaga keuangan syariah yang tengah berkembang, BSI tentunya tidak lepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan lainnya. Tidak hanya persaingan dengan sesama bank syariah, tetapi juga dengan lembaga keuangan lainnya seperti koperasi non syariah maupun bank konvensional. Produk pembiayaan yang paling dominan dan menjadi pilihan utama mayoritas nasabah Bank Syariah Indonesia adalah pembiayaan berbasis akad murabahah.⁶ Dalam praktiknya di BSI, pembiayaan murabahah menggunakan akad wakalah bil ujah, di mana nasabah mewakilkan BSI untuk membeli barang yang dibutuhkan sesuai pengajuan, kemudian BSI menjual kembali barang tersebut kepada nasabah dengan harga pokok ditambah margin keuntungan yang disepakati bersama. Nasabah melunasi secara angsuran dalam jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.⁷

Pembiayaan Murabahah di Indonesia terus mengalami peningkatan, terutama di kalangan masyarakat yang mulai sadar akan pentingnya transaksi

⁶ Anida Rahmawati, "Dominasi Murabahah dalam Pembiayaan Bank Syariah Indonesia," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 10, No. 10. 5804

⁷ Abdul Rochim, *Implementasi Akad Murabahah Bil Wakalah terhadap Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Perspektif Fatwa DSN MUI No. 04 Tahun 2000 (Studi pada Bank BSI KCP Dharmahusada Surabaya)* (Surabaya: Institut Al Fithrah, 2024), 52

keuangan yang sesuai dengan ajaran agama. Salah satu keunggulan utama dari skema Murabahah di perbankan syariah Indonesia adalah transparansi yang lebih baik dalam transaksi.⁸ Nasabah dapat dengan jelas mengetahui harga pokok barang dan margin keuntungan yang dikenakan oleh bank, yang memungkinkan mereka untuk memahami keseluruhan transaksi tanpa adanya ketidakpastian atau unsur gharar, yang dilarang dalam syariah. Hal ini memberikan rasa aman bagi nasabah, karena mereka merasa bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan ketentuan syariah yang telah ditetapkan.

Meskipun murabahah tetap menjadi produk unggulan, operasional pembiayaan BSI masih menghadapi tantangan, terutama persaingan ketat dari lembaga keuangan syariah maupun konvensional dalam menarik nasabah baru. Namun, kinerja pembiayaan murabahah secara keseluruhan menunjukkan tren positif. Berdasarkan Laporan Tahunan BSI 2024, piutang murabahah (gross) meningkat dari Rp136,39 triliun pada akhir 2023 menjadi Rp144,21 triliun pada akhir 2024 atau tumbuh sebesar 5,73% (Rp7,81 triliun).⁹ Pertumbuhan ini mencerminkan penerimaan yang semakin baik dari masyarakat terhadap produk syariah, meskipun masih ada ruang ekspansi yang sangat besar mengingat potensi pasar syariah di Indonesia.

Sebagai salah satu ibu kota provinsi dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di Indonesia, Bandung merupakan pusat ekonomi, pendidikan, dan sosial yang dinamis, menjadikannya pasar yang sangat representatif bagi industri perbankan syariah.¹⁰ Kota ini memiliki basis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang kuat dan terus berkembang, yang menciptakan permintaan tinggi terhadap akses permodalan. BSI, sebagai bank syariah terbesar, menjadi salah satu pilar utama dalam menyediakan solusi pembiayaan bagi sektor produktif ini, di mana akad murabahah menjadi salah satu produk yang paling sering diakses. Meskipun demikian, terdapat sebuah fenomena

⁸ Khusna Fathia, Andi Pane, dan Rifkah Mufida, "Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Pelaksanaan Akad Murabahah pada Perbankan Syariah," *Kunuz: Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 1, No. 1 (2021), 49.

⁹ Bank Syariah Indonesia (BSI), 2024. *Laporan Keuangan 2024*

¹⁰ BPS Provinsi Jawa Barat. (2024). *Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2024*

yang menarik untuk dikaji. Walaupun memiliki potensi pasar yang sangat besar dari populasi Muslim dan kebutuhan pembiayaan UMKM yang tinggi, pangsa pasar perbankan syariah secara umum masih belum sebanding dengan perbankan konvensional. Kesenjangan antara potensi demografis dan realita adopsi layanan syariah ini menunjukkan adanya dinamika preferensi dan pengambilan keputusan nasabah yang kompleks dan perlu dipahami lebih dalam.

Di tengah lanskap industri keuangan syariah yang kian kompetitif, inovasi menjadi syarat mutlak untuk mempertahankan keunggulan. Hal ini menuntut lembaga keuangan untuk tidak hanya memastikan kepatuhan syariah, tetapi juga menerapkan manajemen risiko yang prudent dan tata kelola keuangan yang efisien. Khususnya untuk produk unggulan seperti Murabahah, penyesuaian berkelanjutan terhadap dinamika pasar dan ekspektasi nasabah menjadi krusial agar tetap relevan sebagai solusi pembiayaan utama bagi masyarakat yang memprioritaskan transaksi berbasis syariah.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran publik akan pentingnya prinsip syariah, potensi pertumbuhan ekonomi Islam di Indonesia semakin terbuka lebar. Namun, tantangan utama bagi perbankan syariah tetap terletak pada kemampuan untuk menjaga dan memperluas kepercayaan nasabah. Untuk itu, pengembangan produk dan layanan inovatif yang benar-benar menjawab kebutuhan pasar menjadi faktor penentu. Dalam konteks inilah, keputusan nasabah untuk memilih produk spesifik seperti pembiayaan Murabahah dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah tingkat Literasi Keuangan Syariah yang secara umum diartikan sebagai seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memungkinkan individu membuat keputusan finansial yang efektif agar mencapai kesejahteraan jangka panjang. Dalam konteks yang lebih spesifik, Literasi Keuangan Syariah adalah kemampuan individu untuk memahami prinsip, produk, dan praktik keuangan yang sesuai syariah, termasuk kemampuan membedakan unsur halal dan haram, mengenali akad-akad seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah, serta

memahami larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi) dalam ekonomi Islam.¹¹ Definisi ini tidak hanya menuntut pemahaman tentang cara kerja lembaga keuangan syariah dari sisi produk, tetapi juga menekankan kesadaran etis serta spiritual untuk menghindari transaksi yang tidak sesuai dengan maqashid syariah. Sebagaimana dinyatakan dalam penelitian Rachmawati et al., Literasi Keuangan Syariah adalah integrasi antara pengetahuan, sikap, dan perilaku yang membentuk individu agar mampu mengelola keuangan sesuai prinsip syariah, dengan tujuan tidak hanya keuntungan finansial tetapi juga terpeliharanya keberkahan dan keadilan ekonomi.¹²

Literasi Keuangan Syariah sangat berpengaruh pada proses pengambilan keputusan nasabah.¹³ khususnya dalam memilih produk pembiayaan berbasis akad murabahah di bank syariah. Nasabah dengan Literasi Keuangan Syariah yang memadai akan mampu menilai dan memahami akad yang dijalankan, mengidentifikasi dengan cermat margin keuntungan, skema cicilan, serta membedakan antara margin penjualan syariah dan bunga kredit konvensional. Hal ini membuat mereka lebih percaya diri dalam menentukan pilihan produk keuangan yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga menenteramkan jiwa karena keyakinan terhadap keabsahan akad secara syariah. Pentingnya Literasi Keuangan Syariah tersebut semakin nyata jika dikaitkan dengan temuan berbagai penelitian. Studi Nurkholida (2022) menemukan bahwa Literasi yang tinggi berdampak langsung pada kecenderungan nasabah untuk memilih produk perbankan syariah yang sesuai kebutuhan mereka, termasuk Murabahah.¹⁴

¹¹ Nabila, *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Masyarakat Pangkajene Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Sidrap* (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2025).

¹² Indra Rachmawati, Tri Yuwono, dan Muhammad Raihan, "Pelatihan Literasi Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Minat Berinvestasi bagi UMKM di Kabupaten Cilacap," *J-PIS: Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, Vol. 2, No. 1. 49

¹³ Ani Andriyani, Nurul Izzati Lubis, dan Asep Ganjar, "Peran Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah di Indonesia," *Persya: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 2, 55

¹⁴ Faiza Nurkholida, *Islamic Financial Literacy and Other Determinant Factors that Influence the Intention to Use Islamic Banking* (Bandung: School of Business and Management, Bandung Institute of Technology, 2021), 43

Sementara itu, Fatmawati (2025) menunjukkan bahwa nasabah dengan pemahaman Literasi Keuangan Syariah yang baik merasa lebih puas dan percaya terhadap produk serta layanan perbankan syariah khususnya pembiayaan berbasis murabahah.¹⁵ Semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan Syariah seseorang, semakin kritis dan rasional ia dalam melakukan evaluasi alternatif produk pembiayaan, mereka tidak hanya berpatokan pada aspek rate/tarif, tetapi juga memperhatikan aspek transparansi margin, kepatuhan akad terhadap fatwa DSN-MUI, serta kejelasan hak dan kewajiban. Kondisi ideal ini, belum sepenuhnya terefleksi pada realitas di lapangan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, sebanyak 7 dari 10 orang menunjukkan bahwa tingkat Literasi Keuangan Syariah responden masih relatif rendah. Kondisi ini tercermin dari kesulitan sebagian besar responden dalam memahami perbedaan mendasar antara pembiayaan akad murabahah dan kredit konvensional, serta keterbatasan pemahaman terhadap komponen margin dan legalitas akad murabahah berdasarkan prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mereka mengenai produk pembiayaan syariah, khususnya Murabahah, masih terbatas, sehingga diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan pemahaman mereka mengenai mekanisme dan prinsip-prinsip yang mendasari produk tersebut. Fenomena ini memperkuat hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (OJK tahun 2024), yang mencatat indeks Literasi Keuangan Syariah Indonesia baru mencapai 39,11%, masih jauh tertinggal dibandingkan literasi keuangan umum.¹⁶

Kesenjangan tersebut juga dikonfirmasi oleh penelitian sebelumnya yang secara konsisten menunjukkan pengaruh positif Literasi Keuangan Syariah terhadap pengambilan keputusan pembiayaan murabahah namun sekaligus menggarisbawahi bahwa tantangan terbesar tetap terletak pada lemahnya

¹⁵ Farida Fatmawati, Dwi Salma Nabila, Anis Fitriyanti, dan Yunita Nur Hidayatus, "The Effect of Sharia Financial Literacy on the Interest in Becoming a Customer at KB Bank Syariah Bukopin Darmo Branch Office," *Majapahit Journal of Islamic Finance and Management*, Vol. 5, No. 4 (2025), 3598

¹⁶ Otoritas Jasa Keuangan, SNLIK 2024; Bank Indonesia, Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia 2023

Literasi Keuangan Syariah masyarakat. Sebagai contoh, studi oleh Yuhda et al. (2024) membuktikan bahwa tingkat Literasi Keuangan Syariah dan pemahaman produk sangat menentukan minat dan perilaku penggunaan akad Murabahah pada nasabah UMKM maupun ritel, dan keterbatasan pengetahuan menyebabkan nasabah hanya menilai berdasarkan harga tanpa memahami aspek kepatuhan maupun keadilan kontrak.¹⁷ Temuan tersebut diperkuat oleh Disertasi Yuda Spetia Fitri yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap Inklusi Keuangan Syariah pelaku UMKM di Jawa Barat. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan syariah mendorong individu untuk lebih aktif dalam mengakses dan memanfaatkan layanan keuangan syariah, yang selanjutnya memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM. Dalam konteks penelitian ini, temuan tersebut memperkuat argumentasi bahwa Literasi Keuangan Syariah berperan dalam proses pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan, termasuk pembiayaan dengan akad murabahah.¹⁸

Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara idealitas teoretis dalam literatur yang menegaskan bahwa Literasi Keuangan Syariah seharusnya berperan dalam mendorong pengambilan keputusan pembiayaan murabahah yang rasional dan berkualitas, dengan realitas empiris di masyarakat yang menunjukkan bahwa tingkat Literasi Keuangan Syariah masih relatif rendah dan keputusan pembiayaan sering kali diambil berdasarkan pertimbangan yang terbatas, seperti pengaruh lingkungan sosial atau informasi yang tidak memadai.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah adalah *Religiusitas*. *Religiusitas* didefinisikan sebagai tingkat komitmen dan

¹⁷ Ahmad Sabili Yuhda, Nursantri Yanti, dan Nuri Aslami, "Analysis of Sharia Banking Compliance and Compliance in Implementing Sharia Economic Principles on the *Murabahah Bil Wakalah* Contract: A User's Perspective on Good Corporate Governance," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 14, No. 1 (2024), 334

¹⁸ Yuda Septia Fitri, *Literasi Keuangan Syariah, Tingkat Keberagamaan dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat* (Disertasi Doktorat, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022).

keterlibatan individu terhadap ajaran agama yang tercermin dalam keyakinan, praktik ibadah, pengetahuan, pengalaman spiritual, serta pengamalan moral dalam kehidupan sehari-hari.¹⁹ Dalam konteks keuangan syariah, *Religiusitas* syariah adalah wujud keyakinan dan keaktifan seorang muslim dalam menjalankan prinsip-prinsip syariat Islam, yang meliputi kepatuhan pada larangan riba, *gharar*, *maysir*, serta dorongan untuk bertransaksi secara adil, transparan, dan halal. *Religiusitas* tidak hanya sekadar formalitas atau aspek afiliasi keagamaan, melainkan manifestasi aktual dari orientasi nilai, motivasi, dan perilaku ekonomi individu yang didasari kepatuhan pada ajaran agama termasuk dalam preferensi memilih produk dan layanan keuangan.²⁰ Penelitian sosiologis di bidang keuangan syariah menemukan bahwa dimensi *Religiusitas* intrinsik di mana individu menjadikan agama sebagai motivasi utama (*master motive*) berperan penting dalam membentuk preferensi terhadap produk pembiayaan halal dan menghindari transaksi yang bertentangan dengan syariah.

Dalam praktiknya, *Religiusitas* menjadi salah satu faktor penentu dalam proses pengambilan keputusan nasabah Muslim, khususnya dalam memilih akad pembiayaan Murabahah. Nasabah dengan tingkat *Religiusitas* tinggi umumnya diasumsikan akan cenderung menghindari produk keuangan berbasis riba dan lebih memilih pembiayaan syariah, dengan pertimbangan bahwa keputusan keuangan adalah bagian dari aktualisasi iman mereka.²¹ *Religiusitas* memengaruhi pengambilan keputusan melalui persepsi halal-haram, faktor spiritualitas, serta dorongan untuk memperoleh keberkahan dan ketenteraman batin dalam bertransaksi. Hasil penelitian terdahulu mendukung bahwa *Religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk pembiayaan syariah. Sebagai contoh, Widyatmoko (2023) menunjukkan bahwa

¹⁹ Subhan El Hafiz, "Netralitas dalam Kajian *Religiusitas* di Indonesia," *Jurnal Psikologi Ulayat: Indonesian Journal of Indigenous Psychology*, Vol. 8, No. 2 (2021), 148

²⁰ Mustaqim Pabbajah, Ratri Nurina Widyanti, Dato' Sudin Harun, Muh. Darwis, dan Widi Fajar Widyatmoko, "Religious Construction in Decision Making of Indonesian Customers for Financial Transactions on Syariah Banks," *Al Albab*, Vol. 12, No. 2 (2023), 61

²¹ Ely Sahara Harahap, Nabila Azrina, dan Nurul Afni Hasanah, "Integrasi Nilai-nilai Islami dalam Layanan Bimbingan Karir: Tantangan dan Peluang bagi Konselor Profesional," *Innovative: Journal of Social Science Research*, Vol. 3, No. 3 (2023), 961–975.

semakin tinggi nilai *Religiusitas*, semakin besar proporsi individu yang memilih produk pembiayaan syariah, termasuk akad Murabahah, karena keyakinan mereka akan kehalalan dan kenyamanan spiritual. Penelitian lain oleh Nasiratuin Nisa et al. (2025) juga memperkuat bahwa dimensi *Religiusitas* secara konsisten berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan memilih pembiayaan Murabahah pada lembaga keuangan syariah.²²

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, sebanyak 6 dari 10 orang menunjukkan adanya indikasi kesenjangan antara idealitas teoritis prinsip syariah dengan realitas empiris dalam pengambilan keputusan pembiayaan akad murabahah. Meskipun prinsip larangan riba telah ditegaskan secara jelas dalam ajaran Islam, realitas di masyarakat menunjukkan bahwa pemahaman terhadap konsep halal dan haram tidak selalu tercermin dalam perilaku transaksi keuangan. Tidak sedikit individu yang telah mengetahui bahwa sistem bunga dalam perbankan konvensional termasuk riba dan diharamkan, namun tetap melakukan transaksi di bank konvensional karena faktor kemudahan, kebiasaan, maupun pertimbangan ekonomi lainnya. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara keyakinan keagamaan dan praktik ekonomi, sehingga tingkat *Religiusitas* seseorang tidak hanya dapat diukur dari pemahaman normatif, tetapi juga dari sejauh mana nilai-nilai tersebut diimplementasikan dalam pengambilan keputusan finansial.

Dalam konteks perbankan syariah, khususnya pembiayaan dengan akad murabahah, *Religiusitas* berpotensi menjadi faktor yang memengaruhi keputusan nasabah. Nasabah dengan tingkat *Religiusitas* yang lebih tinggi cenderung berupaya menghindari transaksi yang mengandung unsur riba dan memilih produk pembiayaan yang diyakini sesuai dengan prinsip syariah. Namun demikian, perbedaan sikap dan perilaku nasabah dalam menyikapi keharaman riba menunjukkan bahwa pengaruh *Religiusitas* terhadap keputusan pembiayaan tidak bersifat seragam, sehingga perlu dikaji lebih lanjut secara

²² Nasiratuin Nisa, Abdul Majid, dan Moh. Mahrus, "Pengaruh *Religiusitas*, Layanan, Kepercayaan, dan Produk terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah di BTH Ummat Mandiri," *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 5, No. 8 (2025). 2474

empiris. Gap ini juga didukung bukti pada penelitian terbaru misalnya oleh Muttaqien (2025) yang menyatakan bahwa meski *Religiusitas* memberikan pengaruh signifikan, faktor eksternal lain seperti literasi keuangan, reputasi bank, kemudahan akses, serta persepsi kepraktisan produk juga turut menentukan, bahkan kadang mampu menetralkan pengaruh *Religiusitas* dalam keputusan aktual nasabah. Fenomena ini menegaskan bahwa perilaku pemilihan produk Murabahah pada masyarakat Muslim tidak hanya didasarkan pada dimensi *Religiusitas* saja, tetapi terjadi dinamika interaksi dengan faktor rasional, sosial, dan ekonomi setempat.

Dan faktor lain yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah adalah Persepsi Kepatuhan Syariah. Persepsi Kepatuhan Syariah adalah penilaian nasabah terhadap tingkat kesesuaian suatu produk, praktik, atau lembaga keuangan terhadap prinsip, aturan, dan nilai-nilai Islam sebagaimana ditetapkan dalam Al-Qur'an, Sunnah, serta fatwa dan pedoman yang dikeluarkan oleh otoritas syariah seperti Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).²³ Dalam literatur keuangan syariah, Persepsi Kepatuhan Syariah merujuk pada kepatuhan menyeluruh, bukan hanya terhadap aspek hukum formal, tetapi juga terhadap etika transaksi, kejelasan akad, keterhindaran dari riba, gharar, maysir, serta keadilan antara para pihak.²⁴ Dalam konteks perilaku nasabah, konsep tersebut dipahami sebagai persepsi atas sejauh mana aktivitas lembaga keuangan, mulai dari akad, produk dana hingga pembiayaan, telah melalui proses penelaahan, pengawasan, dan verifikasi oleh Dewan Pengawas Syariah.

Persepsi Kepatuhan Syariah menjadi faktor penting yang memengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk akad pembiayaan

²³ Asriadi Arifin, "Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah: Refleksi Kritis terhadap Implementasi BSI Dimensi Ekonomi Islam," *Balanca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1 (2023). 5

²⁴ Setiawan Bin Lahuri, Ika Prastyarningsih, Akhmad Affandi Mahfudz, Rusyda Afifah Ahmad, dan Izlawanie Muhammad, "The Implementation of Sharia Compliance in Islamic Banking: A Study on Building Customer Confidence," *Finansia: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 2 (2024). 238

seperti Murabahah. Dalam proses pemilihan, nasabah tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan atau harga, tetapi juga sejauh mana produk tersebut diaudit, didampingi, dan dinyatakan layak serta sah secara syariah oleh dewan pengawas yang kredibel. Penelitian empiris menunjukkan bahwa persepsi terhadap tingkat kepatuhan syariah sebuah bank atau produk secara langsung memengaruhi tingkat kepercayaan, loyalitas, dan minat nasabah. Semakin tinggi penilaian kepatuhan syariah, semakin besar kemungkinan nasabah memilih dan menggunakan produk murabahah dibandingkan alternatif konvensional.²⁵ Fenomena ini didukung oleh temuan Sri dan Peni yang mengidentifikasi bahwa dimensi *sharia compliance*, terutama transparansi akad, audit syariah, dan pemberian fatwa independen, merupakan alasan utama nasabah Muslim memilih produk Murabahah dibandingkan model pembiayaan lain.²⁶

Namun berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, 6 dari 10 orang menunjukkan bahwa nasabah cenderung menilai produk pembiayaan murabahah sebagai sesuai dengan prinsip syariah, namun pada saat yang sama tidak memahami secara substantif konsep dan mekanisme *sharia compliance* yang melekat pada produk tersebut. Nasabah umumnya tidak mengetahui proses pengawasan syariah, peran Dewan Pengawas Syariah (DPS), maupun dasar fatwa yang menjadi landasan operasional pembiayaan murabahah. Hal ini menegaskan adanya kesenjangan antara Persepsi Kepatuhan Syariah dan pemahaman aktual nasabah terhadap implementasi kepatuhan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun logo atau lembaga “syariah” diterima sebagai indikator kepatuhan, sebagian besar responden belum melakukan verifikasi substansi akad dan kontrol pengawasan yang sesungguhnya. Gap ini semakin diperkuat oleh temuan penelitian Zadine, di mana audit kepatuhan syariah

²⁵ Agung Budi Sulistiyo, Siti Maria Wardayati, Arif Hidayatullah, dan Shita Silvia Nahdia Riesky, “Effect of Islamic Corporate Governance on Customer Trust: Empirical Study on Islamic Bank,” *Asian Journal of Islamic Management*, Vol. 2, No. 1 (June 2020), 19.

²⁶ Sri Pataya Komaria dan Peni Haryanti, “Pengaruh Sharia Compliance dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah BSI Mobile,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 3, No. 3 (2025). 181

merupakan kendala utama yang menghambat optimasi perilaku penggunaan produk Murabahah, sehingga keputusan nasabah masih sering dipengaruhi persepsi superfisial atau branding semata.²⁷

Dengan demikian, daya dorong Persepsi Kepatuhan Syariah terhadap perilaku pemilihan pembiayaan murabahah terjadi secara dinamis dan kompleks, di mana penilaian nasabah terhadap kepatuhan formal maupun substansial perlu didukung oleh edukasi, keterbukaan informasi, serta jaminan audit yang kredibel agar dapat benar-benar membentuk pola pengambilan keputusan yang rasional dan sesuai prinsip syariah. Kesenjangan antara penilaian positif nasabah terhadap kepatuhan syariah secara normatif dengan keterbatasan pemahaman atau akses informasi mengenai audit syariah dalam praktik menunjukkan perlunya strategi edukasi dan transparansi yang lebih mendalam dari lembaga keuangan syariah dalam ekosistem pembiayaan, khususnya pada akad murabahah.

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini dibatasi pada pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi kepatuhan syariah terhadap pengambilan keputusan nasabah. Penelitian ini tidak membahas faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan nasabah di luar variabel yang telah ditetapkan. Subjek penelitian dibatasi pada nasabah yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan karakteristik objek penelitian..

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah pengaruh literasi keuangan syariah secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kota Bandung?

²⁷ Muhammad Zidane Alfarizi, *Pengaruh Sharia Governance, Sharia Compliance, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah oleh Para Pendidik di Jabodetabek* (Jakarta: FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024), 171.

2. Apakah pengaruh *Religiusitas* secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kota Bandung?
3. Apakah pengaruh persepsi kepatuhan syariah secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kota Bandung?
4. Apakah pengaruh literasi keuangan syariah syariah, *Religiusitas* dan persepsi kepatuhan syariah secara simultan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah secara parsial terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kota Bandung
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Religiusitas* secara parsial terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kota Bandung
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kepatuhan syariah secara parsial terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kota Bandung
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Religiusitas*, dan persepsi kepatuhan syariah secara simultan terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kota Bandung

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat baik secara teoritis maupun praktis diantaranya sebagai berikut.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini secara teoritis dapat menambah wawasan tentang Literasi Keuangan Syariah, *Religiusitas*, persepsi kepatuhan syariah, dan Pengambilan Keputusan Nasabah dalam memilih Pembiayaan Akad Murabahah pada Bank Syariah Indonesia di Kota Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi maupun acuan bagi peneliti lainnya dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang perbankan syariah.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Bagi penulis, dalam penelitian ini penulis dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama di perkuliahan.
- b. Bagi akademis, penelitian ini dapat menjadi referensi mengenai Literasi Keuangan Syariah, *Religiusitas*, persepsi kepatuhan syariah, dan Pengambilan Keputusan Nasabah dalam memilih Pembiayaan Akad Murabahah.
- c. Bagi Perbankan Syariah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi perusahaan mengenai Literasi Keuangan Syariah masyarakat, *Religiusitas*, persepsi kepatuhan syariah, dan Pengambilan Keputusan Nasabah dalam memilih Pembiayaan Akad Murabahah

E. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Akad Murabahah

Literasi Keuangan Syariah merupakan konstruk kognitif yang mencerminkan kapasitas individu dalam memahami prinsip, mekanisme, dan implikasi ekonomi dari produk keuangan yang berlandaskan syariah.²⁸ Dalam konteks pembiayaan murabahah, literasi keuangan syariah tidak sekadar berkaitan dengan pengetahuan teknis tentang akad jual beli, margin keuntungan, atau jadwal pembayaran, tetapi juga menyangkut pemahaman normatif mengenai perbedaan fundamental antara murabahah dan kredit berbasis bunga. Oleh karena itu, Literasi Keuangan Syariah berfungsi sebagai *cognitive frame* yang membentuk cara nasabah menafsirkan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah. Secara teoritis, keputusan keuangan individu sangat dipengaruhi oleh kemampuan memproses informasi dan mengevaluasi risiko secara rasional. Pembiayaan murabahah memiliki karakteristik khusus berupa penetapan harga di awal dan margin tetap, yang sering disalahpahami oleh nasabah dengan tingkat Literasi Keuangan Syariah rendah sebagai praktik yang menyerupai bunga.²⁹ Nasabah dengan Literasi Keuangan Syariah yang baik mampu memahami logika akad murabahah sebagai transaksi jual beli yang sah secara syariah, sehingga tidak memandang margin sebagai riba terselubung. Pemahaman ini mengurangi bias kognitif dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan pembiayaan.

Penelitian terdahulu di Indonesia secara konsisten menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah. Rachmawati dan Nurfalah menemukan bahwa tingkat literasi keuangan syariah berkontribusi langsung terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan syariah.³⁰ Temuan serupa juga dilaporkan oleh Hidayat dan Sari yang menyatakan bahwa

²⁸ Eka Rachmawati dan Irfan Nurfalah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 2 (2019), 139.

²⁹ Rizal Hidayat, "Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Nasabah terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 8, No. 1 (2018), 49

³⁰ Rachmawati, Nurfalah, I. *Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menggunakan produk perbankan syariah*. 140

literasi keuangan syariah memperkuat kemampuan nasabah dalam mengevaluasi kesesuaian pembiayaan murabahah dengan kebutuhan dan kondisi keuangan mereka. Dengan demikian, literasi dapat diposisikan sebagai determinan rasional utama dalam keputusan nasabah memilih pembiayaan akad murabahah. Semakin tinggi literasi, semakin besar kemungkinan keputusan pembiayaan diambil secara sadar, rasional, dan konsisten dengan prinsip syariah, bukan sekadar didorong oleh kepercayaan pasif atau faktor situasional.

2. Pengaruh *Religiusitas* terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Akad Murabahah

Religiusitas merepresentasikan tingkat internalisasi nilai-nilai agama dalam sistem keyakinan, sikap, dan perilaku individu. Dalam ekonomi Islam, *Religiusitas* memiliki posisi sentral karena aktivitas ekonomi dipandang sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual manusia.³¹ Oleh sebab itu, keputusan keuangan, termasuk keputusan pembiayaan, tidak hanya dinilai dari aspek utilitas ekonomi, tetapi juga dari kesesuaiannya dengan norma dan ajaran agama. Dalam konteks pembiayaan murabahah, *Religiusitas* memengaruhi orientasi nilai nasabah terhadap kehalalan transaksi dan larangan riba. Individu dengan tingkat *Religiusitas* yang tinggi cenderung memandang pembiayaan konvensional sebagai aktivitas yang berpotensi melanggar prinsip agama, sehingga lebih terdorong untuk memilih pembiayaan berbasis akad syariah.³² Murabahah dipersepsikan sebagai bentuk pembiayaan yang tidak hanya legal secara hukum, tetapi juga sah secara moral dan religius.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa *Religiusitas* berperan signifikan dalam membentuk preferensi nasabah terhadap produk perbankan syariah. Fauzi dan Abdullah menemukan bahwa *Religiusitas* memiliki pengaruh

³¹ Fauzi, A., & Abdullah, M. (2017). *Religiusitas* dan perilaku konsumen dalam memilih produk perbankan syariah. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 9(2), 252

³² Rahman, A. (2019). Pengaruh *Religiusitas* terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 4(2), 87–101

positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan syariah.³³ Dengan demikian, *Religiusitas* dapat diposisikan sebagai faktor afektif-normatif yang memperkuat kecenderungan nasabah untuk memilih pembiayaan murabahah. *Religiusitas* tidak selalu menjamin keputusan yang rasional, tetapi menjadi sumber motivasi moral yang mengarahkan preferensi nasabah pada produk pembiayaan yang dianggap sesuai dengan nilai Islam.

3. Pengaruh Persepsi Kepatuhan Syariah terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Akad Murabahah

Kepatuhan Syariah merupakan konsep institusional yang menggambarkan sejauh mana lembaga keuangan syariah menjalankan aktivitas operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah.³⁴ Dalam perspektif nasabah, kepatuhan syariah tidak dinilai melalui indikator teknis atau audit internal, melainkan melalui persepsi terhadap transparansi akad, keadilan transaksi, dan keberadaan pengawasan syariah yang kredibel. Persepsi ini menjadi dasar pembentukan kepercayaan terhadap bank syariah. Keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah sangat dipengaruhi oleh keyakinan bahwa produk tersebut tidak hanya berlabel syariah, tetapi benar-benar dijalankan sesuai prinsip Islam. Ketika nasabah meragukan kepatuhan syariah suatu produk, maka risiko psikologis dan moral akan meningkat, sehingga menghambat keputusan pembiayaan. Sebaliknya, persepsi kepatuhan syariah yang tinggi menciptakan rasa aman dan legitimasi moral dalam mengambil keputusan.

Sugandi menegaskan bahwa kepatuhan syariah berfungsi sebagai mekanisme pembangun kepercayaan dan diferensiasi bank syariah dari bank konvensional. Penelitian Nurhayati menunjukkan bahwa Persepsi Kepatuhan Syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan

³³ Fauzi, Abdullah, M. *Religiusitas* dan perilaku konsumen dalam memilih produk perbankan syariah. 258

³⁴ Dasep Sugandi, "Shari'ah Compliance for Developing Innovation of Sharia Banking Products in Indonesia," *Journal of Economic Studies*, Vol. 1, No. 2 (2017), 12

nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah.³⁵ Hal ini menegaskan bahwa kepatuhan syariah bukan hanya isu normatif, tetapi faktor determinan dalam perilaku nasabah. Dengan demikian, *sharia compliance* dapat diposisikan sebagai faktor institusional yang memediasi hubungan antara nilai syariah dan keputusan pembiayaan nasabah. Semakin positif persepsi nasabah terhadap kepatuhan syariah bank, semakin kuat keputusan mereka untuk memilih pembiayaan murabahah.

4. Pengaruh Literasi, Persepsi Kepatuhan Syariah dan Persepsi Kepatuhan Syariah terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Akad Murabahah

Keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor kognitif, afektif, dan institusional.³⁶ Literasi menyediakan kerangka rasional untuk memahami produk, *Religiusitas* membentuk orientasi nilai dan motivasi moral, sementara *kepatuhan syariah* menciptakan kepercayaan terhadap lembaga penyedia pembiayaan. Ketiga faktor ini tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling memperkuat dalam membentuk keputusan pembiayaan. Dalam konteks perbankan syariah, keputusan pembiayaan tidak dapat dijelaskan hanya oleh pertimbangan ekonomi semata. Nasabah yang religius tetapi memiliki literasi rendah dapat mengalami kebingungan dalam memahami murabahah, sementara nasabah yang literat tetapi meragukan *kepatuhan syariah* cenderung menunda keputusan pembiayaan. Oleh karena itu, kombinasi ketiga variabel tersebut menjadi krusial dalam membentuk keputusan yang stabil dan berkelanjutan.

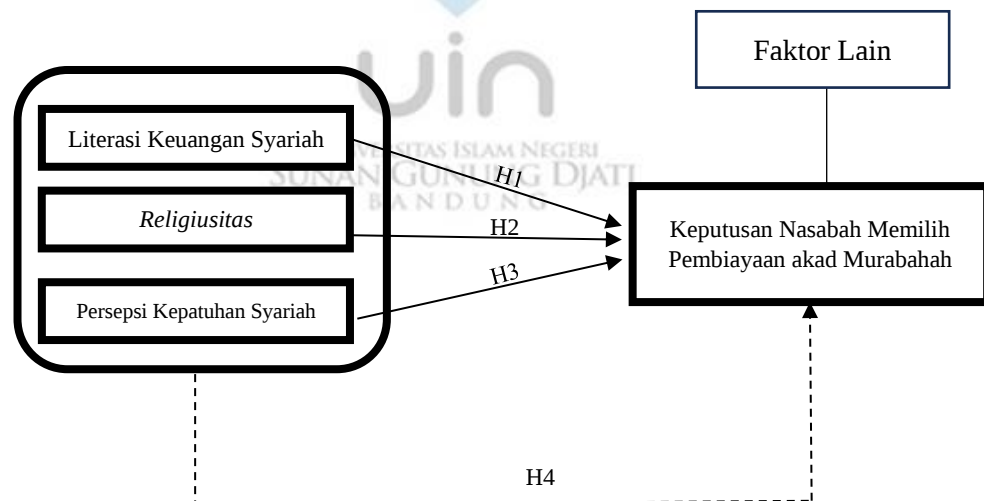
Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan pada bank syariah dipengaruhi oleh kombinasi faktor rasional, nilai keagamaan, dan kepercayaan terhadap kepatuhan bank dalam

³⁵ Siti Nurhayati, "Persepsi Kepatuhan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah," *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 11, No. 2 (2018), 201–220.

³⁶ Ascarya, "Measuring the Efficiency of Islamic Banking in Indonesia," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 2 (2015), 117–138

menerapkan prinsip syariah. Faktor-faktor tersebut bekerja secara simultan dan saling memperkuat dalam membentuk preferensi nasabah terhadap produk pembiayaan syariah, sehingga pengaruh gabungannya terhadap keputusan pembiayaan lebih dominan dibandingkan pengaruh parsial masing-masing variabel.³⁷ Oleh karena itu, keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah tidak dapat dipahami sebagai hasil dari satu faktor tunggal, melainkan sebagai hasil interaksi antara tingkat pemahaman keuangan syariah, orientasi religius individu, dan persepsi terhadap kepatuhan syariah bank. Pendekatan integratif ini dinilai lebih komprehensif dalam menjelaskan perilaku keputusan nasabah perbankan syariah di Indonesia.

Dengan demikian, kerangka berpikir penelitian ini menempatkan Literasi keuangan syariah, *Religiusitas*, dan Persepsi Kepatuhan Syariah sebagai determinan utama yang secara bersama-sama memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah



Sumber : data diolah peneliti

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

³⁷ Siti Wahyuni dan Dwi Fitriani, "Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan pada Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 6, No. 3 (2019), 492

Keterangan:

—————→ : Parsial

-----→ : Simultan

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah dugaan sementara terhadap perumusan masalah dalam penelitian. Maksud dan tujuan dari penelitian ini, ialah memperoleh gambaran secara objektif tentang pengaruh Literasi Keuangan Syariah Keuangan Syariah, *Religiusitas*, *Persepsi Kepatuhan Syariah* terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Bandung.

Oleh karena itu, berdasarkan tinjauan pustaka serta teori terdahulu dalam penelitian ini, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

1. H₀ (Hipotesis Nol) : Hipotesis yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian.
2. H₁ (Hipotesis Alternatif) : Hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian.

Berdasarkan definisi tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H_1 : Literasi Keuangan Syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah
- H_2 : *Religiusitas* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah
- H_3 : Persepsi Kepatuhan Syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah

H_4 : Literasi Keuangan Syariah, *Religiusitas* dan *Persepsi Kepatuhan Syariah* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan akad murabahah.

