

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH DI ACEH

*Putri Rizkina,¹ Armiadi,² Bismi Khalidin,³
0812 6045 9889

*Program Studi Pascasarjana Ekonomi Syariah
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
putririzkina2016@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas dan literasi keuangan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Aceh. Aceh merupakan daerah yang menerapkan sistem keuangan syariah secara menyeluruh melalui Qanun Lembaga Keuangan Syariah, sehingga loyalitas nasabah menjadi isu strategis dalam keberlanjutan perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 254 responden yang merupakan nasabah bank syariah di Aceh. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan software AMOS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Sebaliknya, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas nasabah bank syariah di Aceh lebih dipengaruhi oleh faktor nilai dan keyakinan religius dibandingkan faktor kognitif berupa pemahaman keuangan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa penguatan nilai-nilai syariah dan kepatuhan terhadap prinsip Islam perlu menjadi prioritas utama dalam strategi peningkatan loyalitas nasabah bank syariah.

Keywords: *Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan, Loyalitas Nasabah Bank Syariah.*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of religiosity and financial literacy on customer loyalty toward Islamic banks in Aceh. Aceh is a unique region that fully implements Islamic financial systems through the Islamic Financial Institutions Qanun, making customer loyalty a strategic issue for the sustainability of Islamic banking. This research adopts a quantitative approach using a survey method involving 254 respondents who are customers of Islamic banks in Aceh. Purposive sampling was employed as the sampling technique. Data were analyzed using the Structural Equation Model (SEM) with AMOS 22 software. The results indicate that religiosity has a positive and significant effect on Islamic bank customer loyalty. In contrast, financial literacy does not have a significant effect on customer loyalty. These findings suggest that customer loyalty in Islamic banking is more strongly driven by religious values and beliefs rather than cognitive factors such as financial understanding. This study implies that strengthening Islamic values and ensuring strict compliance with Sharia principles should be a key priority in strategies to enhance customer loyalty in Islamic banks.

Keywords: *Religiosity, Financial Literacy, Islamic Bank Customer Loyalty.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, dengan total populasi sebanyak 244.213 juta jiwa pada Maret 2025. Perbankan syariah di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024), total aset perbankan syariah nasional mencapai lebih dari Rp 849 triliun, dengan pertumbuhan tahunan sekitar 13,5%. Perkembangan data mutakhir memperkuat urgensi penelitian ini. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 mencatat indeks literasi keuangan nasional sebesar 65,43% dan inklusi keuangan 75,02%. Namun, literasi keuangan syariah hanya 39,11%, dengan inklusi syariah 12,88% (OJK, 2024). Pada 2025, angka ini naik: literasi keuangan nasional menjadi 66,46% dan inklusi 80,51%, sedangkan literasi keuangan syariah mencapai 43,42% dan inklusi syariah 13,41% (OJK, 2025). Angka tersebut menunjukkan kemajuan, tetapi kesenjangan antara keuangan konvensional dan syariah masih lebar.

Aspek religiusitas dan literasi keuangan menjadi faktor penting dalam konteks perbankan syariah. Religiusitas menggambarkan sejauh mana nilai-nilai agama memengaruhi keputusan individu. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih layanan keuangan syariah karena dianggap sejalan dengan prinsip agama. Literasi keuangan, di sisi lain, mencakup pemahaman individu tentang produk dan manfaat layanan keuangan syariah. Rendahnya literasi keuangan sering kali menjadi penghambat bagi masyarakat untuk memahami keunggulan produk syariah dibandingkan produk konvensional (Hapsari, 2022).

Provinsi Aceh, sebagai daerah yang menerapkan Qanun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sejak 2019, menjadi wilayah unik dalam konteks pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Berdasarkan laporan Bank Aceh Syariah (2024), seluruh aktivitas keuangan di Aceh telah beralih ke sistem syariah. Dengan kata lain, seluruh masyarakat Aceh yang memanfaatkan jasa perbankan wajib untuk bertransaksi menggunakan Bank Syari'ah namun tingkat loyalitas nasabah masih menghadapi tantangan. Banyak nasabah berpindah rekening atau kurang aktif menggunakan produk syariah setelah proses konversi, menunjukkan bahwa kepatuhan regulatif belum sepenuhnya berbanding lurus dengan loyalitas perilaku. Loyalitas nasabah merupakan faktor kunci bagi keberlangsungan lembaga keuangan.

Hasil survei SNLIK 2025 menunjukkan indeks literasi keuangan syariah Indonesia mencapai 41,10%, meningkat dibandingkan 39,11% pada 2022. Meski demikian, masih terdapat kesenjangan antara literasi dan loyalitas, terutama di wilayah dengan penerapan sistem syariah total seperti Aceh. Artinya, tingkat literasi dan religiusitas yang tinggi belum otomatis menciptakan loyalitas yang kuat terhadap bank syariah. Kondisi ini diperkuat oleh temuan Bank Aceh Syariah (2024) bahwa sebagian nasabah membuka rekening syariah karena kebijakan pemerintah daerah, bukan karena pemahaman penuh atas manfaat produk berbasis syariah. Fenomena ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan syariah yang rendah dan motivasi eksternal (bukan internal) dapat menghambat terbentuknya loyalitas yang sejati. Faktor lainnya yang juga relevan adalah religiusitas, yang mencerminkan hubungan emosional dan spiritual seseorang terhadap ajaran Islam. Berdasarkan studi Irawan & Lestari (2023), religiusitas terbukti memengaruhi kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap produk perbankan syariah.

Di Aceh, religiusitas masyarakat yang tinggi seharusnya menjadi potensi besar dalam memperkuat loyalitas terhadap lembaga keuangan berbasis syariah. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana dua variabel tersebut memengaruhi loyalitas nasabah bank syariah di Aceh, baik di Bank Aceh Syariah, Bank Syariah Indonesia (BSI), maupun Unit Usaha Syariah (UUS) lainnya.

Berdasarkan uraian di atas penulis bermaksud untuk menguji seberapa jauh indikator religiusitas, dan literasi keuangan, mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Aceh.*”

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menguji teori melalui pengujian hubungan antarvariabel dengan menggunakan data numerik serta analisis statistik guna memperoleh kesimpulan yang bersifat objektif dan terukur (Creswell & Creswell, 2018; Hair et al., 2019). Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait data dalam bentuk program numerik atau statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Aceh yang memenuhi syarat dan ketentuan sebagai nasabah Bank Syariah. Adapun syarat dan ketentuan menjadi nasabah adalah penduduk yang memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Berdasarkan data statistik Aceh Dalam Angka tahun 2024 tercatat bahwa Masyarakat Aceh yang berusia 20 (dua puluh) hingga 60+ (enam puluh tahun lebih) ada sebanyak 3.510.188 jiwa (BPS, 2024), dan ini juga merupakan rentang usia yang memiliki KTP dan NPWP yang menjadi persyaratan dalam menjadi nasabah Bank Syariah. Dengan demikian perkiraan populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Aceh pada rentang usia 20-60+ tahun.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu salah satu bentuk non-probability sampling yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif ketika peneliti menetapkan kriteria tertentu agar sampel sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh responden yang memiliki karakteristik relevan dan mampu merepresentasikan populasi yang diteliti secara konseptual (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016; Creswell & Creswell, 2018). Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan orang yang berpotensi menjadi nasabah maupun yang telah menjadi nasabah Bank Syariah dengan karakteristiknya mampu mewakili populasi, yaitu 1) Muslim; 2) Memenuhi persyaratan sebagai Nasabah Bank Syariah, 3) Masyarakat Aceh, 4) Memiliki informasi tentang Bank Syariah, 4) Bersedia memberikan jawaban secara jujur melalui kuesioner penelitian.

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang sesuai dengan variabel yang diteliti. Instrumen penelitian ini disusun secara sistematis melalui tahapan: (1) penentuan indikator berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, (2) penyusunan butir pertanyaan sesuai indikator, (3) penggunaan skala Likert 5 poin sebagai alat ukur, serta (4) pengujian validitas dan reliabilitas instrumen sebelum digunakan secara penuh dalam pengumpulan data. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala pengukuran diperlukan untuk mengkuantitatifkan data kualitatif seperti halnya sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, religiusitas, loyalitas nasabah Bank Syariah di Aceh. Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas dengan menganalisis nilai *loading factor*. Jika nilai *loading factor* lebih besar dari 0,5, indikator tersebut dianggap valid. (Santoso, 2014: 124).

Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini, Religiusitas (R_1), Literasi Keuangan (LK_2), dan Loyalitas (LN) sebagai variabel dependen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structural Equation Model* (SEM). *Structural Equation Model* (SEM) adalah teknik statistik multivariat yang menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi (korelasi). Metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah estimasi kemungkinan maksimum. Metode ini bekerja dengan baik untuk ukuran sampel dari 150 hingga 400 data (Santoso, 2014: 74). *Software* yang digunakan adalah Amos 22. Amos (*Analisis of moment structures*) adalah salah satu *software* untuk melakukan analisis struktural. Selain itu penelitian ini juga menggunakan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) untuk keperluan deskripsi data. Secara umum, sebuah model SEM dapat dibagi menjadi dua, yaitu: model pengukuran (*Measurement Model*) model struktural (*Structural Model*) (Santoso, 2014: 14). Penelitian ini direncanakan berlangsung mulai bulan Oktober 2025.

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Data responden diperoleh dari hasil sebaran kuesioner yang dilakukan secara online (melalui link: <https://tinyurl.com/PutriRizkina>) pada 01 September – 30 November 2025. Responden yang ditemukan pada penelitian ini berjumlah 254 sampel dengan karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis

kelamin, usia, status nasabah apa pada Bank Syariah, waktu menjadi nasabah Bank Syariah di Aceh, dan jenis layanan. Berdasarkan klasifikasi responden tersebut memperoleh karakteristik responden pada penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis kelamin:		
	▪ Laki-laki	82	32,28
	▪ Perempuan	172	67,72
	Jumlah	254	100
2.	Usia:		
	▪ <20 Tahun	79	31,1
	▪ 20-29 Tahun	103	40,55
	▪ 30-39 Tahun	43	16,93
	▪ 40-49 Tahun	15	5,9
	▪ 50-59 Tahun	10	3,94
	▪ 60+ Tahun	4	1,57
	Jumlah	254	100
3.	status nasabah memiliki lebih dari satu buku tabungan Bank Syariah:		
	▪ Ada	211	83,07
	▪ Tidak	43	16,93
	Jumlah	254	100
4.	Jangka waktu menjadi nasabah Bank Syariah		
	▪ 2 Tahun	43	20,8
	▪ 3 Tahun	24	11,6
	▪ 4 Tahun	30	14,5
	▪ 5+	86	41,5
		24	11,6
	Jumlah	254	100
5.	Jenis jenis layanan Bank Syariah		
	▪ Tabungan	247	43,8
	▪ Pembiayaan	60	10,6
	▪ Transaksi	119	21,1
	▪ Bisnis	41	7,3
	▪ Haji dan Umroh	31	5,5
	▪ Investasi	35	6,2
	▪ Emas	20	3,5
	▪ Prioritas	11	2
	Jumlah	564	100

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dirangkum dalam Tabel 1. terdapat 254 responden diketahui bahwa responden perempuan mendominasi dengan jumlah 172 perempuan dan sisanya berjumlah 82 laki-laki. Dari 254 responden terdapat perbedaan rentang usia yaitu: kurang dari 20 tahun berjumlah 79, 20-29 tahun berjumlah 103, 30-39 berjumlah 43, 40-49 tahun berjumlah 15, usia 50-59 tahun berjumlah 10, dan usia 60+ tahun berjumlah 4 orang. Dan di antaranya terdapat 211 orang yang memiliki lebih dari satu rekening tabungan Bank Syariah sisanya 43 orang yang hanya satu rekening tabungan Bank Syariah. Berdasarkan jangka waktu mereka setelah menjadi nasabah yaitu: 1 tahun berjumlah 20, 2 tahun berjumlah 39, 3 tahun berjumlah 30, 4 tahun berjumlah, dan diatas 5 berjumlah 86 orang. Berdasarkan Tabel 4.1 juga

dapat diketahui bahwa jenis layanan yang paling banyak digunakan adalah tabungan dengan jumlah 247 orang kemudian diikuti transaksi 119 orang, pembiayaan 60 orang, bisnis 41 orang, investasi 35 orang, haji dan umroh 31 orang, emas 20 orang, dan prioritas 11 orang.

B. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian diperlukan untuk melihat karakteristik data yang meliputi jumlah sampel, skor minimum, skor maximum, rata-rata, dan standar deviasi sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Deskriptif Data

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Religiusitas	254	1.00	5.00	4,38	0,0665
Literasi Keuangan	254	1.00	5.00	4,31	0,0199
Loyalitas Nasabah	254	1.00	5.00	4,27	0,0520
Valid N (listwise)	254				

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2. diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai minimum 1.00 dan nilai maksimum 5.00. Variabel religiusitas memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,38 dan standar deviasi 0,0665. Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,31 dan standar deviasi 0,0199. Variabel Loyalitas Nasabah memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,27 dan standar deviasi 0,0520. Berdasarkan rumus di atas, maka penentuan interval kelas untuk variabel penelitian adalah sebagai berikut:

$$\text{interval kelas} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

C. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Distribusi Jawaban Responden terhadap Religiusitas (R₁)

Variabel kondisi fasilitas pada penelitian ini dianalisis 5 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan religiusitas dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Persepsi Responden terhadap Religiusitas

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Mean
1.	R 1	4	3	19	117	111	4,3
2.	R 2	2	-	10	114	128	4,4
3.	R 3	3	-	15	115	121	4,4
4.	R 4	3	3	13	123	112	4,3
5.	R 5	2	-	4	126	122	4,4
Rata-rata							4,38

Ket: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dan Netral (N)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel religiusitas menunjukkan angka sebesar 4,38 yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan religiusitas berkategori sangat baik.

2. Distribusi Jawaban Responden terhadap Literasi Keuangan (LK_s)

Variabel niat pada penelitian ini dianalisis dengan 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan niat dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 4. berikut ini:

Tabel 4. Persepsi Responden terhadap Literasi Keuangan

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Mean
1.	LK 1	2	2	20	125	105	4,3
2.	LK 2	2	-	15	131	106	4,3
3.	LK 3	3	1	15	135	100	4,3
4.	LK 4	1	-	20	134	99	4,3
Rata-rata							4,31

Ket: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dan Netral (N)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel niat menunjukkan angka sebesar 4.31, yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan niat berkategori sangat baik.

3. Distribusi Jawaban Responden terhadap Loyalitas Nasabah (LN)

Variabel perilaku pada penelitian ini dianalisis dengan 5 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan perilaku dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 5. berikut ini:

Tabel 5. Persepsi Responden terhadap Loyalitas Nasabah

No.	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Mean
1.	LN 1	4	6	21	19	194	4.2
2.	LN 2	3	3	19	124	105	4.3
3.	LN 3	2	-	27	134	91	4,2
4.	LN 4	2	1	14	141	96	4,3
5.	LN 5	2	-	13	133	106	4,3
Rata-rata							4,27

Ket: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dan Netral (N)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5. diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 5 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku menunjukkan angka sebesar 4.27, yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan Loyalitas Nasabah berkategori sangat baik.

Tabel 6. Hasil Presentase Variabel

Variabel	Mean	Persentase	Kategori
Religiusitas	4,38	87,6%	Sangat Baik
Literasi Keuangan	4,31	86,2%	Sangat Baik
Loyalitas Nasabah	4,27	85,4%	Sangat Baik

Rumus Regresi:

$$LN = \alpha + \beta_1(R) + \beta_2(L) + \varepsilon$$

Interpretasi Singkat

- $\beta_1 > 0$: tingkat religiusitas memperkuat loyalitas terhadap bank syariah
- $\beta_2 > 0$: literasi keuangan yang baik meningkatkan loyalitas nasabah

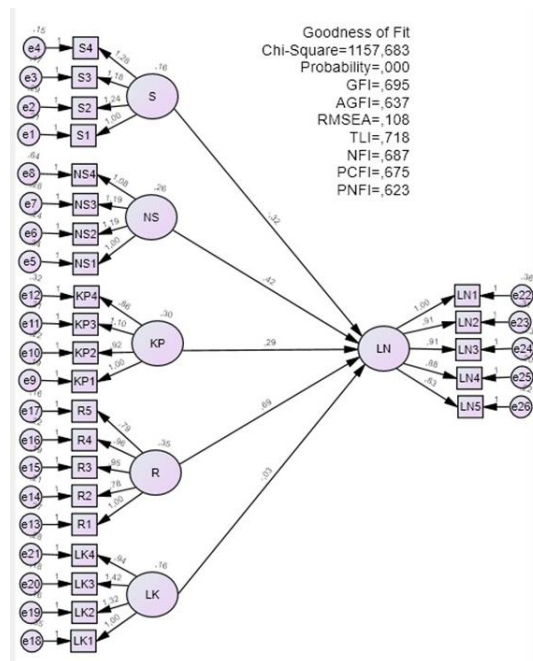
D. Analisis Output dengan *Structural Equation Model (SEM)* Menggunakan Amos

1. Membuat *Structural Equation Model (SEM)* Sesuai Teori

Penelitian meliputi beberapa variabel yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen terdiri atas 2 variabel yaitu Religiusitas (R_1) dan Literasi Keuangan (LK_2) dan Variabel endogen Loyalitas Nasabah (LN_3). Variabel eksogen melibatkan 9 indikator dan variabel endogen melibatkan 5 indikator.

2. Membuat *Path Diagram*

Path Diagram merupakan model teoritis yang telah dibangun pada langkah pertama akan digambarkan dalam sebuah *path diagram* sehingga mempermudah peneliti melihat hubungan–hubungan kausalitas yang ingin diujinya (Waluyo, 2016: 22). Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini maka hubungan kausal antara variabel eksogen dan endogen digambarkan dalam *path diagram* sebagaimana pada Gambar 1.



Gambar 1. *path diagram* hubungan kausal antara variabel eksogen dan endogen

3. Uji Validitas

Uji Validitas dengan uji CFA (Uji Validitas Konstruk) yang mengukur mampu atau tidaknya indikator merefleksikan variabel latennya. Pada bagian *estimate* yang dibaca adalah *critical ratio* dan probabilitinya, dikatakan memenuhi kriteria bila *critical ratio* > 1,96 dan probability < 0,05 dan tanda bintang tiga (***) berarti signifikan sebagaimana dalam Tabel 7

Tabel 7. Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

No.	Variabel	Indikator	Estimate	S.E.	C.R.	P
1	Religiousitas	R1 <--- R	1,000			
		R2 <--- R	,780	,070	11,129	***
		R3 <--- R	,945	,075	12,613	***
		R4 <--- R	,957	,077	12,382	***
		R5 <--- R	,786	,066	11,914	***
2	Literasi Keuangan	LK1 <--- LK	1,000			
		LK2 <--- LK	1,325	,165	8,046	***
		LK3 <--- LK	1,421	,191	7,458	***
		LK4 <--- LK	,941	,139	6,776	***
3	Loyalitas Nasabah	LN1 <--- LN	1,000			
		LN2 <--- LN	,913	,093	9,801	***
		LN3 <--- LN	,912	,088	10,308	***
		LN4 <--- LN	,884	,085	10,410	***
		LN5 <--- LN	,833	,083	10,070	***

Keterangan: *** = 0,001

Sumber: Data diolah, 2025

Selanjutnya dilakukan analisis uji validitas dengan uji konvergen validitas yaitu menguji konstruk memiliki proporsi varian yang tinggi atau tidak. Pengujian validitas konstruk dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis confirmatory factor analysis (CFA) dengan memperhatikan nilai standardized loading estimate. Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading factor $\geq 0,50$, yang menunjukkan bahwa indikator tersebut mampu merepresentasikan konstruk laten secara memadai (Hair et al., 2019; Kline, 2023).

Tabel 8. Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

No.	Variabel	Indikator	Estimate	Keterangan
1	Religiousitas	R1 <--- R	,751	Valid
		R2 <--- R	,710	Valid
		R3 <--- R	,791	Valid
		R4 <--- R	,770	Valid
		R5 <--- R	,759	Valid
2	Literasi Keuangan	LK1 <--- LK	,553	Valid
		LK2 <--- LK	,791	Valid
		LK3 <--- LK	,800	Valid
		LK4 <--- LK	,576	Valid
3	Loyalitas Nasabah	LN1 <--- LN	,640	Valid
		LN2 <--- LN	,633	Valid
		LN3 <--- LN	,687	Valid
		LN4 <--- LN	,704	Valid
		LN5 <--- LN	,670	Valid

Sumber: Hasil Pengujian, 2025

Berdasarkan hasil pengujian sebagaimana pada Tabel 8 semua nilai *standardized loading estimate* lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan sudah memenuhi kriteria pengujian validitas.

4. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Construct Reliability* dari masing-masing variabel. Uji reabilitas untuk menguji keandalan dan konsistensi data. Dianggap memenuhi kriteria jika konstruk reabilitinya $> 0,7$ (Waluyo, 2016: 37). Rumus yang digunakan untuk menghitung reliabilitas konstruk adalah sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Keterangan:

Std. Loading: diperoleh langsung dari *standardized loading* untuk tiap–tiap indikator. ϵ : adalah *measurement error* dari tiap–tiap indikator. *Measurement error* adalah sama dengan 1.

Tabel 9. *Construct Reliability*

Variabel	<i>Construct Reliability</i>	Alpa	Keterangan
R4	0,93	0,7	Reliabel
LK5	0,88	0,7	Reliabel
LN	0,89	0,7	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2025

Dari Tabel 9. menunjukkan bahwa semua indikator reliabel dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Construct Reliability* masing-masing indikator berada di atas 0,7.

E. Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Temuan ini dibuktikan melalui hasil pengujian Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan AMOS, di mana diperoleh nilai estimate sebesar 0,691, nilai Standard Error (S.E) sebesar 0,096, nilai Critical Ratio (C.R) sebesar 7,180, serta nilai probabilitas (p-value) yang menunjukkan tingkat signifikansi tinggi (***), sehingga lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah dapat diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap bank syariah. Religiusitas mencerminkan tingkat pemahaman, keyakinan, serta pengamalan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan keuangan. Nasabah dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memiliki komitmen

yang lebih kuat untuk menggunakan dan mempertahankan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Secara defensif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah bank syariah tidak hanya dibangun atas dasar pertimbangan rasional dan fungsional, tetapi juga dipengaruhi secara kuat oleh nilai-nilai spiritual dan keyakinan religius. Bagi nasabah yang memiliki religiusitas tinggi, penggunaan layanan bank syariah dipandang sebagai bagian dari pengamalan ajaran agama, sehingga loyalitas yang terbentuk bersifat lebih mendalam dan berjangka panjang. Kondisi ini menjelaskan tingginya koefisien pengaruh religiusitas dibandingkan variabel lain dalam model penelitian.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep perilaku konsumen dalam perspektif Islam yang menekankan bahwa keputusan ekonomi seorang muslim tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada pencapaian nilai mardhatillah atau keridaan Allah SWT. Dengan demikian, religiusitas berperan sebagai faktor internal yang memperkuat konsistensi perilaku nasabah dalam memilih dan tetap setia pada lembaga keuangan syariah.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa religiusitas merupakan determinan utama dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah. Oleh karena itu, pihak bank syariah perlu menjaga dan memperkuat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, meningkatkan transparansi akad, serta mengedepankan nilai-nilai keislaman dalam setiap aspek pelayanan. Upaya tersebut diharapkan mampu mempertahankan loyalitas nasabah secara berkelanjutan dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

F. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan AMOS, di mana diperoleh nilai estimate sebesar $-0,035$, nilai Standard Error (S.E) sebesar $0,108$, nilai Critical Ratio (C.R) sebesar $-0,322$, serta nilai probabilitas (p-value) sebesar $0,748$, yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah tidak dapat diterima.

Meskipun arah koefisien menunjukkan hubungan negatif, hasil tersebut tidak menunjukkan adanya pengaruh yang berarti secara statistik, sehingga literasi keuangan belum dapat dianggap sebagai faktor penentu langsung dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman nasabah mengenai konsep, produk, dan mekanisme keuangan, termasuk keuangan syariah, belum secara langsung mendorong perilaku loyal dalam jangka panjang.

Secara defensif, temuan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik loyalitas nasabah yang lebih banyak dipengaruhi oleh faktor pengalaman dan nilai yang dirasakan, seperti kualitas layanan, kemudahan transaksi, kepercayaan, serta kesesuaian nilai religius. Nasabah dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung bersikap lebih rasional dan kritis dalam mengevaluasi berbagai alternatif layanan perbankan, sehingga loyalitas mereka tidak terbentuk semata-mata berdasarkan pemahaman finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh manfaat nyata yang mereka rasakan dalam penggunaan layanan bank syariah.

Secara teoritis, literasi keuangan lebih berperan dalam membantu individu membuat keputusan keuangan yang tepat pada tahap pemilihan dan penggunaan produk, namun tidak selalu berimplikasi langsung terhadap perilaku loyal. Dalam konteks bank syariah, pemahaman terhadap konsep keuangan syariah dapat mendorong nasabah untuk memilih produk yang sesuai, tetapi loyalitas memerlukan faktor tambahan berupa kepuasan, kepercayaan, serta keterikatan emosional dan spiritual terhadap lembaga keuangan tersebut.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan belum menjadi determinan utama dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah, sehingga pihak bank syariah perlu memadukan upaya peningkatan literasi dengan strategi peningkatan kualitas layanan, penguatan nilai syariah, serta penciptaan pengalaman nasabah yang positif. Pendekatan ini diharapkan mampu mendorong terbentuknya loyalitas nasabah secara lebih efektif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas masyarakat muslim dalam pembelian *online* dipengaruhi:

1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dan menjadi variabel dengan pengaruh paling kuat dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai religius dan keyakinan spiritual memainkan peran dominan dalam membentuk komitmen jangka panjang nasabah terhadap bank syariah, di mana penggunaan layanan perbankan syariah dipandang sebagai bagian dari pengamalan ajaran agama.
2. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman nasabah mengenai konsep dan produk keuangan belum menjadi faktor penentu langsung dalam membentuk loyalitas.
3. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah bank syariah dibentuk oleh kombinasi faktor internal, sosial, dan spiritual, di mana religiusitas memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan faktor kognitif seperti literasi keuangan.

REFERENSI

- Bank Aceh Syariah. (2024). *Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah 2024*. Banda Aceh: BAS.
- Battaglia, Michael p. 2008. *Non Probability Sampling Encyclopedya of survey research method*. Sage publication. Diakses pada tanggal 19 September 2025 dari <https://edge.sagepub.com/system/files/Ch5NonprobabilitySampling.pdf>.
- BPS. 2024. *Aceh Dalam Angka*. BPS Provinsi Aceh. Diakses pada tanggal 19 September 2025 dari <https://aceh.bps.go.id/publication/2024/02/28/9a8a3c2e62d9b541aba178db/provinsi-aceh-dalam-angka-2024.html>
- Hapsari, M. R. (2022). Literasi Keuangan dan Preferensi Nasabah terhadap Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 7(3), 123-130.
- Irawan, D., & Lestari, S. (2023). Religiosity and Customer Trust in Strengthening Loyalty Toward Islamic Banking Products in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing and Finance*, 5(2), 112–126. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2025, Dari <https://doi.org/10.26740/jimf.v5i2.2023>
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- OJK. (2024). *Statistik Perbankan Syariah 2024*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling (5th ed.)*. New York: Guilford Press.
- OJK. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024*. Diakses pada tanggal 19 September 2025, dari [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- OJK. (2025). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2025*. Diakses pada tanggal 19 September 2025 <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>
- Santoso, Singgih. 2014. *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 22*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Waluyo, Minto. 2016. *Mudah cepat tepat penggunaan tools Amos dalam aplikasi SEM*. UPN Veteran: Jawa Timur.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, dengan total populasi sebanyak 244.213 juta jiwa pada Maret 2025. Perbankan syariah di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024), total aset perbankan syariah nasional mencapai lebih dari Rp 849 triliun, dengan pertumbuhan tahunan sekitar 13,5%. Perkembangan data mutakhir memperkuat urgensi penelitian ini. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 mencatat indeks literasi keuangan nasional sebesar 65,43% dan inklusi keuangan 75,02%. Namun, literasi keuangan syariah hanya 39,11%, dengan inklusi syariah 12,88% (OJK, 2024). Pada 2025, angka ini naik: literasi keuangan nasional menjadi 66,46% dan inklusi 80,51%, sedangkan literasi keuangan syariah mencapai 43,42% dan inklusi syariah 13,41% (OJK, 2025). Angka tersebut menunjukkan kemajuan, tetapi kesenjangan antara keuangan konvensional dan syariah masih lebar.

Aspek religiusitas dan literasi keuangan menjadi faktor penting dalam konteks perbankan syariah. Religiusitas menggambarkan sejauh mana nilai-nilai agama memengaruhi keputusan individu. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih layanan keuangan syariah karena dianggap sejalan dengan prinsip agama. Literasi keuangan, di sisi lain, mencakup pemahaman individu tentang produk dan manfaat layanan keuangan syariah. Rendahnya literasi keuangan sering kali menjadi penghambat bagi masyarakat untuk memahami keunggulan produk syariah dibandingkan produk konvensional (Hapsari, 2022).

Provinsi Aceh, sebagai daerah yang menerapkan Qanun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sejak 2019, menjadi wilayah unik dalam konteks pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Berdasarkan laporan Bank Aceh Syariah (2024), seluruh aktivitas keuangan di Aceh telah beralih ke sistem syariah. Dengan kata lain, seluruh masyarakat Aceh yang memanfaatkan jasa perbankan wajib untuk bertransaksi menggunakan Bank Syariah namun tingkat loyalitas nasabah masih menghadapi tantangan. Banyak nasabah berpindah rekening atau kurang aktif menggunakan produk syariah setelah proses konversi, menunjukkan bahwa kepatuhan regulatif belum sepenuhnya berbanding lurus dengan loyalitas perilaku. Loyalitas nasabah merupakan faktor kunci bagi keberlangsungan lembaga keuangan.

Hasil survei SNLIK 2025 menunjukkan indeks literasi keuangan syariah Indonesia mencapai 41,10%, meningkat dibandingkan 39,11% pada 2022. Meski demikian, masih terdapat kesenjangan antara

literasi dan loyalitas, terutama di wilayah dengan penerapan sistem syariah total seperti Aceh. Artinya, tingkat literasi dan religiusitas yang tinggi belum otomatis menciptakan loyalitas yang kuat terhadap bank syariah. Kondisi ini diperkuat oleh temuan Bank Aceh Syariah (2024) bahwa sebagian nasabah membuka rekening syariah karena kebijakan pemerintah daerah, bukan karena pemahaman penuh atas manfaat produk berbasis syariah. Fenomena ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan syariah yang rendah dan motivasi eksternal (bukan internal) dapat menghambat terbentuknya loyalitas yang sejati. Faktor lainnya yang juga relevan adalah religiusitas, yang mencerminkan hubungan emosional dan spiritual seseorang terhadap ajaran Islam. Berdasarkan studi Irawan & Lestari (2023), religiusitas terbukti memengaruhi kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap produk perbankan syariah.

Di Aceh, religiusitas masyarakat yang tinggi seharusnya menjadi potensi besar dalam memperkuat loyalitas terhadap lembaga keuangan berbasis syariah. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana dua variabel tersebut memengaruhi loyalitas nasabah bank syariah di Aceh, baik di Bank Aceh Syariah, Bank Syariah Indonesia (BSI), maupun Unit Usaha Syariah (UUS) lainnya.

Berdasarkan uraian di atas penulis bermaksud untuk menguji seberapa jauh indikator religiusitas, dan literasi keuangan, mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Aceh.”***

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menguji teori melalui pengujian hubungan antarvariabel dengan menggunakan data numerik serta analisis statistik guna memperoleh kesimpulan yang bersifat objektif dan terukur (Creswell & Creswell, 2018; Hair et al., 2019). Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait data dalam bentuk program numerik atau statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Aceh yang memenuhi syarat dan ketentuan sebagai nasabah Bank Syariah. Adapun syarat dan ketentuan menjadi nasabah adalah penduduk yang memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Berdasarkan data statistik Aceh Dalam Angka tahun 2024 tercatat bahwa Masyarakat Aceh yang berusia 20 (dua puluh) hingga 60+ (enam puluh tahun lebih) ada sebanyak 3.510.188 jiwa (BPS, 2024), dan ini juga merupakan rentang usia yang memiliki KTP dan NPWP yang menjadi persyaratan dalam menjadi nasabah Bank Syariah. Dengan demikian perkiraan populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Aceh pada rentang usia 20-60+ tahun.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu salah satu bentuk non-probability sampling yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif ketika peneliti menetapkan kriteria tertentu agar sampel sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh responden yang memiliki karakteristik relevan dan mampu merepresentasikan populasi yang diteliti secara konseptual (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016; Creswell & Creswell, 2018). Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan orang yang berpotensi menjadi nasabah maupun yang telah menjadi nasabah Bank Syariah dengan karakteristiknya mampu mewakili populasi, yaitu 1) Muslim; 2) Memenuhi persyaratan sebagai Nasabah Bank Syariah, 3) Masyarakat Aceh, 4) Memiliki informasi tentang Bank Syariah, 4) Bersedia memberikan jawaban secara jujur melalui kuesioner penelitian.

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang sesuai dengan variabel yang diteliti. Instrumen penelitian ini disusun secara sistematis melalui tahapan: (1) penentuan indikator berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, (2) penyusunan butir pertanyaan sesuai indikator, (3) penggunaan skala Likert 5 poin sebagai alat ukur, serta (4) pengujian validitas dan reliabilitas instrumen sebelum digunakan secara penuh dalam pengumpulan data. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala pengukuran diperlukan untuk mengkuantitatifkan data kualitatif seperti halnya sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, religiusitas, loyalitas nasabah Bank Syariah di Aceh. Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas dengan menganalisis nilai *loading factor*. Jika nilai *loading factor* lebih besar dari 0,5, indikator tersebut dianggap valid. (Santoso, 2014: 124).

Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini, Religiusitas (R_1), Literasi Keuangan (LK_2), dan Loyalitas(LN) sebagai variabel dependen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structural Equation Model* (SEM). *Structural Equation Model* (SEM) adalah teknik statistik multivariat yang menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi (korelasi). Metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah estimasi kemungkinan maksimum. Metode ini bekerja dengan baik untuk ukuran sampel dari 150 hingga 400 data (Santoso, 2014: 74). *Software* yang digunakan adalah Amos 22. Amos (*Analisis of moment structures*) adalah salah satu *software* untuk melakukan analisis struktural. Selain itu penelitian ini juga menggunakan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) untuk keperluan deskripsi data. Secara umum, sebuah model SEM dapat dibagi menjadi dua, yaitu: model pengukuran (*Measurement Model*) model struktural (*Structural Model*) (Santoso, 2014: 14). Penelitian ini direncanakan berlangsung mulai bulan Oktober 2025.

PEMBAHASAN

G. Deskripsi Data

Data responden diperoleh dari hasil sebaran kuesioner yang dilakukan secara online (melalui link: <https://tinyurl.com/PutriRizkina>) pada 01 September – 30 November 2025. Responden yang ditemukan pada penelitian ini berjumlah 254 sampel dengan karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, status nasabah apa pada Bank Syariah, waktu menjadi nasabah Bank Syariah di Aceh, dan jenis layanan. Berdasarkan klasifikasi responden tersebut memperoleh karakteristik responden pada penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis kelamin:		
	▪ Laki-laki	82	32,28
	▪ Perempuan	172	67,72
	Jumlah	254	100
2.	Usia:		
	▪ <20 Tahun	79	31,1
	▪ 20-29 Tahun	103	40,55
	▪ 30-39 Tahun	43	16,93
	▪ 40-49 Tahun	15	5,9
	▪ 50-59 Tahun	10	3,94
	▪ 60+ Tahun	4	1,57
	Jumlah	254	100
3.	status nasabah memiliki lebih dari satu buku tabungan Bank Syariah:		
	▪ Ada	211	83,07
	▪ Tidak	43	16,93
	Jumlah	254	100
4.	Jangka waktu menjadi nasabah Bank Syariah		
	▪ 2 Tahun	43	20,8
	▪ 3 Tahun	24	11,6
	▪ 4 Tahun	30	14,5
	▪ 5+	86	41,5
		24	11,6
	Jumlah	254	100
5.	Jenis jenis layanan Bank Syariah		
	▪ Tabungan	247	43,8
	▪ Pembiayaan	60	10,6

	▪ Transaksi ▪ Bisnis ▪ Haji dan Umroh ▪ Investasi ▪ Emas ▪ Prioritas	119	21,1
		41	7,3
		31	5,5
		35	6,2
		20	3,5
		11	2
	Jumlah	564	100

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dirangkum dalam Tabel 1. terdapat 254 responden diketahui bahwa responden perempuan mendominasi dengan jumlah 172 perempuan dan sisanya berjumlah 82 laki-laki. Dari 254 responden terdapat perbedaan rentang usia yaitu: kurang dari 20 tahun berjumlah 79, 20-29 tahun berjumlah 103, 30-39 berjumlah 43, 40-49 tahun berjumlah 15, usia 50-59 tahun berjumlah 10, dan usia 60+ tahun berjumlah 4 orang. Dan di antaranya terdapat 211 orang yang memiliki lebih dari satu rekening tabungan Bank Syariah sisanya 43 orang yang hanya satu rekening tabungan Bank Syariah. Berdasarkan jangka waktu mereka setelah menjadi nasabah yaitu: 1 tahun berjumlah 20, 2 tahun berjumlah 39, 3 tahun berjumlah 30, 4 tahun berjumlah, dan diatas 5 berjumlah 86 orang. Berdasarkan Tabel 4.1 juga dapat diketahui bahwa jenis layanan yang paling banyak digunakan adalah tabungan dengan jumlah 247 orang kemudian diikuti transaksi 119 orang, pembiayaan 60 orang, bisnis 41 orang, investasi 35 orang, haji dan umroh 31 orang, emas 20 orang, dan prioritas 11 orang.

H. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian diperlukan untuk melihat karakteristik data yang meliputi jumlah sampel, skor minimum, skor maximum, rata-rata, dan standar deviasi sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Deskriptif Data

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Religiusitas	254	1.00	5.00	4,38	0,0665
Literasi Keuangan	254	1.00	5.00	4,31	0,0199
Loyalitas Nasabah	254	1.00	5.00	4,27	0,0520
Valid N (listwise)	254				

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2. diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai minimum 1.00 dan nilai maksimum 5.00. Variabel religiusitas memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,38 dan standar deviasi 0,0665. Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,31 dan standar deviasi 0,0199. Variabel Loyalitas Nasabah memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,27 dan standar deviasi 0,0520. Berdasarkan rumus di atas, maka penentuan interval kelas untuk variabel penelitian adalah sebagai berikut:

$$interval\ kelas = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

I. Deskripsi Variabel Penelitian

4. Distribusi Jawaban Responden terhadap Religiusitas (R₁)

Variabel kondisi fasilitas pada penelitian ini dianalisis 5 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan religiusitas dapat

dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Persepsi Responden terhadap Religiusitas

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Mean
1.	R 1	4	3	19	117	111	4,3
2.	R 2	2	-	10	114	128	4,4
3.	R 3	3	-	15	115	121	4,4
4.	R 4	3	3	13	123	112	4,3
5.	R 5	2	-	4	126	122	4,4
Rata-rata							4,38

Ket: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dan Netral (N)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel religiusitas menunjukkan angka sebesar 4,38 yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan religiusitas berkategori sangat baik.

5. Distribusi Jawaban Responden terhadap Literasi Keuangan (LK₅)

Variabel niat pada penelitian ini dianalisis dengan 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan niat dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 4. berikut ini:

Tabel 4. Persepsi Responden terhadap Literasi Keuangan

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Mean
1.	LK 1	2	2	20	125	105	4,3
2.	LK 2	2	-	15	131	106	4,3
3.	LK 3	3	1	15	135	100	4,3
4.	LK 4	1	-	20	134	99	4,3
Rata-rata							4,31

Ket: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dan Netral (N)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel niat menunjukkan angka sebesar 4.31, yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan niat berkategori sangat baik.

6. Distribusi Jawaban Responden terhadap Loyalitas Nasabah (LN)

Variabel perilaku pada penelitian ini dianalisis dengan 5 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan perilaku dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 5. berikut ini:

Tabel 5. Persepsi Responden terhadap Loyalitas Nasabah

No.	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Mean
-----	-----------	-----	----	---	---	----	------

1.	LN 1	4	6	21	19	194	4,2
2.	LN 2	3	3	19	124	105	4,3
3.	LN 3	2	-	27	134	91	4,2
4.	LN 4	2	1	14	141	96	4,3
5.	LN 5	2	-	13	133	106	4,3
Rata-rata							4,27

Ket: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dan Netral (N)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5. diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 5 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku menunjukkan angka sebesar 4.27, yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan Loyalitas Nasabah berkategori sangat baik.

Tabel 6. Hasil Presentase Variabel

Variabel	Mean	Persentase	Kategori
Religiusitas	4,38	87,6%	Sangat Baik
Literasi Keuangan	4,31	86,2%	Sangat Baik
Loyalitas Nasabah	4,27	85,4%	Sangat Baik

Rumus Regresi:

$$LN = \alpha + \beta_1(R) + \beta_2(L) + \varepsilon$$

Interpretasi Singkat

- c. $\beta_1 > 0$: tingkat religiusitas memperkuat loyalitas terhadap bank syariah
- d. $\beta_2 > 0$: literasi keuangan yang baik meningkatkan loyalitas nasabah

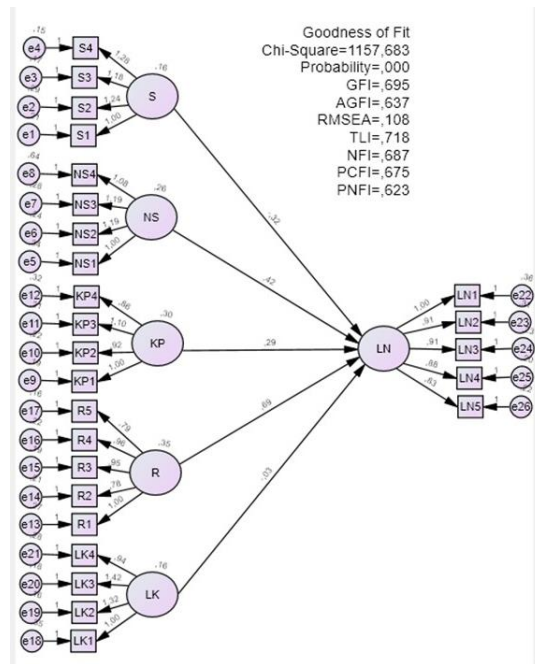
J. Analisis Output dengan *Structural Equation Model* (SEM) Menggunakan Amos

1. Membuat *Structural Equation Model* (SEM) Sesuai Teori

Penelitian meliputi beberapa variabel yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen terdiri atas 2 variabel yaitu Religiusitas (R_1) dan Literasi Keuangan (LK_2) dan Variabel endogen Loyalitas Nasabah (LN_3). Variabel eksogen melibatkan 9 indikator dan variabel endogen melibatkan 5 indikator.

2. Membuat *Path Diagram*

Path Diagram merupakan model teoritis yang telah dibangun pada langkah pertama akan digambarkan dalam sebuah *path diagram* sehingga mempermudah peneliti melihat hubungan–hubungan kausalitas yang ingin diujinya (Waluyo, 2016: 22). Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini maka hubungan kausal antara variabel eksogen dan endogen digambarkan dalam *path diagram* sebagaimana pada Gambar 1.



Gambar 1. *path diagram* hubungan kausal antara variabel eksogen dan endogen

3. Uji Validitas

Uji Validitas dengan uji CFA (Uji Validitas Konstruk) yang mengukur mampu atau tidaknya indikator merefleksikan variabel latennya. Pada bagian *estimate* yang dibaca adalah *critical ratio* dan probabilitinya, dikatakan memenuhi kriteria bila *critical ratio* > 1,96 dan probability < 0,05 dan tanda bintang tiga (***) berarti signifikan sebagaimana dalam Tabel 7

Tabel 7. *Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*

No.	Variabel	Indikator	Estimate	S.E.	C.R.	P
1	Religiousitas	R1 <--- R	1,000			
		R2 <--- R	,780	,070	11,129	***
		R3 <--- R	,945	,075	12,613	***
		R4 <--- R	,957	,077	12,382	***
		R5 <--- R	,786	,066	11,914	***
2	Literasi Keuangan	LK1 <--- LK	1,000			
		LK2 <--- LK	1,325	,165	8,046	***
		LK3 <--- LK	1,421	,191	7,458	***
		LK4 <--- LK	,941	,139	6,776	***
3	Loyalitas Nasabah	LN1 <--- LN	1,000			
		LN2 <--- LN	,913	,093	9,801	***
		LN3 <--- LN	,912	,088	10,308	***
		LN4 <--- LN	,884	,085	10,410	***
		LN5 <--- LN	,833	,083	10,070	***

Keterangan: *** = 0,001

Sumber: Data diolah, 2025

Selanjutnya dilakukan analisis uji validitas dengan uji konvergen validitas yaitu menguji konstruk memiliki proporsi varian yang tinggi atau tidak. Pengujian validitas konstruk dalam penelitian ini

dilakukan melalui analisis confirmatory factor analysis (CFA) dengan memperhatikan nilai *standardized loading estimate*. Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor* $\geq 0,50$, yang menunjukkan bahwa indikator tersebut mampu merepresentasikan konstruk laten secara memadai (Hair et al., 2019; Kline, 2023).

Tabel 8. *Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*

No.	Variabel	Indikator	Estimate	Keterangan
1	Religiousitas	R1 <--- R	,751	Valid
		R2 <--- R	,710	Valid
		R3 <--- R	,791	Valid
		R4 <--- R	,770	Valid
		R5 <--- R	,759	Valid
2	Literasi Keuangan	LK1 <--- LK	,553	Valid
		LK2 <--- LK	,791	Valid
		LK3 <--- LK	,800	Valid
		LK4 <--- LK	,576	Valid
3	Loyalitas Nasabah	LN1 <--- LN	,640	Valid
		LN2 <--- LN	,633	Valid
		LN3 <--- LN	,687	Valid
		LN4 <--- LN	,704	Valid
		LN5 <--- LN	,670	Valid

Sumber: Hasil Pengujian, 2025

Berdasarkan hasil pengujian sebagaimana pada Tabel 8 semua nilai *standardized loading estimate* lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan sudah memenuhi kriteria pengujian validitas.

4. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Construct Reliability* dari masing-masing variabel. Uji reabilitas untuk menguji keandalan dan konsistensi data. Dianggap memenuhi kriteria jika konstruk reabilitinya $> 0,7$ (Waluyo, 2016: 37). Rumus yang digunakan untuk menghitung reliabilitas konstruk adalah sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Keterangan:

Std. Loading: diperoleh langsung dari *standardized loading* untuk tiap–tiap indikator. ϵ : adalah *measurement error* dari tiap–tiap indikator. *Measurement error* adalah sama dengan 1.

Tabel 9. *Construct Reliability*

Variabel	Construct Reliability	Alpa	Keterangan
----------	-----------------------	------	------------

R4	0,93	0,7	Reliabel
LK5	0,88	0,7	Reliabel
LN	0,89	0,7	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2025

Dari Tabel 9. menunjukkan bahwa semua indikator reliabel dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Construct Reliability* masing-masing indikator berada di atas 0,7.

K. Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Temuan ini dibuktikan melalui hasil pengujian Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan AMOS, di mana diperoleh nilai estimate sebesar 0,691, nilai Standard Error (S.E) sebesar 0,096, nilai Critical Ratio (C.R) sebesar 7,180, serta nilai probabilitas (p-value) yang menunjukkan tingkat signifikansi tinggi (***), sehingga lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah dapat diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap bank syariah. Religiusitas mencerminkan tingkat pemahaman, keyakinan, serta pengamalan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan keuangan. Nasabah dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memiliki komitmen yang lebih kuat untuk menggunakan dan mempertahankan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Secara defensif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah bank syariah tidak hanya dibangun atas dasar pertimbangan rasional dan fungsional, tetapi juga dipengaruhi secara kuat oleh nilai-nilai spiritual dan keyakinan religius. Bagi nasabah yang memiliki religiusitas tinggi, penggunaan layanan bank syariah dipandang sebagai bagian dari pengamalan ajaran agama, sehingga loyalitas yang terbentuk bersifat lebih mendalam dan berjangka panjang. Kondisi ini menjelaskan tingginya koefisien pengaruh religiusitas dibandingkan variabel lain dalam model penelitian.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep perilaku konsumen dalam perspektif Islam yang menekankan bahwa keputusan ekonomi seorang muslim tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada pencapaian nilai mardhatillah atau keridaan Allah SWT. Dengan demikian, religiusitas berperan sebagai faktor internal yang memperkuat konsistensi perilaku nasabah dalam memilih dan tetap setia pada lembaga keuangan syariah.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa religiusitas merupakan determinan utama dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah. Oleh karena itu, pihak bank syariah perlu menjaga dan memperkuat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, meningkatkan transparansi akad, serta mengedepankan nilai-nilai keislaman dalam setiap aspek pelayanan. Upaya tersebut diharapkan mampu mempertahankan loyalitas nasabah secara berkelanjutan dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

L. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan AMOS, di mana diperoleh nilai estimate sebesar -0,035, nilai Standard

Error (S.E) sebesar 0,108, nilai Critical Ratio (C.R) sebesar -0,322, serta nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,748, yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah tidak dapat diterima.

Meskipun arah koefisien menunjukkan hubungan negatif, hasil tersebut tidak menunjukkan adanya pengaruh yang berarti secara statistik, sehingga literasi keuangan belum dapat dianggap sebagai faktor penentu langsung dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman nasabah mengenai konsep, produk, dan mekanisme keuangan, termasuk keuangan syariah, belum secara langsung mendorong perilaku loyal dalam jangka panjang.

Secara defensif, temuan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik loyalitas nasabah yang lebih banyak dipengaruhi oleh faktor pengalaman dan nilai yang dirasakan, seperti kualitas layanan, kemudahan transaksi, kepercayaan, serta kesesuaian nilai religius. Nasabah dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung bersikap lebih rasional dan kritis dalam mengevaluasi berbagai alternatif layanan perbankan, sehingga loyalitas mereka tidak terbentuk semata-mata berdasarkan pemahaman finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh manfaat nyata yang mereka rasakan dalam penggunaan layanan bank syariah.

Secara teoritis, literasi keuangan lebih berperan dalam membantu individu membuat keputusan keuangan yang tepat pada tahap pemilihan dan penggunaan produk, namun tidak selalu berimplikasi langsung terhadap perilaku loyal. Dalam konteks bank syariah, pemahaman terhadap konsep keuangan syariah dapat mendorong nasabah untuk memilih produk yang sesuai, tetapi loyalitas memerlukan faktor tambahan berupa kepuasan, kepercayaan, serta keterikatan emosional dan spiritual terhadap lembaga keuangan tersebut.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan belum menjadi determinan utama dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah, sehingga pihak bank syariah perlu memadukan upaya peningkatan literasi dengan strategi peningkatan kualitas layanan, penguatan nilai syariah, serta penciptaan pengalaman nasabah yang positif. Pendekatan ini diharapkan mampu mendorong terbentuknya loyalitas nasabah secara lebih efektif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas masyarakat muslim dalam pembelian *online* dipengaruhi:

4. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dan menjadi variabel dengan pengaruh paling kuat dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai religius dan keyakinan spiritual memainkan peran dominan dalam membentuk komitmen jangka panjang nasabah terhadap bank syariah, di mana penggunaan layanan perbankan syariah dipandang sebagai bagian dari pengamalan ajaran agama.
5. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman nasabah mengenai konsep dan produk keuangan belum menjadi faktor penentu langsung dalam membentuk loyalitas.
6. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah bank syariah dibentuk oleh kombinasi faktor internal, sosial, dan spiritual, di mana religiusitas memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan faktor kognitif seperti literasi keuangan.

REFERENSI

- Bank Aceh Syariah. (2024). *Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah 2024*. Banda Aceh: BAS.
- Battaglia, Michael p. 2008. *Non Probability Sampling Encyclopedya of survey research method*. Sage publication. Diakses pada tanggal 19 September 2025 dari <https://edge.sagepub.com/system/files/Ch5NonprobabilitySampling.pdf>.
- BPS. 2024. *Aceh Dalam Angka*. BPS Provinsi Aceh. Diakses pada tanggal 19 September 2025 dari <https://aceh.bps.go.id/publication/2024/02/28/9a8a3c2e62d9b541aba178db/provinsi-aceh-dalam-angka-2024.html>
- Hapsari, M. R. (2022). Literasi Keuangan dan Preferensi Nasabah terhadap Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 7(3), 123-130.
- Irawan, D., & Lestari, S. (2023). Religiosity and Customer Trust in Strengthening Loyalty Toward Islamic Banking Products in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing and Finance*, 5(2), 112–126. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2025, Dari <https://doi.org/10.26740/jimf.v5i2.2023>
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- OJK. (2024). *Statistik Perbankan Syariah 2024*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling (5th ed.)*. New York: Guilford Press.
- OJK. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024*. Diakses pada tanggal 19 September 2025, dari [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- OJK. (2025). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2025*. Diakses pada tanggal 19 September 2025 <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>
- Santoso, Singgih. 2014. *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 22*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Waluyo, Minto. 2016. *Mudah cepat tepat penggunaan tools Amos dalam aplikasi SEM*. UPN Veteran: Jawa Timur.