

## KEPUTUSAN MEMILIH TABUNGAN SYARIAH: PERAN PENGETAHUAN DAN MEDIASI SIKAP

Shili Azizati<sup>1</sup>, Aang Gunaepi<sup>2</sup>, Finantyo Eddy Wibowo<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa; [shilixazizati@gmail.com](mailto:shilixazizati@gmail.com)

<sup>2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa; [agunaepiaang@gmail.com](mailto:agunaepiaang@gmail.com)

<sup>3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa; [finantyoeddy@gmail.com](mailto:finantyoeddy@gmail.com)

---

### Keywords:

(Decision; Sharia Savings; Knowledge; Attitude Mediation.

---

### Abstract

Indonesia has great potential to become a global center for the Islamic economy through regulatory support and a strong Muslim population base. However, low Islamic financial literacy in Indonesia poses a fundamental challenge in optimizing the potential of the national Islamic banking sector. This study aims to analyze the influence of knowledge on people's decisions in choosing Islamic savings products, with attitude as an intervening variable. Using quantitative methods, data were collected through a survey of 384 respondents in Tasikmalaya City, who were determined using purposive sampling techniques. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with the help of SmartPLS. The results show that knowledge has a positive and significant effect on attitude (0,726) and decision (0,288). In addition, attitude has a positive effect on decision (0,570) and is proven to significantly mediate the effect of knowledge on decision (0,414). These findings confirm that attitude is a crucial factor that strengthens the relationship between knowledge and decision. The implication is that strategies to improve Islamic financial literacy should focus on forming positive attitudes in order to increase public participation in the Islamic financial sector.

---

### Kata kunci:

(Keputusan; Tabungan Syariah, Pengetahuan, Mediasi Sikap.

---

### Abstrak

Indonesia memiliki potensi besar menjadi pusat ekonomi syariah dunia melalui dukungan regulasi dan basis populasi muslim yang kuat. Namun rendahnya literasi keuangan syariah di Indonesia menjadi tantangan fundamental dalam mengoptimalkan potensi sektor perbankan syariah nasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk tabungan syariah, dengan sikap sebagai variabel intervening. Menggunakan metode kuantitatif, data dikumpulkan melalui survei terhadap 384 responden di Kota Tasikmalaya yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap (0,726) serta keputusan (0,288). Selain itu, sikap berpengaruh positif terhadap keputusan (0,570) dan terbukti secara signifikan memediasi pengaruh pengetahuan terhadap keputusan (0,414). Temuan ini menegaskan bahwa sikap merupakan faktor krusial yang memperkuat hubungan antara pengetahuan dan keputusan. Implikasinya, strategi peningkatan literasi keuangan syariah harus difokuskan pada pembentukan sikap positif guna meningkatkan partisipasi masyarakat dalam sektor keuangan syariah.

Corresponding Author:

Shili Azizati

Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa; [shilixazizati@gmail.com](mailto:shilixazizati@gmail.com)

---

## PENDAHULUAN

Sejarah perkembangan perbankan syariah di Indonesia secara formal diinisiasi pada tahun 1992 melalui pengundangan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Momentum regulasi ini kemudian diperkuat dengan terbitnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang secara eksplisit menetapkan distingsi operasional antara bank konvensional dan bank syariah, baik pada level bank umum maupun bank perkreditan rakyat. Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 memberikan mandat otoritatif kepada Bank Indonesia untuk menyelenggarakan kebijakan moneter dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah sebagai instrumen fundamental. Meskipun kerangka legalitas telah mapan, implementasi serta internalisasi nilai-nilai syariah di lapisan masyarakat masih menghadapi tantangan diskrepansi pemahaman yang signifikan terkait operasional perbankan tersebut.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) terdapat anomali statistik yang mencolok dalam indeks literasi keuangan di mana sektor perbankan secara makro mencapai 49,93%, namun literasi keuangan syariah hanya berkisar pada angka 9,14%. Literasi keuangan syaria'ah adalah kemampuan individu dalam memahami dan memanfaatkan layanan keuangan sesuai dengan prinsip Islam, seperti bebas dari riba, gharar, dan maysir (Lubis & Fadilah, 2023). Rendahnya indeks literasi keuangan syariah ini merefleksikan keterbatasan kapasitas individu dalam mengonstruksi pemahaman serta mendayagunakan instrumen keuangan yang selaras dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, penguatan literasi dan pengetahuan kognitif menjadi prasyarat krusial bagi masyarakat muslim untuk mengaktualisasikan keputusan finansial yang bijaksana dan sesuai dengan syariat Islam.

Mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, pengamat ekonomi dan peneliti di Institute for Development of Economic and Finance (INDEF) Izzudin Al Farras, menyatakan bahwa Indonesia dengan populasi mayoritas muslim memiliki potensi besar untuk menjadi pusat ekonomi syaria'ah dunia, di sektor keuangan syaria'ah, industri halal, zakat, infak, sedekah dan wakaf (ZISWAF) (Prada, 2024). Kota Tasikmalaya merepresentasikan salah satu wilayah dengan signifikansi strategis bagi eskalasi dan pengembangan industri perbankan syariah di Jawa Barat. Karakteristik wilayah ini secara sosio-kultural teridentifikasi sangat kuat melalui predikat ikonik sebagai "Kota Santri", sebuah identitas yang didasarkan pada tingginya densitas institusi pendidikan Islam tradisional yang tersebar di seluruh wilayahnya (Dinas Kominfo Kota Tasikmalaya, 2023). Keberadaan institusi berbasis religi ini memberikan basis fundamental bagi pembentukan ekosistem ekonomi syariah, yang sekaligus memperkuat proyeksi penyerapan serta penggunaan produk tabungan syariah di tengah masyarakat dengan latar belakang religiusitas yang kental.

Keberhasilan implementasi ekosistem ekonomi syariah di wilayah tersebut tidak terlepas dari faktor internal individu, salah satunya adalah pengetahuan. Secara teoritis, pengetahuan merupakan segala hal yang dipahami atau dikuasai individu terkait subjek tertentu yang diinternalisasi melalui persepsi sensorik maupun pengalaman (KBBI, 2024; Zulva dkk., 2024). Individu yang memiliki pengetahuan

memadai cenderung memiliki persepsi yang terukur terhadap nilai produk, yang pada gilirannya memitigasi risiko pengambilan keputusan (Parastika dkk., 2021). Lebih lanjut, tipologi pengetahuan menurut Engel, Blackwell, dan Miniard dalam (Sumarwan, 2011) dapat diklasifikasikan ke dalam tiga domain utama yaitu pertama, pengetahuan produk mencakup penguasaan informasi mendalam mengenai ekosistem produk, khususnya dalam sektor perbankan yang meliputi aspek merek, terminologi teknis, atribut fitur, struktur harga, hingga tingkat kepercayaan terhadap entitas tersebut (Muhyidin, 2017). Kedua, pengetahuan pemakaian menitikberatkan pada pemahaman operasional dan fungsional produk, di mana kedalaman pemahaman ini berkorelasi positif dengan intensitas keputusan pembelian (Yoesmanam, 2015). Ketiga, pengetahuan pembelian berkaitan dengan pemahaman atas utilitas dan manfaat yang dirasakan pasca-konsumsi. Untuk mengoptimalkan kepuasan, konsumen dituntut memiliki kecakapan dalam penggunaan produk secara tepat, mengingat kesalahan penggunaan dapat mendegradasi nilai manfaat yang diperoleh. Secara sintesis, pengetahuan merupakan integrasi informasi lintas dimensi yang membentuk pola perilaku dan orientasi keputusan individu.

Selain pengetahuan sikap juga memegang peranan penting sebagai kecenderungan perilaku yang berpijak pada pendirian dan sistem keyakinan individu dan manifestasi perasaan batin (*inner feeling*) yang mencerminkan evaluasi afektif terhadap suatu objek (KBBI, 2024; Muabidin, 2021). Struktur sikap yang dibangun atas komponen kognitif, afektif, dan konatif menjadi prediktor krusial dalam memprediksi perilaku pembelian di masa depan (Eagly & Petty, 1989; R. I. Maulana, 2019). Integrasi antara sikap dan tindakan dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh (Ajzen, 2005). Teori ini menegaskan bahwa perilaku manusia merupakan hasil dari proses deliberasi rasional yang diarahkan pada pencapaian tujuan tertentu. Dalam konteks ini, niat berperilaku menjadi prediktor utama sebelum individu mengeksekusi keputusan akhir (Nurjannah, 2023).

Keputusan itu sendiri merupakan proses elektif di mana individu memilih satu tindakan di antara berbagai alternatif yang tersedia (Sumarwan, 2011). Dalam industri perbankan, keputusan nasabah mencerminkan dinamika pemenuhan kebutuhan pribadi maupun rumah tangga, sehingga organisasi perlu mengidentifikasi pola perilaku konsumsi ini secara komprehensif (Kotler & Armstrong, 2017). Proses pengambilan keputusan konsumen umumnya melewati tahapan sistematis sebagaimana dirumuskan oleh Philip Kotler dalam (Zusrony, 2021). Tahapan ini diawali dengan pengenalan kebutuhan, di mana konsumen mengidentifikasi diskrepansi antara kondisi aktual dan kondisi ideal. Proses kemudian berlanjut pada pencarian informasi secara aktif maupun pasif, diikuti oleh evaluasi alternatif guna membandingkan proposisi nilai dari berbagai merek yang tersedia. Setelah melakukan pemilihan dan eksekusi pembelian, konsumen akan masuk pada fase evaluasi pasca-pembelian. Tindakan yang diambil pada tahap akhir ini sangat bergantung pada tingkat saturasi kepuasan yang diperoleh, yang nantinya akan menentukan retensi konsumen terhadap produk tersebut di masa mendatang.

Sementara tinjauan terhadap studi terdahulu mengungkapkan adanya variasi hasil terkait determinan keputusan nasabah, penelitian (Parastika dkk., 2021) membuktikan bahwa pengetahuan berkontribusi signifikan sebesar 50,1% terhadap keputusan menabung, namun belum mengintegrasikan aspek sikap sebagai mediator. Di sisi lain, penelitian (Muabidin, 2021) menemukan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, walaupun studi tersebut belum mempertimbangkan variabel pengetahuan dalam model analisisnya. Adanya diskrepansi dan keterbatasan cakupan variabel dalam literatur sebelumnya memunculkan *research gap* yang memerlukan sintesis konseptual antara aspek pengetahuan dan sikap. Penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan memosisikan sikap sebagai variabel *intervening* atau mediasi guna menginvestigasi mekanisme psikologis yang menjembatani akumulasi informasi menuju tindakan pemilihan produk perbankan syariah secara empiris.

## METODE PENELITIAN

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti secara langsung dari jawaban responden. Sementara data sekunder berasal dari data yang sudah tersedia sebelumnya seperti laporan publikasi lembaga, buku, jurnal dan lain sebagainya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena bermaksud untuk menghilangkan subjektivitas dalam penelitian. Menurut (Parulian, 2018), penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan survey online yang disebar ke responden yang memenuhi kriteria *Purposive Sampling*. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Tasikmalaya, berusia minimal 17 tahun ataupun memiliki akses ke produk perbankan syariah, dan memiliki ataupun berminat untuk memilih tabungan syariah.

Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Kota Tasikmalaya yang berjumlah 770.839 jiwa (BPS, 2025). Pendekatan *Krejcie & Morgan (1970)* cocok pada penelitian yang jumlah populasinya teridentifikasi karena informasi jumlah populasi menjadi dasar dalam menentukan jumlah sampel (Sofyani, 2023). Populasi pada penelitian ini telah diketahui dan dapat dikatakan mendekati populasi satu juta, maka dari itu jumlah sampel yang digunakan adalah jumlah sampel terakhir yang ada pada tabel *Krejcie & Morgan (1970)* berikut ini yaitu sebanyak 384 responden.

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan software SMART-PLS (*Partial Least Square*). Analisis SEM adalah teknik analisis statistik multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan kompleks antara variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dengan menggunakan kombinasi analisis faktor dan regresi berganda, namun dengan pendekatan melalui *Partial Least Squares SEM (PLS-SEM)* berbasis varian dan lebih fleksibel terhadap data yang tidak berdistribusi normal serta sampel kecil (Fernanda dkk., 2022).

**Tabel 1. Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Pernyataan	Referensi
Pengetahuan (X)	a. Pengetahuan produk b. Pengetahuan pembelian c. Pengetahuan pemakaian	1. Mengetahui bahwa riba (bunga), gharar (ketidakjelasan) dan maysir (judi) merupakan bentuk transaksi yang diharamkan. 2. Mengetahui bahwa produk tabungan syari'ah berprinsip bebas dari riba, gharar dan maysir. 3. Mengetahui cara membuka rekening tabungan syari'ah. 4. Memahami cara menggunakan tabungan syari'ah.	Engel, Blackwell, dan Miniard dalam (Sumarwan, 2011)
Sikap (Y)	a. Komponen kognitif b. Komponen afektif c. Komponen perilaku	5. Meyakini bahwa produk tabungan syari'ah sudah sesuai dengan prinsip syari'ah 6. Merasa bersyukur atas hadirnya produk tabungan syari'ah 7. Berniat menggunakan produk tabungan syari'ah	(Eagly & Petty, 1989)
Keputusan (Z)	a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Tingkah laku pasca pembelian	8. Inisiatif mencari informasi mengenai produk tabungan syari'ah dari berbagai sumber. 9. Mempertimbangkan antara tabungan syari'ah dengan tabungan konvensional sebelum memilih. 10. Memutuskan untuk memilih tabungan syari'ah sebagai pilihan utama. 11. Merasa puas setelah memilih produk tabungan syari'ah. 12. Berencana untuk menggunakan produk tabungan syari'ah. Pastikan pertanyaannya lebih dari satu	(Zusrony, 2021):

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Software SmartPLS SEM-PLS (Structural Equation Modeling - Partial Least Squares)* karena mampu menganalisis hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel serta menguji peran sikap sebagai variabel intervening, di mana pengetahuan sebagai variabel independen dan

keputusan sebagai variabel dependen. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan jumlah 6 tingkatan. Skala Likert adalah alat pengukuran yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu objek, pernyataan, atau fenomena tertentu (Simamora, 2022).

Hasil studi (Chomeya, 2010) menyatakan skala 6 poin menunjukkan diskriminasi dan reliabilitas yang lebih tinggi dibandingkan skala 5 poin, selain itu skala Likert 6 poin lebih disarankan untuk penilaian psikologis yang lebih baik. Penelitian (Suharto & Hariadi, 2021) yang menggunakan skala likert 6 tingkatan guna menghindari jawaban netral, meminimalisir risiko penyimpangan pengambilan keputusan pribadi, dan memiliki kehandalan tinggi. Kemudian, dalam penelitian ini melibatkan variabel sikap yang merupakan komponen psikologis, sehingga skala likert 6 tingkatan cocok digunakan dalam mengukur pernyataan.

## HASIL PENELITIAN

### Profil dan Karakteristik Demografis

Survey dalam penelitian ini melibatkan 384 responden yang berasal ataupun bersomisili di Kota Tasikmalaya sebagai basis data utama. Masing-masing partisipan memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga keragaman ini digunakan untuk menggambarkan kondisi yang dapat memberikan informasi tambahan dalam memahami hasil penelitian secara komprehensif. Berdasarkan klasifikasi jenis kelamin, responden perempuan mendominasi sebesar 53,39%, sementara responden laki-laki tercatat sebesar 46,61%. Selain itu, ditinjau dari klasifikasi generasi kelahiran, mayoritas responden berasal dari Generasi Z dengan persentase mencapai 73,44%, diikuti oleh Generasi Milenial sebesar 20,57% dan Generasi X sebesar 5,99%.

Ditinjau dari sebaran wilayah, responden terbanyak berasal dari Kecamatan Purbaratu (17,19%) dan Kecamatan Mangkubumi (14,84%), sedangkan jumlah paling sedikit berada di Kecamatan Bungursari (3,91%). Karakteristik pendidikan menunjukkan dominasi tingkat pendidikan tinggi (S1/S2/S3) sebesar 73,44%, dengan proporsi terendah pada tingkat SMP/ sederajat sebesar 0,26%. Hal ini selaras dengan profil profesi di mana mayoritas responden adalah pelajar atau mahasiswa (67,71%), disusul karyawan swasta (12,24%) dan wiraswasta (7,81%). Adapun terkait preferensi perbankan, Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi pilihan utama mayoritas responden (51,04%), disusul Bank Muamalat (19,01%), sedangkan Bank Aladin Syariah menempati posisi terendah dengan persentase 0,26%.

### Outer Model (Uji Kualitas Data)

#### *Uji convergent validity*

Pengujian *convergent validity* terpenuhi secara optimal berdasarkan seluruh nilai pemuatan indikator pada variabel Pengetahuan, Sikap, dan Keputusan berada di atas ambang batas 0,70 dilihat dari tabel *outer loading* berikut ini.

	(X) Pengetahuan	(Y) Sikap	^ (Z) Keputusan
P 1	0.862		
P 2	0.888		
P 3	0.825		
P 4	0.729		
S 5		0.836	
S 6		0.783	
S 7		0.847	
K 12			0.722
K 9			0.748
K 8			0.789
K 10			0.789
K 11			0.804

### Uji discriminant validity

Berikut tabel hasil uji *discriminant validity* melalui *Fornell-Larcker Criterion* (FLC) yang mengonfirmasi bahwa setiap indikator memiliki korelasi tertinggi pada konstruk latennya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lainnya.

	(X) Pengetahuan	(Y) Sikap	(Z) Keputusan
(X) Pengetahuan	0.828		
(Y) Sikap	0.726	0.823	
(Z) Keputusan	0.701	0.779	0.771

Pengujian *discriminant validity* ini diperkuat dengan perolehan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada tabel *construct reability and validity* untuk ketiga konstruk yang melampaui angka 0,5, sehingga model pengukuran dinyatakan valid.

### Uji composite reability

Dari sisi konsistensi internal, variabel Pengetahuan, Sikap, dan Keputusan terbukti reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* secara konsisten berada di atas 0,70 sesuai tabel *construct reability and validity* berikut.

^	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
(X) Pengetahuan	0.846	0.860	0.897	0.685
(Y) Sikap	0.762	0.770	0.862	0.677
(Z) Keputusan	0.829	0.834	0.880	0.595

### Inner Model (Evaluasi Model Struktural)

#### Model fit

Pada tahap evaluasi model struktural (*inner model*), hasil uji menunjukkan tingkat kebaikan model (*model fit*) yang kuat dan relevan. Nilai *R-Square* pada jalur pertama, yang merepresentasikan pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan melalui Sikap, tercatat sebesar 0,527, sementara pada jalur kedua yang mengukur pengaruh langsung Pengetahuan terhadap Keputusan mencapai 0,646. Temuan ini mengindikasikan bahwa model memiliki daya determinasi yang kuat dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Berikut tabel hasil uji *Model Fit*.

	R Square	R Square Adjusted
(Y) Sikap	0.527	0.525
(Z) Keputusan	0.646	0.644

### Cross-validated Redundancy (Q<sup>2</sup>)

Selanjutnya, uji *Cross-Validated Redundancy* menghasilkan nilai Q<sup>2</sup> sebesar 0,348 untuk variabel Sikap dan 0,377 untuk variabel Keputusan. Karena kedua nilai tersebut berada di atas nol, maka model penelitian ini dinyatakan memiliki relevansi prediktif yang baik dalam mengestimasi variabel endogen. Berikut hasil uji *Cross-Validated Redundancy*.

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)
(X) Pengetahuan	1536.000	1536.000	
(Y) Sikap	1152.000	750.605	0.348
(Z) Keputusan	1920.000	1195.428	0.377

### Uji Hipotesis

#### Direct effect

Analisis pengujian hipotesis mengenai hubungan langsung (*direct effect*) antar konstruk menunjukkan signifikansi statistik yang sangat meyakinkan dengan nilai *p-values* sebesar 0,000 (kurang dari 0,05) pada seluruh jalur hubungan. Berikut tabel hasil uji hipotesis *Direct Effect*.

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
(X) Pengetahuan -> (Y) Sikap	0.726	0.728	0.020	35.590	0.000
(X) Pengetahuan -> (Z) Keputusan	0.288	0.293	0.052	5.554	0.000
(Y) Sikap -> (Z) Keputusan	0.570	0.566	0.049	11.542	0.000

Pengetahuan ditemukan memiliki pengaruh positif yang sangat kuat terhadap Sikap dengan koefisien jalur sebesar 0,726. Meskipun demikian, pengaruh langsung Pengetahuan terhadap Keputusan tercatat lebih moderat dengan koefisien sebesar 0,288. Sementara itu, variabel Sikap memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap Keputusan dengan nilai koefisien 0,570. Secara keseluruhan, seluruh hubungan yang teridentifikasi bersifat searah dan positif, tanpa adanya koefisien yang menunjukkan arah negatif. Berikut tabel hasil uji *Path Coefficients*

	(X) Pengetahuan	(Y) Sikap	(Z) Keputusan
(X) Pengetahuan		0.726	0.288
(Y) Sikap			0.570
(Z) Keputusan			

### Indirect effect

Terakhir, pengujian efek tidak langsung (*indirect effect*) mengungkapkan peran krusial variabel Sikap sebagai mediator dalam hubungan antara Pengetahuan dan Keputusan. Dengan nilai *original sample* (O) sebesar 0,414 dan signifikansi *P-Value* 0,000 ini membuktikan bahwa Pengetahuan secara signifikan memengaruhi Keputusan melalui intervensi variabel Sikap. Berikut tabel hasil uji *indirect effect*.

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
(X) Pengetahuan -> (Y) Sikap -> (Z) Keputusan	0.414	0.412	0.037	11.087	0.000

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan

Pengetahuan memberikan sedikit kontribusi yang positif dan signifikan dalam menentukan keputusan konsumen sebesar 0,288. Hasil ini mengonfirmasi konsistensi temuan dengan sejumlah literatur terdahulu, seperti penelitian (Hasibuan & Wahyuni, 2020) serta (Parastika dkk., 2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan secara parsial memengaruhi keputusan secara signifikan. Dukungan empiris lainnya ditemukan dalam studi (F. R. Maulana dkk., 2020) yang mengkuantifikasi pengaruh pengetahuan produk sebesar 51,5%, serta penelitian (Yuri dkk., 2023) dan (Rokhani & Nurkhin, 2021) yang mengaitkan pengetahuan dengan minat menabung dan pemilihan jasa perbankan syariah. Bahkan, dalam konteks yang lebih spesifik, (Zulva dkk., 2024) menemukan bahwa pemahaman mengenai konsep riba berkontribusi sebesar 25,1% terhadap minat menabung.

Walaupun demikian, terdapat sedikit perbedaan pada studi (Nengsih dkk., 2021) yang menemukan pengaruh positif namun tidak signifikan, serta anomali pada penelitian (Araffi & Haryono, 2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah. Perbedaan hasil antarpelitian ini mengindikasikan adanya kemungkinan faktor kontekstual atau variabel moderator lain yang memengaruhi hubungan antara pengetahuan dan keputusan dalam lingkup riset konsumen.

### Pengaruh Pengetahuan terhadap Sikap

Pengetahuan masyarakat memberikan kontribusi sebesar 0,726 yang positif dan signifikan dalam menentukan keputusan memilih tabungan syariah. Hal ini mengimplikasikan bahwa peningkatan pemahaman kognitif individu berkorelasi linier dengan pembentukan sikap yang lebih positif terhadap produk tabungan syariah. Secara psikologis, informasi yang memadai mengenai mekanisme bagi hasil dan aspek legalitas syariah akan mereduksi keraguan serta membangun kepercayaan (*trust*) yang menjadi fondasi utama dalam bertindak. Akibatnya, individu yang memiliki literasi keuangan syariah yang tinggi cenderung tidak lagi memandang perbankan syariah hanya sebagai alternatif, melainkan sebagai pilihan utama yang rasional dan sesuai dengan nilai-nilai personal. Oleh karena itu, penguatan edukasi secara berkelanjutan menjadi kunci strategis bagi industri perbankan untuk mengubah persepsi publik dan

memperluas pangsa pasar secara efektif melalui pendekatan edukasi yang komprehensif.

### **Pengaruh Sikap terhadap Keputusan**

Sikap masyarakat memberikan kontribusi sebesar 0,570 yang positif dan cukup signifikan dalam menentukan keputusan memilih tabungan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa disposisi mental atau sikap yang positif menjadi faktor pendorong utama dalam pengambilan keputusan. Signifikansi peran sikap ini selaras dengan hasil penelitian (Khairawati dkk., 2020) yang menegaskan bahwa sikap merupakan prediktor paling dominan dalam membentuk niat individu, di mana niat tersebut dipahami sebagai fase krusial sebelum keputusan akhir ditetapkan. Secara teoretis, sikap yang positif terhadap suatu objek akan mendorong kecenderungan perilaku yang sejalan dengan tujuan individu. Meskipun mayoritas literatur mendukung temuan ini, terdapat divergensi hasil dengan penelitian (Muabidin, 2021) yang menunjukkan bahwa sikap tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan. Perbedaan hasil antarpelitian ini mengindikasikan adanya kemungkinan faktor kontekstual atau variabel moderator lain yang memengaruhi hubungan antara sikap dan keputusan dalam lingkup riset konsumen.

### **Peran Sikap dalam Memediasi Pengetahuan terhadap Keputusan**

Peran sikap masyarakat memberikan kontribusi sebesar 0,414 yang positif dan cukup signifikan dalam memediasi pengetahuan terhadap keputusan memilih tabungan syariah. Temuan ini menegaskan bahwa pengaruh pengetahuan terhadap perilaku pengambilan keputusan akan menjadi lebih efektif dan substansial apabila melalui pembentukan sikap terlebih dahulu. Dengan kata lain, Sikap bertindak sebagai jembatan psikologis yang memperkuat transformasi informasi menjadi tindakan nyata dalam proses keputusan konsumen, memastikan bahwa pemahaman kognitif telah selaras dengan kecenderungan emosional subjek. Kondisi ini menunjukkan bahwa edukasi yang masif saja tidak cukup jika tidak mampu menyentuh aspek evaluatif masyarakat untuk menyukai dan meyakini manfaat produk syariah. Sebagai implikasinya, strategi pemasaran perbankan harus difokuskan pada penguatan nilai-nilai keunggulan layanan agar pengetahuan yang dimiliki calon nasabah dapat terakumulasi menjadi sikap positif yang berujung pada komitmen penggunaan produk secara jangka panjang.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pemilihan produk tabungan syariah di Kota Tasikmalaya dengan sikap sebagai variabel mediasi, dapat ditarik beberapa simpulan fundamental. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan individu memiliki korelasi positif namun dengan intensitas yang cenderung lemah terhadap keputusan pemilihan produk secara langsung, yakni sebesar 0,228 (28,8%). Sebaliknya, pengetahuan ditemukan memiliki pengaruh yang sangat dominan dan signifikan terhadap pembentukan sikap

individu dengan nilai koefisien mencapai 0,726 (72,6%). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengetahuan tidak serta-merta memicu keputusan pembelian secara instan, peran kognitif tersebut sangat krusial dalam membangun disposisi mental yang positif.

Selanjutnya, sikap individu terbukti memberikan kontribusi positif yang moderat terhadap keputusan pemilihan produk sebesar 0,570 (57%). Secara komprehensif, fungsi mediasi sikap teridentifikasi sangat signifikan dalam menjembatani hubungan antara pengetahuan dan keputusan, dengan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,414 (41,4%). Dengan demikian, sikap bertindak sebagai variabel intervensi yang memperkuat transformasi informasi menjadi tindakan nyata dalam pengambilan keputusan nasabah.

Merujuk pada temuan tersebut, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat dipertimbangkan oleh pemangku kepentingan terkait. Bagi industri perbankan syariah, disarankan untuk mereformulasi strategi komunikasi pemasarannya dengan mengintensifkan program edukasi yang tidak hanya berfokus pada fitur teknis produk, tetapi juga pada internalisasi nilai-nilai dan manfaat substantif untuk membangun sikap positif masyarakat. Mengingat variabel sikap memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap keputusan dibandingkan pengetahuan teknis, perbankan perlu menitikberatkan strategi pada penguatan citra institusional dan kepercayaan yang menyentuh aspek emosional serta keyakinan nasabah. Pendekatan ini diharapkan mampu mengonversi pemahaman rasional nasabah menjadi loyalitas perilaku yang lebih stabil melalui penguatan disposisi mental yang positif.

Di sisi lain, masyarakat didorong untuk lebih proaktif dalam meningkatkan literasi keuangan syariah melalui sumber informasi yang kredibel guna membentuk landasan kognitif yang kuat. Peningkatan pengetahuan ini dipandang sebagai langkah awal yang paling signifikan dalam membentuk sikap yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga keputusan yang diambil didasarkan pada keyakinan personal yang mendalam, bukan sekadar pemahaman dasar. Sejalan dengan hal tersebut, pemerintah dan regulator memegang peranan penting dalam mengakselerasi program literasi keuangan syariah di tingkat nasional. Upaya ini memerlukan jaminan transparansi dan akurasi informasi dari pelaku industri perbankan agar masyarakat dapat membangun persepsi yang benar. Sinergi antara kebijakan regulasi yang akuntabel dan partisipasi aktif masyarakat diharapkan dapat memperkuat ekosistem ekonomi syariah dan meningkatkan inklusi keuangan nasional secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior* (T. Manstead, Ed.; Second Edition). Open University Press.  
<https://psicoexperimental.files.wordpress.com/2011/03/ajzeni-2005-attitudes-personality-and-behaviour-2nd-ed-open-university-press.pdf>
- Araffi, M., & Haryono, S. (2022). Peran Religiusitas dalam Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

- Indonesia. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 461.  
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.431>
- Azhari, M. T., Bahri, A. F., Asrul, & Rafida, T. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Efitra & A. Juansa, Ed.; hlm. 36). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.  
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=P7OpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kuantitatif&ots=efGZB\\_yj\\_0&sig=Sk3UMEJucyNqNOdqe8DaH2cdzt0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=kuantitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=P7OpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kuantitatif&ots=efGZB_yj_0&sig=Sk3UMEJucyNqNOdqe8DaH2cdzt0&redir_esc=y#v=onepage&q=kuantitatif&f=false)
- Azwar, S. (2013). *SIKAP MANUSIA: Teori dan Pengukurannya* (2 ed.). Pustaka Pelajar.
- BPS. (2025). Kota Tasikmalaya Dalam Angka 2025 (A. Lestari, Penerj.). *Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya.*, 19.
- Chomeya, R. (2010). Quality of Psychology Test Between Likert Scale 5 and 6 Points. *Journal of Social Sciences*, 6(3), 399–403.  
<https://www.researchgate.net/publication/49619892>
- Dinas Kominfo. (2019). *Sekilas Sejarah Kota Tasikmalaya*.  
[https://portal.tasikmalayakota.go.id/index.php/q/sekilas\\_sejarah](https://portal.tasikmalayakota.go.id/index.php/q/sekilas_sejarah)
- Dinas Kominfo Kota Tasikmalaya. (2023, Oktober 22). *Sudah Tahu Mengapa Tasikmalaya dijuluki Kota Santri?* <https://www.instagram.com/p/CyrwF5ayO1Y/>
- Eagly, A. H., & Petty, R. E. (1989). Effects of Involvement on Persuasion: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 106(2), 290–314.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.290>
- Fernanda, J. W., Luthifiana, V., & Akhyar, M. K. (2022). Analisis Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) untuk Pemodelan Penerimaan Sistem Jaringan Informasi Bersama Antar Sekolah (JIBAS). *J Statistika*, 15(2), 292–297.  
<https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jstatistika/article/download/6436/4429/21668>
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- KBBI. (2024). *KBBI VI Daring*. Kemdikbud. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/Cari/Index>
- Khairawati, Fuadi, & Munandar. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Halal Image Terhadap Niat Calon Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah Pada Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) Cabang Lhokseumawe. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 5(2), 143–155.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.32505/j-ebis.v5i2.2137>
- Khoirunnisa, P., Renada, A. R., Khalizah, F. S., Febriana, N., & Wahyuni, D. (2023). Bagaimana Peran Teman Sebaya dalam Membentuk Kepribadian Anak. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(1), 316–321.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed). Pearson Prentice Hall.
- Lubis, D., & Fadilah, A. N. (2023). *Peran Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Investasi*. FEM IPB.

- <https://fem.ipb.ac.id/index.php/2023/12/17/peran-literasi-dan-inklusi-keuangan-syariah-terhadap-keputusan-investasi/>
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 124. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>
- Maulana, R. I. (2019). Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Konsumen Membeli Sepeda Motor Yamaha Nmax 155. *Jurnal : Ecodemica*, 3(2), 86-97. <https://doi.org/10.31311/jeco.v3i1.5695>
- Muabidin. (2021). *Pengaruh Persepsi, Preferensi dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)* [Universitas Islam Negeri Walisongo]. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/14474>
- Muhyidin. (2017). *Pengaruh Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk Bank, Kepercayaan, Dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah DenganReligiusiutas Sebagai Variabel Moderating*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Nengsih, T. A., Arsa, & Putri, P. S. (2021). Determinan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah : Studi Empiris di Kota Jambi. *JBB: Journal of Business and Banking*, 11(1), 93-111. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2599>
- Nurjannah, F. (2023). *Pengaruh Theory Planned behavior (TPB), Religiusitas, Pengetahuan dan Service Convenience Terhadap Proses Keputusan Masyarakat Solok Sumatera Barat Menjadi Nasabah Bank Syariah* [UIN Syarif Hidayatullah]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72983>
- OJK. (2022). *Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains*, 10(1), 177-187. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>
- Parulian, T. (2018, Maret). *Blog Dosen Fakultas Ekonomi*. <http://tohapparulian.blog.uma.ac.id/wp-content/uploads/sites/156/2018/03/BAB-2-VARIABEL-DAN-JENIS-HUBUNGAN.pdf>
- Prada, A. (2024, Januari). Indef: Indonesia Berpotensi Jadi Pusat Ekonomi Syariah Dunia. *ANTARA*. <https://www.antaranews.com/berita/3913554/indef-indonesia-berpotensi-jadi-pusat-ekonomi-syariah-dunia>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)* (Wijonarko, Ed.; 1 ed.). CV. Lentera Ilmu Madani.
- Riduwan. (2013). *Dasar-Dasar Statistika* (P. D. Iswarta, Ed.). ALFABETA.
- Rokhani, S., & Nurkhin, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *BAEJ: Business and Accounting Education Journal*, 2(2), 235-243. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>

- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sofyani, H. (2023). Penentuan Jumlah Sampel pada Penelitian Akuntansi dan Bisnis Berpendekatan Kuantitatif. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 311–319. <https://doi.org/10.18196/rabin.v7i2.19031>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. ALFABETA.
- Suharto, Y., & Hariadi, Ek. (2021). Analisis Kualitas Website Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Menggunakan Metode Webqual 4.0 Website Quality Analysis of Human Resources Development Agency Using Webqual 4.0 Method. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 12(2), 109–121. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmo/article/view/33917/22054>
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (R. Sikumbang, Ed.; Ed. Kedua). Ghalia indonesia.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu.
- Wolniak, R. (2023). The Concept of Descriptive Analytics. *Scientific Papers of Silesian University of Technology Organization and Management Series*, 2023(172). <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2023.172.42>
- Yoesmanam, I. C. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Presepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 04(03).
- Yuri, A., Alam Adha, M., & Riduwan, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk, Pelayanan dan Lokasi Bank Dalam Memilih Jasa Bank Syariah di Kota Yogyakarta. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 133. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.6854>
- Zulva, P., Sissah, & Habibah, G. W. I. A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Nasiah dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah. *JKPIM: Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(1), 115–131. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i1.284>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern* (R. A. Kusumajaya, Ed.). Yayasan Prima Agus Teknik. [https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb\\_af4fc26370d71743c5796f1b81bfa97f73ce1c73\\_1652928345.pdf](https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_af4fc26370d71743c5796f1b81bfa97f73ce1c73_1652928345.pdf)