E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Febi Iain Parepare)

Muflihatussholeha K.H.[1], Muzdalifah Muhammadun[2], Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin[3], Sahrani[4]
[1]Institut Agama Islam Negeri Parepare, muflihatussholehakh@gmail.com
[2]Institut Agama Islam Negeri Parepare, muzdalifahmuhammadun@iainpare.ac.id
[3]Institut Agama Islam Negeri Parepare, ahmaddzulilmi@gmail.com
[4]Institut Agama Islam Negeri Parepare, sahrani@iainpare.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh tingkat religiusitas dan biaya administrasi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Parepare. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden mahasiswa aktif menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda melalui bantuan software statistik. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih (t_{hitung} = 5,095; Sig. = 0,000 < 0,05). Demikian pula dengan variabel biaya administrasi yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial t_{hitun} = 8,539; Sig. = 0,000 < 0,05) serta menjadi faktor yang paling dominan. Secara simultan, hasil uji F mengonfirmasi bahwa tingkat religiusitas dan biaya administrasi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah (f_{hitung}= 207,661 > f_{tabel} = 3,09; Sig. = 0,000 < 0,05). Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,817 mengindikasikan bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi perubahan keputusan memilih produk tabungan bank syariah sebesar 81,7%.

Kata Kunci: *Religiusitas, Biaya Administrasi, Keputusan Nasabah, Tabungan Bank Syariah*

Abstract

This study aims to examine and analyze the influence of religiosity and administrative costs on customers' decisions to choose Islamic bank savings products among students of the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) IAIN Parepare. The research method used is quantitative with an associative approach. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 96 active student respondents using a purposive sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression methods with the help of statistical software. The results of the study partially indicate that the variable of religiosity has a positive and significant effect on the decision to choose (t_{count} = 5.095; Sig. = 0.000 < 0.05). Similarly, the variable of administrative costs is proven to have a positive and significant effect partially (t_{count}= 8.539; Sig. = 0.000 < 0.05) and is the most dominant factor. Simultaneously, the F-test results confirm that the level of religiosity and administrative costs together have a significant influence on customer decisions (f_{count} = 207.661 > f_{tabel} = 3.09; Sig. = 0.000 < 0.05). The coefficient of determination (R Square) value of 0.817 indicates that the two independent variables are able to explain the variation in changes in decisions to choose Islamic bank savings products by 81.7%.

Keywords: *Religiosity, Administrative Fees, Customer Decision, Islamic Bank Savings*

Corresponding Author:
Muflihatussholeha K.H.
Institut Agama Islam Negeri Parepare, muflihatussholehakh@gmail.com

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

PENDAHULUAN

Akselerasi industri perbankan domestik saat ini dipicu oleh eskalasi preferensi publik terhadap instrumen finansial yang tidak hanya menawarkan aspek rekursif berupa keamanan dan aksesibilitas, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai sosiokultural yang dianut masyarakat (Habibi, 2022). Fenomena ini mengindikasikan adanya pergeseran paradigma konsumen, di mana masyarakat kini tidak lagi memandang lembaga keuangan sekadar sebagai entitas komersial, melainkan sebagai mitra strategis yang adaptif terhadap prinsip etis dan religiusitas lokal.Konsekuensinya, signifikansi sektor perbankan meluas melampaui batas transaksi privat atau korporasi skala kecil, hingga bertransformasi menjadi pilar determinan dalam menjaga stabilitas makroekonomi serta kedaulatan finansial suatu negara (Sari et al., 2023). ntegrasi sistemik ini berakar pada fungsi primer bank sebagai lembaga intermediasi (*financial intermediary*). Secara konseptual, eksistensi bank bertugas memitigasi ketimpangan likuiditas (*liquidity mismatch*) di pasar dengan cara menggalang dana surplus dari pihak yang kelebihan modal, untuk kemudian dialokasikan kembali dalam format kredit atau pembiayaan produktif guna menstimulasi sektor riil.Memasuki era kontemporer yang didorong oleh disrupsi teknologi, dinamika institusi ini mengalami evolusi radikal. Bank tidak lagi beroperasi sebagai repositori modal yang statis atau tempat penyimpanan konvensional. Sebaliknya, perbankan modern telah menjelma menjadi penyedia ekosistem solusi finansial komprehensif berbasis digital, yang memfasilitasi manajemen kekayaan (*wealth management*) secara lebih terstruktur, efisien, dan inklusif bagi seluruh lapisan masyarakat .(Romney & Steinbart, 2021)

Secara doktriner, perbankan syariah beroperasi sebagai manifestasi epistemologi ekonomi Islam yang menegasikan instrumen ribawi (bunga), *gharar* (asimetri informasi/ketidakpastian), dan *maisir* (spekulasi) dalam setiap lini artikulasi transaksionalnya. Rekonstruksi model operasional ini tidak semata-mata diorientasikan pada maksimalisasi profit laba konvensional (*profit-maximization*), melainkan dijangkar pada pengarusutamaan nilai etika sosioreligius serta distributif keadilan ekonomi (Muslihati, 2023). Dalam lanskap domestik di Indonesia, variabel kepatuhan syariah (*sharia compliance*) ini bertindak sebagai stimulus ideologis primer yang mengonstruksi preferensi dan determinasi nasabah untuk bermigrasi dari sistem keuangan konvensional.Kendati demikian, legitimasi religius tersebut tidak serta-merta menjamin resiliensi pasar institusi tanpa adanya topangan variabel kinerja yang kompetitif. Keberhasilan ekspansi pasar perbankan syariah sangat berkorelasi linear dengan kapabilitas entitas dalam memformulasikan diversifikasi produk yang adaptif terhadap kebutuhan riil, transparansi klausul akad, rasionalisasi struktur biaya (*pricing efficiency*), serta standardisasi layanan prima (*service quality*). Melalui integrasi aspek normatif-syariah dan aspek utilitas operasional inilah, institusi dapat mengeskalasi kredibilitas sistemik yang pada tahap selanjutnya mengonstruksi loyalitas dan retensi nasabah dalam jangka panjang (Ulandari & Muhammadun, 2025).

Kendati menunjukkan tren pertumbuhan, dinamika ekspansi perbankan syariah masih dihadapkan pada hambatan penetrasi pasar yang signifikan. Hambatan krusial dalam domain ini berpusat pada formulasi strategi stimulasi guna mengonversi kesadaran massa menjadi preferensi aktif dalam mengadopsi instrumen keuangan berbasis syariah (Yani & Manjaleni, 2026). Secara teoretis, preferensi serta keputusan afektif konsumen dalam mengonsumsi komoditas jasa perbankan tidak terbentuk secara linier, melainkan merupakan hasil interaksi simultan antara determinan endogen dan eksogen.Sisi endogen (internal) mencakup jangkar teologis berupa internalisasi nilai keagamaan, disposisi sikap, motivasi personal, serta persepsi subjektif terhadap risiko dan maslahat. Sebaliknya, sisi eksogen (eksternal) mencakup variabel ekosistemik di luar individu, seperti rasionalisasi biaya transaksi, standardisasi kualitas layanan (*service quality*), serta representasi reputasi korporasi atau citra institusi di mata publik (Kotler & Keller, 2021). alam konteks perbankan syariah, tantangan terbesarnya adalah bagaimana menyelaraskan keyakinan teologis internal tersebut

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

dengan keunggulan fungsional-eksternal agar mampu bersaing dengan dominasi sistem konvensional.

Pengambilan keputusan nasabah dalam mengadopsi produk perbankan merupakan sebuah proses kognitif kompleks yang bersifat gradual dan dipengaruhi oleh konvergensi multivariabel. Guna mengoptimalkan diseminasi pesan dan penetrasi pasar, institusi perbankan syariah dituntut untuk adaptif terhadap dinamika serta tren paradigma pemasaran kontemporer yang relevan dengan preferensi public (Ikhsanudin et al., 2024). Dalam lanskap domestik di Indonesia, determinan keputusan tersebut tidak semata-mata dikendalikan oleh motivasi ekonomi rasional (*utilitarian motives*), melainkan terikat kuat pada pemaknaan aspek religiusitas. Individu dengan internalisasi doktrin teologis yang matang menunjukkan tendensi selektivitas yang lebih rigid, serta memanifestasikan preferensi kuat terhadap instrumen finansial yang mematuhi koridor hukum Islam.Secara empiris, integrasi antara dimensi spiritual dan fungsional ini dapat divalidasi melalui pendekatan kuantitatif dalam riset perilaku konsumen. Bukti-bukti statistik mengonfirmasi bahwa variabel endogen seperti kualitas layanan (*service quality*) dan persepsi nilai produk (*perceived product value*) memberikan kontribusi signifikan secara simultan terhadap pembentukan keputusan pembelian atau retensi layanan oleh nasabah . (Sahrani, 2023). Melalui pemodelan kuantitatif ini, perbankan syariah dapat memetakan secara presisi sejauh mana stimulus eksternal—seperti keunggulan operasional—berinteraksi dengan karakteristik internal nasabah dalam menstimulasi loyalitas jangka panjang.

Dalam konteks sosiodemografi di Indonesia, determinasi nasabah dalam memilih eksistensi perbankan syariah mengindikasikan adanya sintesis unik antara motivasi ekonomi rasional (*utilitarian motives*) dan kepatuhan spiritual (*religious commitment*). Fenomena ini menegaskan bahwa religiusitas bukan sekadar atribut personal yang pasif, melainkan bertindak sebagai filter kognitif primer. Individu dengan tingkat internalisasi teologis yang komprehensif cenderung menunjukkan perilaku pasar yang lebih selektif dan rigid, di mana mereka mengesampingkan utilitas jangka pendek demi menjaga linearitas aktivitas finansial dengan koridor hukum Islam.Pengaruh dimensi spiritual tersebut tidak menafikan relevansi indikator kinerja konvensional. Sejalan dengan aksioma dalam riset perilaku konsumen, pembuktian empiris melalui pendekatan kuantitatif mengonfirmasi bahwa variabel-variabel fungsional tetap memegang peranan krusial. Melalui pemodelan statistik, dapat dipetakan secara signifikan bagaimana variabel pendorong eksternal—seperti standardisasi kualitas layanan (*service quality*) dan persepsi nilai produk (*perceived product value*)—berkontribusi secara simultan terhadap pembentukan keputusan pembelian atau pemilihan layanan oleh konsumen (Syarifuddin, 2022).

Dalam proyeksi keberlanjutan sektor keuangan jangka panjang, kelompok mahasiswa memegang peran krusial sebagai katalisator utama perkembangan industri perbankan syariah. Demografi ini diklasifikasikan sebagai segmen konsumen terliterasi (*literate consumers*), yang secara strategis diincar oleh institusi perbankan untuk memperluas penetrasi pasar dan memperkuat jaringan basis nasabah di masa depan (Kosnia & Canggih, 2022). apasitas intelektual yang diperoleh melalui pendidikan tinggi, yang diiringi dengan tingginya aksesibilitas terhadap diseminasi informasi digital, memberikan kelompok ini keunggulan komparatif dalam mengasimilasi dan mengontekstualisasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam secara lebih objektif dan kritis.Di samping kapasitas kognitif tersebut, kelompok akademis muda ini memanifestasikan ceruk pasar (*market niche*) yang sangat potensial bagi lembaga perbankan syariah. Dalam fase transisi menuju kemandirian finansial, kebutuhan mereka terhadap instrumen pengelolaan likuiditas pribadi—terutama melalui adopsi produk tabungan—menjadi pintu masuk strategis bagi perbankan untuk mengunci loyalitas jangka panjang(Qadri, 2022).

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) secara teoretis menempati posisi hulu sebagai kelompok yang memiliki kedekatan kognitif tinggi terhadap doktrin ekonomi Islam dan operasionalisasi perbankan syariah, mengingat determinan keilmuan tersebut diinternalisasi secara terstruktur melalui kurikulum akademis. Kendati demikian,

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

asimilasi konseptual di ruang kuliah tidak secara otomatis bertransformasi menjadi determinasi praktis dalam mengadopsi produk keuangan syariah. Realitas di lapangan sering kali mengindikasikan adanya disonansi kognitif yang paradoksikal; secara akademis mereka memvalidasi keunggulan sistem non-ribawi yang bersih dari anasir *gharar* dan *maisir*, namun secara pragmatis preferensi transaksional mereka masih tertambat pada institusi perbankan konvensional. Kontradiksi perilaku ini menegaskan bahwa literasi akademis bukanlah variabel tunggal yang mengendalikan keputusan konsumen. Terdapat aneka determinan intervensi yang memiliki bobot pengaruh lebih dominan, seperti pertimbangan rasionalitas ekonomi terkait efisiensi biaya administrasi, kemudahan aksesibilitas infrastruktur digital, hingga kedalaman tingkat religiusitas personal individual (Jumiyanti, 2023). Dalam perspektif psikologi ekonomi, loyalitas fungsional terhadap bank konvensional yang menawarkan utilitas instan sering kali mengonstruksi bias keputusan, sehingga mengesampingkan idealisme teoretis yang diperoleh mahasiswa di bangku perkuliahan.

Meskipun secara teoritis mahasiswa FEBI IAIN Parepare telah dibekali dengan literasi ekonomi syariah yang mendalam melalui kurikulum perkuliahan , namun pada realitasnya, pemahaman tersebut belum tentu berbanding lurus dengan perilaku mereka dalam memilih produk perbankan syariah. Selain itu, terdapat ketidakkonsistenan hasil (*research gap*) dari penelitian terdahulu mengenai faktor mana yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan nasabah, sebagian ahli menekankan aspek internal seperti religiusitas , sementara yang lain menonjolkan biaya administrasi. Adanya ketimpangan antara teori dan praktik, serta perbedaan hasil penelitian sebelumnya, menuntut dilakukannya kajian lebih mendalam untuk memetakan faktor penentu keputusan mahasiswa dalam konteks lingkungan IAIN Parepare.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa tingkat religiusitas dan biaya administrasi merupakan dua faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan bank syariah. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mengkaji secara empiris bagaimana pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan nasabah, khususnya di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Parepare. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih produk tabungan bank syariah serta memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran lembaga perbankan syariah di lingkungan perguruan tinggi.

METODE

Penelitian ini mengadopsi desain penelitian kuantitatif dengan spesifikasi pendekatan asosiatif kausal. Pemilihan pendekatan eksplanatori ini didasarkan pada urgensi untuk menguji secara empiris seberapa besar pengaruh komparatif dari tingkat religiusitas dan biaya administrasi terhadap keputusan nasabah dalam mengadopsi produk tabungan pada bank syariah (Sugiyono, 2022). Data yang dikumpulkan dari sampel responden direduksi ke dalam bentuk matriks numerik untuk kemudian diakomodasi melalui analisis statistik inferensial, guna menjamin hasil penarikan kesimpulan yang objektif dan terukur.Dalam arsitektur penelitian ini, pemodelan hubungan dibangun atas dua kategori variabel dasar. Sektor determinan independen (variabel bebas) diwakili oleh Tingkat Religiusitas (X_1) dan Biaya Administrasi (X_2), Kedua variabel tersebut ditempatkan sebagai stimulus yang diprediksi memicu perubahan pada variabel dependen (terikat), yaitu Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Bank Syariah (Y). Melalui kerangka kuantitatif ini, pola interaksi, signifikansi, serta besaran kontribusi simultan maupun parsial dari variabel-variabel tersebut dapat dievaluasi secara matematis dan bebas dari bias subjektivitas peneliti.

Selaras dengan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini dioperasikan melalui pendekatan asosiatif. Penerapan desain ini ditujukan untuk menyelidiki secara empiris keberadaan serta eksistensi hubungan antara variabel tingkat religiusitas dan biaya administrasi terhadap determinasi keputusan nasabah dalam mengadopsi produk tabungan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

bank syariah (Noor, 2021). Adapun batasan kontekstual dan lokus penelitian ini ditetapkan secara spesifik di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan mengintegrasikan mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) sebagai populasi target. Pemilihan lokus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa karakteristik subjek riset memiliki relevansi keilmuan yang linear dengan objek material yang sedang diuji.

Populasi target dalam kajian ini mencakup representasi agregat mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Parepare yang teridentifikasi memiliki kepemilikan akun atau memiliki pengalaman empiris dalam memanfaatkan instrumen tabungan pada institusi perbankan syariah. Mengingat ketiadaan basis data tunggal yang mencatat secara komprehensif jumlah mahasiswa yang bertindak selaku nasabah bank syariah—sehingga tidak memungkinkannya penyusunan kerangka sampel (*sampling frame*) yang rigid—serta sifat fluktuasi datanya yang dinamis, maka cakupan subjek ini diklasifikasikan sebagai populasi tak berhingga (*infinite population*), (Supardi, 2021) Kondisi anonimitas jumlah elemen populasi ini berimplikasi secara metodologis terhadap pemilihan strategi penarikan sampel non-probabilitas pada tahapan penelitian selanjutnya.

Penarikan elemen representatif dalam kajian ini dioperasikan melalui teknik *purposive sampling*, sebuah varian dari koridor *non-probability sampling* yang mendasarkan seleksi subjek pada pemenuhan kriteria teoretis spesifik. Dalam konteks ini, kriteria inklusi yang ditetapkan secara rigid adalah mahasiswa aktif yang terkonfirmasi memiliki atau sedang menggunakan fasilitas produk tabungan pada institusi perbankan syariah.Meskipun skema penarikan elemen ini bersifat non-probabilitas, peneliti mengeliminasi potensi bias generalisasi dengan menetapkan batas kuantum minimal sampel yang representatif melalui formulasi mekanistik Rumus Cochran. Pendekatan statistik ini diaplikasikan guna menjamin bahwa ukuran data yang diperoleh memenuhi syarat kecukupan (*data adequacy*) untuk analisis inferensial parametrik pada tahapan pengujian hipotesis. (Zulfikar et al., 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi riset ini diselenggarakan dalam ruang lingkup Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Guna memitigasi potensi bias informasi dan menjaga homogenitas data, penetapan subjek diarahkan secara ketat pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang memiliki validitas empiris sebagai pengguna aktif produk tabungan perbankan syariah. Korpus data primer dihimpun melalui diseminasi instrumen kuesioner terstruktur yang didistribusikan secara langsung (*self-administered questionnaire*) kepada para partisipan guna mengoptimalkan tingkat pengembalian (*response rate*). Melalui kerangka kerja *purposive sampling* yang dijustifikasi oleh perhitungan matematis sebelumnya, ukuran sampel yang diinklusikan hingga tahap akhir analisis mencakup kuota representatif sebanyak 96 responden mahasiswa aktif.

Karakteristik Responden

Telaah terhadap karakteristik demografi responden diorientasikan pada rekapitulasi data berdasarkan dua indikator kategorikal utama, yaitu gender (jenis kelamin) dan afiliasi program studi. Pemetaan terhadap atribut demografis ini memegang peranan krusial dalam statistika deskriptif, bukan sekadar sebagai instrumen pelengkap data, melainkan sebagai fondasi untuk memvalidasi homogenitas serta representasi subjek riset di lapangan. Melalui pengkategorian ini, peneliti dapat mendeteksi keberadaan bias distribusi data yang potensial memengaruhi linearitas hasil uji inferensial, sekaligus memberikan potret kontekstual yang komprehensif mengenai latar belakang segmen mahasiswa yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	89	92,71%
Laki Laki	7	7,29%

Sumber Data: Data Primer Diolah, 2026

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Berdasarkan data yang terangkum pada Tabel 1, konfigurasi responden didominasi secara signifikan oleh subjek berjenis kelamin perempuan, yakni mencapai 89 mahasiswa (92,71%), sedangkan responden laki-laki hanya merepresentasikan 7,29% dari total sampel. Ketimpangan sebaran ini mencerminkan karakteristik populasi riil mahasiswa pada lembaga tempat penelitian dijalankan. Secara teoretis, tingginya partisipasi kelompok perempuan berkolerasi dengan karakteristik psikologi keuangan mereka yang cenderung lebih cermat dalam mengelola portofolio keuangan pribadi, serta memiliki preferensi yang lebih tinggi terhadap mitigasi risiko finansial melalui pemilihan lembaga perbankan yang berbasis nilai spiritual dan bebas dari unsur riba.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah	Persentase (%)
Manajemen Keuangan Syariah	47	48,96%
Ekonomi Syariah	20	20,83%
Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah	12	12,50%
Akuntansi Syariah	6	6,25%
Perbankan Syariah	6	6,25%
Manajemen Zakat dan Wakaf	3	3,13%
Pariwisata Syariah	2	2,08%

Sumber Data: Data Primer Diolah,2026

Telaah empiris pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa mayoritas responden berasal dari program studi Manajemen Keuangan Syariah dengan persentase sebesar 48,96%, diikuti oleh program studi Ekonomi Syariah sebesar 20,83%. Sebaliknya, program studi Pariwisata Syariah mengonfirmasi representasi paling minoritas, yakni hanya sebesar 2,08%. Fakta bahwa seluruh responden mengadopsi produk perbankan syariah mengindikasikan adanya korelasi linear yang kuat dengan orientasi akademik mereka pada rumpun keilmuan Islam. Penyerapan literasi keuangan syariah di bangku perkuliahan bertindak sebagai stimulus kognitif utama yang mendorong mahasiswa untuk mengonversi pemahaman teoretis tersebut ke dalam tindakan ekonomi riil (*actual behavior*), guna menunjang ekosistem aktivitas akademis mereka sehari-hari.

Uji Hipotesis

1. Uji Instrumen Pengumpulan Data

a. Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel		r_{xy}	r_{tabel}	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	0.698	0.2006	Valid
	X1.2	0.656	0.2006	Valid
	X1.3	0.695	0.2006	Valid
	X1.4	0.620	0.2006	Valid
	X1.5	0.716	0.2006	Valid
	X1.6	0.758	0.2006	Valid
	X1.7	0.622	0.2006	Valid
	X1.8	0.734	0.2006	Valid
	X1.9	0.643	0.2006	Valid
	X1.10	0.769	0.2006	Valid
	X1.11	0.763	0.2006	Valid
	X1.12	0.753	0.2006	Valid
Biaya Administrasi (X2)	X2.1	0.672	0.2006	Valid
	X2.2	0.754	0.2006	Valid
	X2.3	0.675	0.2006	Valid

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

	X2.4	0.765	0.2006	Valid
	X2.5	0.737	0.2006	Valid
	X2.6	0.731	0.2006	Valid
	X2.7	0.755	0.2006	Valid
	X2.8	0.679	0.2006	Valid
Keputusan Nasabah	Y1	0.747	0.2006	Valid
	Y2	0.758	0.2006	Valid
	Y3	0.758	0.2006	Valid
	Y4	0.787	0.2006	Valid
	Y5	0.667	0.2006	Valid
	Y6	0.827	0.2006	Valid
	Y7	0.806	0.2006	Valid
	Y8	0.808	0.2006	Valid
	Y9	0.811	0.2006	Valid

Sumber Data: Data Primer diolah melalui SPSS 22

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian yang dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan dari variabel Religiusitas (X_1), Biaya Administrasi (X_2), dan Keputusan Nasabah (Y), dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator empiris dalam penelitian ini dinyatakan **valid**. Pengambilan keputusan uji validitas ini didasarkan pada perbandingan antara nilai koefisien korelasi atau nilai koefisien validitas (r_{hit}) masing-masing item dengan nilai kritis tabel (r_{tabel}) pada tingkat signifikansi tertentu dengan nilai konstan r_{tabel}= 0,2006. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai r_{hitun} > r_{tabel} maka item pernyataan tersebut mampu mengukur gejala yang ingin diukur secara akurat.

Pada variabel Religiusitas (X_1) yang diukur melalui 12 indikator (X1.1 hingga X1.12), seluruh item memiliki nilai korelasi yang berkisar antara 0,620 hingga 0,769. Mengingat semua nilai tersebut jauh melampaui nilai batas kritis 0,2006, maka seluruh instrumen pembentuk variabel Religiusitas dinyatakan memenuhi syarat validitas. Pola yang sama juga ditunjukkan pada variabel Biaya Administrasi (X_2) yang terdiri dari 8 butir indikator (X2.1 hingga X2.8). Nilai koefisien validitas terkecil pada variabel ini tercatat sebesar 0,672 (pada item X2.1) dan yang tertinggi sebesar 0,765 (pada item X2.4), di mana seluruh capaian tersebut secara signifikan berada di atas ambang batas r_{tabel}.

Selanjutnya, hasil analisis untuk variabel terikat, yaitu Keputusan Nasabah (Y), yang dipresentasikan melalui 9 indikator (Y1 hingga Y9), juga memperlihatkan tingkat validitas yang sangat kuat. Nilai koefisien korelasi pada variabel Keputusan Nasabah bergerak pada rentang nilai 0,667 hingga nilai tertinggi mencapai 0,827 (pada item Y6). Dengan demikian, karena seluruh item pernyataan pada variabel X_1 X_2, dan Y memiliki nilai r_{hit} > 0,2006, instrumen ini memiliki presisi dan ketepatan yang tinggi. Alat ukur ini siap digunakan untuk pengumpulan data penelitian lapangan karena telah terbukti mampu merepresentasikan konstruk teoretis yang diteliti secara empiris.

Tabel 4.Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Religiusitas ($X_{1)}$	Biaya Administrasi (X_2)	Keputusan Nasabah (Y)
Nilai cronbach's alpha	0.906	0.868	0.816
Keterangan	Reliabel	Reliabel	Reliabel

Sumber Data: Data Primer diolah melalui SPSS 22

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Berdasarkan hasil pengujian konsistensi internal menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, seluruh instrumen variabel dalam penelitian ini dinyatakan **reliabel**. Kriteria keandalan dipenuhi karena nilai koefisien *Cronbach's Alpha* dari ketiga variabel secara signifikan melampaui ambang batas standar (α > 0,60). Secara eksplisit, variabel Religiusitas (X_1) menunjukkan tingkat reliabilitas tertinggi dengan koefisien sebesar 0,906, diikuti oleh variabel Biaya Administrasi (X_2) sebesar 0,868, dan variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,816. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki stabilitas dan akurasi yang tinggi, sehingga absah untuk digunakan dalam analisis statistik inferensial pada tahap selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan terhadap variabel *Unstandardized Residual* dengan ukuran sampel (N) sebanyak 96, diperoleh nilai statistik uji sebesar 0,120. Pengujian signifikansi dua arah *(2-tailed)* menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0,121.

Oleh karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari taraf kekeliruan yang ditetapkan (α = 0,05), hal ini menunjukkan bahwa sebaran data empiris residual sejalan dengan bentuk distribusi teoritisnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas data dalam penelitian ini telah terpenuhi, sehingga model analisis layak dan aman untuk digunakan pada pengujian statistik parametrik tahap selanjutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan nilai *Collinearity Statistics* pada tabel *Coefficients*, pengujian asumsi klasik berupa uji multikolinearitas menunjukkan bahwa model regresi ini terbebas dari masalah hubungan linear yang kuat antarvariabel independen. Validitas tersebut dibuktikan oleh nilai *Tolerance* untuk variabel X_1 dan X_2yang masing-masing sebesar 0,400, di mana nilai ini berada di atas ambang batas minimal standar yaitu 0,10 (0,400 > 0,10). Konsistensi hasil ini juga diperkuat oleh nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kedua variabel yang sebesar 2,498, yang secara signifikan berada di bawah batas kritis maksimal yaitu 10 (2,498 < 10). Dengan demikian, dapat disimpulkan secara akademik bahwa tidak terdapat gangguan multikolinearitas di antara variabel independen, sehingga estimator model bersifat valid dan reliabel untuk analisis lebih lanjut.

c. Uji Autokorelasi

Pengujian menggunakan statistik *Durbin-Watson* (DW) menghasilkan nilai koefisien sebesar 2,004. Mengingat nilai DW berada pada rentang ideal (1,5 s.d. 2,5) dan mendekati angka 2, maka model regresi diidentifikasi terbebas dari bias gangguan autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Melalui parameter pengujian residual korelasi, nilai signifikansi untuk variabel Religiusitas (X_1) tercatat sebesar 0,227 dan variabel Biaya Administrasi (X_2) sebesar 0,630. Karena nilai probabilitas dari kedua variabel tersebut melampaui taraf kekeliruan standar (> 0,05), maka model regresi dinyatakan steril dari masalah heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients[a]

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

1	(Constant)	-2,397	1,974		-1,214	,228		
	X1	,304	,060	,357	5,095	,000	,400	2,498
	X2	,744	,087	,599	8,539	,000	,400	2,498

a. Dependent Variable: Y
Sumber Data: Data Primer diolah melalui SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi, sebagai berikut:

$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$
$Y = -2{,}397 + 0{,}304\ X_1 + 0{,}744\ X_2 + e$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi:

a. Nilai konstanta sebesar -2,397 menunjukkan bahwa apabila variabel Religiusitas (X_1) dan Biaya Administrasi (X_2)diasumsikan bernilai konstan atau nol, maka nilai keputusan nasabah memilih produk tabungan bank syariah (Y) diprediksi berada pada angka -2,397 Secara metodologis, intersep negatif ini merupakan hasil dari ekstrapolasi matematis pada model regresi linear kuesioner, yang menegaskan bahwa tanpa adanya stimulus atau kontribusi nyata dari kedua variabel independen tersebut, kecenderungan mahasiswa untuk mengambil keputusan memilih produk tabungan bank syariah akan berada pada tingkat yang paling minimum.
b. Koefisien regresi variabel Tingkat Religiusitas (X_1) bernilai positif sebesar 0,304. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan asumsi variabel independen lain konstan, maka setiap peningkatan satu satuan skor pada variabel tingkat religiusitas akan diikuti oleh peningkatan nilai keputusan nasabah memilih sebesar 0,304.
c. Koefisien regresi variabel Biaya Administrasi (X_2) bernilai positif sebesar 0,744. Angka ini menandakan bahwa dengan asumsi variabel bebas lain konstan, setiap kenaikan satu satuan skor pada persepsi kesesuaian biaya administrasi akan diikuti oleh eskalasi nilai keputusan nasabah memilih sebesar 0,744.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

$Y = -2{,}397 + 0{,}304X_1 + 0{,}744X_2 + e$

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X_1dan X_2) terhadap variabel dependen (Y) dengan kriteria signifikansi < 0,05.

Konstanta (α) sebesar -2,397, Nilai ini menunjukkan bahwa apabila variabel Tingkat Religiusitas (X_1) dan Biaya Administrasi (X_2) diasumsikan bernilai konstan atau nol, maka nilai keputusan nasabah memilih produk tabungan bank syariah (Y) diprediksi sebesar -2,397. Nilai negatif ini secara matematis merupakan konsekuensi dari ekstrapolasi linear pada pemodelan, yang menegaskan bahwa tanpa adanya stimulus dari variabel independen, kecenderungan mahasiswa untuk mengambil keputusan memilih akan berada pada level terendah.

Koefisien Regresi *Unstandardized* (B) Variabel Tingkat Religiusitas (X_1) sebesar 0,304, Angka ini menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel Biaya Administrasi (X_2) konstan, maka setiap peningkatan satu satuan skor pada variabel Tingkat Religiusitas akan diikuti oleh peningkatan nilai keputusan nasabah (Y) sebesar 0,304 satuan skor. Hubungan ini searah, yang berarti semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa, semakin meningkat pula keputusan mereka untuk menabung di bank syariah.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Pengaruh X_2terhadap Y, Variabel X_2menunjukkan nilai t-hitung sebesar 8,539 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari prediktor alfa (0,000 < 0,05), maka variabel X_2terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel Y. Apabila membandingkan nilai kekuatan pengaruh menggunakan indikator *Standardized Coefficients Beta*, variabel Biaya Administrasi memiliki nilai β = 0,599, yang mana angka ini jauh lebih besar dibandingkan dengan nilai milik variabel Tingkat Religiusitas (β= 0,357). Fakta statistik ini membuktikan secara sahih bahwa variabel Biaya Administrasi memberikan kontribusi pengaruh yang paling dominan terhadap perubahan variabel Y.

Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk kedua variabel adalah 2,498 (di bawah 10) dan nilai *Tolerance* adalah 0,400 (di atas 0,10). Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi ini terbebas dari masalah multikolinearitas, sehingga hasil uji t di atas bersifat valid dan dapat diandalkan untuk estimasi empiris.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan atau Bersama-sama (Uji F)

Pengujian secara simultan (Uji F) menghasilkan nilai f_{hitung}sebesar 207,661 dengan angka signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari taraf kekeliruan yang ditentukan (0,000 < 0,05) dan nilai f_{hitu} secara signifikan lebih besar daripada nilai f_{tabel} (207,661 > 3,09 pada df_1 = 2 dan df_2 = 93), maka keputusan statistik yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_1. Dengan demikian, dapat disimpulkan secara empiris bahwa variabel independen X_1 dan X_2 secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y), yang sekaligus membuktikan bahwa model regresi linier berganda yang diestimasi memiliki tingkat kelayakan model (*goodness of fit*) yang sangat baik untuk memprediksi variasi nilai pada variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi ($\boldsymbol{R^2}$)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.904[a]	,817	,813	1,89306	2,004

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber Data: Data Primer diolah melalui SPSS 22

Analisis koefisien determinasi ($\boldsymbol{R^2}$digunakan untuk mengetahui sejauh mana persentase sumbangan pengaruh atau kemampuan variasi variabel independen (X_1 dan X_2 dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil estimasi pada tabel di atas, diperoleh nilai *R Square* sebesar **0,817** (atau 81,7%). Nilai tersebut mengindikasikan secara empiris bahwa sebesar 81,7% variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel dependen (Y) mampu dijelaskan oleh kombinasi variabel independen X_1dan X_2 di dalam model regresi. Sementara itu, sisanya sebesar 18,3% (100% - 81,7%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian atau dipengaruhi oleh faktor galat (*error term*). Lebih lanjut, apabila mempertimbangkan jumlah variabel independen dalam model regresi linier berganda ini, nilai *Adjusted R Square* sebesar **0,813** (atau 81,3%) juga menunjukkan bahwa model ini memiliki

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

tingkat ketepatan dan kontribusi prediktif yang sangat kuat, stabil, serta konsisten terhadap variabel dependen (Y).

SIMPULAN

Integrasi dan konvergensi hasil estimasi empiris dalam penelitian ini berhasil mengonstruksi sebuah konklusi teoretis yang kuat mengenai arsitektur perilaku keuangan mahasiswa dalam ekosistem Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN). Berdasarkan analisis statistik inferensial yang telah dioperasikan, dapat disimpulkan secara komprehensif bahwa keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Parepare dalam mengadopsi instrumen finansial—khususnya produk tabungan pada perbankan syariah—tidak digerakkan oleh stimulus tunggal yang berdiri sendiri. Artikulasi keputusan tersebut melainkan manifestasi riil dari keterikatan teologis (dimensi internal) dan kalkulasi rasionalitas ekonomi (dimensi eksternal) yang saling berinteraksi secara simultan dalam memformulasikan preferensi konsumen terliterasi. Temuan ini memvalidasi bahwa tindakan ekonomi di sektor keuangan syariah merupakan hasil kompromi sadar antara kepatuhan dogma keagamaan dan utilitas fungsional yang logis.

Secara lebih spesifik dan mendalam, implikasi dari masing-masing variabel penelitian dapat dirangkum ke dalam poin-poin reflektif berikut:

Berdasarkan hasil pengujian parameter secara parsial, diperoleh pembuktian bahwa tingkat religiusitas memanifestasikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah. Signifikansi teoretis dari temuan ini menegaskan bahwa kedalaman pemahaman dogma keagamaan, komitmen spiritual, serta kesadaran normatif untuk menegasikan segala bentuk transaksi ribawi bukan sekadar menjadi ranah kesadaran yang pasif. Pada realitas perilaku pasar, aspek spiritualitas tersebut bertransformasi menjadi filter kognitif primer (*core endogenous driver*) yang secara aktif mengendalikan preferensi konsumen. Kelompok akademis muda pada FEBI IAIN Parepare terbukti merefleksikan nilai-nilai keislaman yang mereka peroleh di bangku perkuliahan ke dalam tindakan ekonomi riil (*actual behavior*). Aktualisasi ini membuktikan bahwa bagi segmen konsumen terliterasi, kepatuhan doktriner memiliki bobot nilai yang sangat krusial dalam menuntun mereka memilih lembaga keuangan yang konsisten menerapkan prinsip ekonomi Islam.

Temuan krusial berikutnya dalam pengujian ini mengonfirmasi bahwa persepsi terhadap biaya administrasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah. Namun, potret statistik yang paling mendasar memperlihatkan bahwa variabel biaya administrasi memanifestasikan kontribusi yang jauh lebih dominan dalam mendikte keputusan mahasiswa dibandingkan dengan variabel tingkat religiusitas. Fenomena ini menyingkap eksistensi rasionalitas ekonomi instrumental yang sangat kental di kalangan generasi muda akademis. Kendati mahasiswa secara kognitif mendukung sistem nir-riba, status mereka sebagai kelompok yang menghadapi keterbatasan alokasi anggaran finansial (*budget constraint*) bulanan yang rigid memaksa mereka untuk bersikap sangat peka terhadap harga (*price-sensitive*). Efisiensi pengeluaran riil—berupa minimalisasi potongan berkala, keterjangkauan saldo minimum, dan murahnya biaya kartu—bertindak sebagai insentif pragmatis eksternal yang paling kuat dalam merangsang pembukaan akun tabungan. Hasil investigasi ini berhasil menjembatani kesenjangan riset (*research gap*) terdahulu mengenai adanya disonansi perilaku, di mana idealisme teoretis syariah pada akhirnya tetap berkoalisi dengan pertimbangan utilitas ekonomi praktis di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Habibi, M. R. (2022). *PERAN PERBANKAN SYARI ' AH DALAM PERKEMBANGAN PEREKONOMIAN DI INDONESIA*. *12*, 1–25.

Ikhsanudin, W., Sopingi, I., & Kusuma, K. C. Y. (2024). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN RELIGIUSITAS NASABAH TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PRODUK PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH*. *4*(1).

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Jumiyanti. (2023). *Jumiyanti, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Peningkatan Minatt Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabupaten Barru," Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, 2023, 54.*

Kosnia, T. E., & Canggih, C. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, MOTIVASI SERTA PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA EKONOMI ISLAM JAWA TIMUR)*. *7*(2), 145–159.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management, Global Edition* (16th ed.). Pearson Higher Ed.

Muslihati. (2023). *Sistem Perbankan Syariah* (M. N. Katman (ed.)). Penerbit Widina Media Utama.

Noor, J. (2021). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.

Qadri, A. N. (2022). Preferensi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah,. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Parepare*, *Vol. 4 No.*

Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2021). *Accounting Information Systems, Global Edition* (15th ed.). Pearson Higher Ed.

Sahrani. (2023). *MODERASI BERAGAMA DALAM PERBANKAN SYARIAH : EVALUASI NILAI-NILAI AGAMA TERHADAP PREFERENSI*. *5*(November).

Sari, N. S., Semaun, S., S, A. B., & Muhammadun, M. (2023). *Dilema Aktualisasi Diri : Perilaku Mahasiswa IAIN Parepare dalam Konsumsi Skincare Tanpa Label Halal*. *9*(02), 2114–2122.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supardi. (2021). *Populasi Dan Sampel Penelitian*. *April*, 100–108.

Syarifuddin, A. D. I. (2022). SERVICE QUALITY AND ONLINE CUSTOMER RATING ON F&B PURCHASE DECISIONS. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*.

Ulandari, D., & Muhammadun, M. (2025). *EXPLORATION OF EMPLOYEE KNOWLEDGE ABOUT FINANCING PRODUCTS : A STUDY AT BANK MUAMALAT KC*. *10*, 483–506.

Yani, S., & Manjaleni, R. (2026). *Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk & Layanan Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia)*. *12*, 132–142.

Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jamini, S., Nurjanah, & Selvi Annisa, Oktavy Budi Kusumawardhani, Rif'atul Mutiah, Alexander Indrakusuma Linggi, H. F. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. WIDINA MEDIA UTAMA.