

BAB II

PREFERENSI, RELIGIUSITAS, LITERASI KEUANGAN SYARIAH, FASILITAS, BANK SYARIAH

A. Preferensi

1. Pengertian Preferensi

Preferensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pilihan, kecenderungan, minat atau kesukaan. Preferensi merupakan suatu bentuk pilihan atau kecenderungan individu terhadap sesuatu yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan nilai yang dianut. Dalam konteks keuangan, preferensi masyarakat merujuk pada pilihan individu atau kelompok terhadap produk dan jasa keuangan berdasarkan faktor-faktor seperti nilai agama, lokasi, biaya, manfaat produk, serta tingkat kepercayaan terhadap penyedia jasa. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi, berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa yang ada. Teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk atau jasa dengan sumber daya terbatas maka ia harus memilih alternative sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal (Ramadhan, 2017).

Preferensi yang berarti *minat* atau *kesukaan*, kata arti atau pengganti. Jadi, preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur sebaik-baiknya. Menurut Kotler dan Keller (2016), preferensi konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dalam masyarakat Muslim, aspek religius menjadi salah satu faktor dominan dalam menentukan preferensi terhadap produk keuangan, terutama terkait dengan kehalalan dan prinsip syariah.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi

Preferensi nasabah dalam memilih bank syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama (Ghojali & Suryaman, 2024a):

a. Faktor Religiusitas

Religiusitas adalah tingkat ketaatan seseorang dalam menjalankan ajaran agama, yang memengaruhi perilaku dan keputusan ekonomi, termasuk dalam memilih lembaga keuangan. Dalam konteks perbankan syariah, religiusitas mendorong masyarakat untuk memilih layanan yang sesuai syariat Islam,

menghindari riba, dan memastikan kegiatan keuangan sejalan dengan nilai agama (Syuro'ah & Nurafini, 2024).

b. Faktor Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah adalah pemahaman masyarakat terhadap prinsip, akad, dan produk perbankan syariah. Pengetahuan yang memadai membuat masyarakat mampu membedakan produk syariah dan konvensional serta memahami manfaat dan risikonya. Rendahnya literasi sering menjadi penghambat utama pertumbuhan nasabah bank syariah (Iqbal, 2022).

c. Faktor Fasilitas

Fasilitas mencakup ketersediaan kantor cabang, jaringan ATM, layanan *mobile banking*, kecepatan pelayanan, dan kenyamanan tempat. Fasilitas yang memadai meningkatkan kepuasan dan minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Sebaliknya, fasilitas terbatas, seperti di daerah dengan hanya satu bank syariah, dapat mengurangi minat meskipun faktor religiusitas dan pengetahuan tinggi (Ghojali & Suryaman, 2024b).

d. Faktor Lokasi

Lokasi yang strategis dan mudah diakses menjadi pertimbangan penting dalam memilih bank. Jarak yang jauh dan biaya transportasi yang tinggi dapat menjadi hambatan bagi masyarakat untuk menggunakan layanan bank syariah (Ghojali & Suryaman, 2024b).

e. Faktor Produk dan Layanan

Produk yang variatif dan layanan yang cepat serta ramah dapat meningkatkan preferensi masyarakat. Produk harus sesuai dengan kebutuhan, misalnya tabungan pendidikan, tabungan haji, atau pembiayaan usaha kecil (Ghojali & Suryaman, 2024b).

f. Faktor Promosi

Promosi yang efektif, seperti sosialisasi di masjid, seminar, media sosial, atau kerjasama dengan instansi lokal, dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan keunggulan bank syariah (Syuro'ah & Nurafini, 2024).

g. Faktor Bagi Hasil

Dalam perbankan syariah, sistem bagi hasil menggantikan bunga. Besarnya nisbah bagi hasil yang kompetitif dapat menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah (Ghojali & Suryaman, 2024b).

h. Faktor Reputasi Bank

Reputasi bank terkait dengan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dana, profesionalisme, dan integritas bank. Bank dengan citra positif cenderung lebih mudah menarik nasabah baru (Iqbal, 2022).

3. Indikator Preferensi

Preferensi masyarakat Muslim dalam menggunakan jasa perbankan syariah mencerminkan pilihan dan kecenderungan individu terhadap produk atau layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Menurut Mansari (2022), preferensi dipengaruhi oleh sejauh mana produk perbankan memenuhi prinsip syariah, memberikan rasa aman, serta memberikan kemudahan dalam transaksi. Kesesuaian nilai Islam menjadi faktor utama karena masyarakat Muslim cenderung memilih lembaga keuangan yang bebas dari riba dan sesuai dengan ajaran Al-Qur'an serta hadis.

Selain itu, Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa preferensi konsumen juga ditentukan oleh persepsi terhadap kualitas layanan, kepercayaan nasabah, dan kemudahan akses terhadap produk. Dalam konteks perbankan syariah, faktor-faktor tersebut memengaruhi keputusan nasabah dalam menentukan bank yang dipilih. Produk yang kompetitif dan lokasi strategis turut memperkuat preferensi masyarakat, karena kemudahan dan efisiensi menjadi bagian penting dari kepuasan konsumen (OJK, 2021).

Dengan demikian, indikator preferensi masyarakat Muslim dalam penelitian ini dapat disimpulkan mencakup, kesesuaian nilai Islam, kualitas layanan, kepercayaan nasabah, kemudahan akses, produk kompetitif, dan lokasi strategis. Faktor-faktor tersebut menggambarkan gabungan antara dimensi religius, fungsional, dan psikologis dalam menentukan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

4. Preferensi Dalam Islam

Preferensi dalam Islam berlandaskan pada prinsip masalah, yaitu memilih sesuatu yang memberikan manfaat bagi kehidupan dunia dan akhirat (Magfiroh et al., 2022). Dalam memenuhi kebutuhan, umat Muslim dianjurkan untuk memperhatikan hierarki kebutuhan, yaitu daruriyyah (*kebutuhan primer*), hajjiyah (*kebutuhan sekunder*), dan tahsiniyyah (*kebutuhan tersier*) (Sulfan, 2018). Kebebasan dalam memilih barang atau jasa diperbolehkan, namun tetap harus sesuai dengan nilai-nilai syariah, etika, dan menjauhi hal-hal yang haram (Yamalik & Hidayat, 2018). Prinsip ini ditegaskan dalam firman Allah SAW:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu." (QS. Al-Baqarah [2]: 168).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa dalam Islam, setiap keputusan konsumsi dan ekonomi harus didasarkan pada prinsip kehalalan dan kebaikan (*halalan thayyiban*). Artinya, dalam menentukan preferensi, umat Islam tidak hanya mempertimbangkan aspek material, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai spiritual dan etika. Selanjutnya, dalam *Surah Al-A'raf* ayat 31, Allah SWT berfirman:

يَبْنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

“Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A’raf [7]: 31).

Ayat ini menegaskan pentingnya hidup sederhana dan menghindari pemborosan dalam memenuhi kebutuhan. Dengan demikian, preferensi [p8dalam Islam tidak hanya bertujuan untuk memperoleh kepuasan duniawi, tetapi juga untuk mencapai keberkahan dan keseimbangan hidup menuju *falah* (kesejahteraan dunia dan akhirat).

Dengan demikian, preferensi dalam Islam tidak hanya bertujuan untuk memperoleh kepuasan material, tetapi juga mempertimbangkan nilai spiritual, etika, dan keberkahan. Setiap keputusan ekonomi, termasuk dalam memilih jasa perbankan, harus diarahkan untuk mencapai *falah*, yaitu kesejahteraan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, masyarakat Muslim cenderung mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah dalam menentukan pilihan ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam.

B. Religiusitas

Religiusitas adalah tingkat keterikatan, keyakinan, dan kepatuhan seseorang terhadap ajaran agama yang tercermin dalam sikap, perilaku, serta praktik ibadah dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Kamus Besar Bahasa

Indonesia, religiusitas diartikan sebagai bentuk pengabdian atau kesalehan seseorang terhadap agama yang dianutnya .

Religiusitas mencerminkan tingkat komitmen individu terhadap ajaran agama yang diwujudkan melalui dimensi keyakinan (ideologi), praktik ibadah, pengetahuan agama, serta pengamalan nilai-nilai moral dalam kehidupan sosial seperti kejujuran, keadilan, dan kepedulian (Supian Sauri, 2025).

. Glock dan Stark (1965) dalam karyanya *Religion and Society in Tension* menjelaskan bahwa religiusitas dapat diukur melalui lima Indikator, yaitu keyakinan (*belief*), praktik ibadah (*practice*), pengalaman (*experience*), pengetahuan (*knowledge*), dan pengamalan nilai (*consequences*) (Vaillancourt, 2008). Dalam konteks perbankan syariah, religiusitas mendorong masyarakat untuk memilih layanan yang sesuai dengan syariat, seperti menghindari riba, gharar, dan maisir. Penelitian Mansari (2022) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah, khususnya di daerah dengan norma agama yang kuat. Namun, penelitian lain oleh Syuro'ah dan Nurafini (2024) menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas tidak selalu signifikan, karena faktor literasi keuangan dan fasilitas lebih dominan dalam menentukan preferensi masyarakat. Dengan demikian, religiusitas memang menjadi landasan penting, namun perlu didukung oleh faktor lain agar benar-benar mendorong masyarakat untuk memilih perbankan syariah.

C. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2019), literasi keuangan syariah mencakup pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola sumber daya keuangan sesuai nilai-nilai syariah untuk mencapai kesejahteraan. Hal ini tidak hanya menyangkut kemampuan dalam mengatur keuangan, tetapi juga kesadaran untuk menjauhi praktik yang dilarang dalam Islam seperti *riba*, *gharar*, dan *maysir* (Antara, Musa, & Hassan, 2016).

Secara umum, indikator literasi keuangan syariah meliputi empat aspek utama, yaitu pengetahuan syariah, pemahaman produk syariah, kemampuan keuangan, dan sikap syariah. Pengetahuan syariah mencerminkan sejauh mana individu memahami prinsip dasar sistem keuangan Islam, sedangkan pemahaman produk syariah berkaitan dengan kemampuan mengenali jenis produk dan akad perbankan syariah seperti *mudharabah*, *musyarakah*, dan *murabahah* (Dewi & Dewi, 2020). Kemampuan keuangan menunjukkan keterampilan seseorang dalam mengelola dan merencanakan keuangannya sesuai prinsip syariah (Laily, 2016), sementara sikap syariah menggambarkan keyakinan dan kecenderungan untuk mendukung sistem keuangan syariah (Antara dkk, 2016).

Dengan demikian, literasi keuangan syariah dapat diartikan sebagai tingkat pemahaman, kemampuan, dan sikap seseorang dalam mengelola keuangannya berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Semakin tinggi tingkat literasi

keuangan syariah masyarakat, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memilih dan menggunakan jasa perbankan syariah dibandingkan sistem keuangan konvensional.

D. Fasilitas

Fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Menurut Kotler dan Keller (2016), fasilitas adalah segala bentuk sumber daya fisik dan nonfisik yang disediakan oleh perusahaan untuk menunjang proses pelayanan kepada pelanggan agar tercipta kemudahan, kenyamanan, dan kepuasan. Dalam konteks perbankan syariah, fasilitas mencakup sarana dan prasarana yang mendukung nasabah dalam melakukan transaksi sesuai prinsip syariah, baik secara langsung di kantor cabang maupun melalui layanan digital seperti *mobile banking* dan *internet banking*.

Fasilitas yang memadai akan meningkatkan minat dan kepuasan nasabah terhadap bank syariah karena memberikan kemudahan akses, kelancaran transaksi, serta kenyamanan dalam berinteraksi. Tjiptono (2017) menyatakan bahwa fasilitas yang lengkap, bersih, aman, dan mudah dijangkau dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap kualitas layanan. Sementara itu, Pratama dan Suryani (2020) menegaskan bahwa fasilitas yang modern dan didukung oleh teknologi yang andal berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Adapun indikator fasilitas dalam penelitian ini meliputi, kelengkapan fasilitas, yaitu tersedianya sarana pendukung seperti ATM, *mobile banking*, dan

layanan kantor kemudahan akses, yakni seberapa mudah fasilitas tersebut dijangkau oleh nasabah kenyamanan layanan, yang mencakup kebersihan, keamanan, dan keramahan pelayanan di lingkungan bank keandalan sistem, yaitu kemampuan fasilitas berfungsi dengan cepat dan akurat; serta ketersediaan teknologi digital, yaitu dukungan layanan berbasis teknologi seperti QRIS, aplikasi digital, dan transaksi online syariah (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2017; Pratama & Suryani, 2020).

E. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Perbankan syariah adalah sistem perbankan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yang di antaranya melarang riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (judi). Bank syariah beroperasi dengan skema profit-loss sharing, jual beli, dan sewa-menyewa berdasarkan akad-akad syariah seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah, dan lainnya (Antonio, 2001).

Perbankan syariah hadir sebagai alternatif sistem keuangan konvensional yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Kehadiran bank syariah di Indonesia juga didukung oleh Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang menjadi dasar legalitas dan operasional lembaga keuangan syariah. Selain sebagai tempat penyimpanan deposito, tabungan, giro, dan sumber pinjaman dana, bank saat ini merupakan institusi yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Fungsi lain bank di era modern termasuk sebagai penyedia layanan pembayaran

belanja elektronik, tagihan telepon, tagihan listrik, dan jenis pembayaran lainnya yang sebelumnya tak terpikirkan (Fitria, 2015).

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah). Dari definisi di atas dapat disimpulkan yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang seluruh aturan dan transaksinya mengikuti prinsip-prinsip syariah. Maka dalam operasional bank syariah sangat ditentukan oleh prinsip-prinsip syariah, tidak boleh sedikitpun ada produknya yang bertentangan dengan syariah (Beno et al., 2022).

2. Akad Bank Syariah

Perjanjian bank syariah, terutama berdasarkan prinsip-prinsip Islam, disusun untuk menjamin keadilan, transparansi, dan saling menguntungkan antar pihak. Perjanjian ini, seperti Mudharabah, melibatkan pengaturan bagi hasil di mana pemilik modal dan pengelola berkolaborasi berdasarkan ketentuan yang sesuai dengan hukum Syariah.

Fitur Utama Akad Bank Syariah (Niam & Wardana, 2022):

a. Akad Mudharabah (*Bagi Hasil*)

Merupakan akad kerjasama dimana keuntungan dan kerugian dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya, dengan menekankan pada kesepakatan bersama dan kepatuhan terhadap hukum Islam.

b. Akad Musyarakah (*Kerja Sama Modal*)

Para pihak mempunyai kebebasan untuk mendefinisikan ketentuan-ketentuan selama hal tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip Syariah, mendorong partisipasi sukarela dan perilaku etis.

c. Akad Murabahah (*Jual Beli dengan Margin*)

Murabahah adalah akad jual beli di mana bank membeli barang yang dibutuhkan nasabah, kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga pokok ditambah margin keuntungan yang disepakati. Pembayaran bisa dilakukan secara cicilan. Akad ini paling banyak digunakan untuk pembiayaan konsumtif (misalnya pembelian kendaraan, rumah).

d. Akad Ijarah (*Sewa*)

Ijarah adalah akad sewa menyewa suatu barang/jasa antara pemilik dan penyewa dalam waktu tertentu dengan pembayaran imbalan (*ujrah*). Dalam perbankan syariah, ijarah digunakan untuk produk pembiayaan sewa (misalnya sewa kendaraan atau alat berat). Variasi dari akad ini adalah *Ijarah Muntahiya Bittamlik* (IMBT), yaitu sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang oleh penyewa.

e. *Akad Wadiah (Titipan)*

Wadiah adalah akad penitipan barang atau uang dari nasabah kepada bank yang wajib dijaga dan dikembalikan kapan saja jika diminta. Dalam praktik perbankan syariah, akad wadiah digunakan pada produk giro dan tabungan wadiah. Bank boleh memanfaatkan dana titipan ini tetapi harus bertanggung jawab penuh atas keamanannya.

f. *Akad Qardh (Pinjaman)*

Qardh adalah akad pinjaman uang tanpa imbalan, di mana nasabah wajib mengembalikan pokok pinjaman pada waktu yang disepakati. Bank syariah biasanya menggunakan akad qardh untuk pinjaman talangan haji atau pembiayaan sosial lainnya.

g. *Akad Salam (Pesanan di Muka)*

Salam adalah akad jual beli di mana pembayaran dilakukan di muka, sedangkan barang diserahkan kemudian pada waktu yang disepakati. Akad ini banyak digunakan dalam pembiayaan pertanian.

h. *Akad Istishna' (Pesanan Bertahap)*

Istishna' adalah akad jual beli barang pesanan di mana pembuat barang menyanggupi untuk menyelesaikan barang pesanan pada waktu tertentu. Berbeda dengan salam, pembayaran dalam istishna' bisa dilakukan secara bertahap sesuai progres pekerjaan. Akad ini digunakan untuk pembiayaan proyek atau manufaktur.

F. Penelitian Terdahulu

Agar dapat menghindari plagiarisme dan kesamaan, berikut ini peneliti akan menyampaikan beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi relevan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Almah (190105020004) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Tahun 2023, dengan Judul “Preferensi Masyarakat Muslim Tidak Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Danau Panggang Kabupaten Hulu Sungai Utara”. Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini adalah lebih menyoroti alasan mengapa masyarakat Muslim justru tidak memilih bank syariah di Kecamatan Danau Panggang (dengan pendekatan kualitatif berdasarkan wawancara langsung). Persamaan dengan peneliti Almah adalah memiliki kesamaan dalam fokus pada preferensi masyarakat Muslim terhadap perbankan syariah, serta sama-sama dilakukan di daerah dengan mayoritas penduduk beragama Islam di Kalimantan Selatan. Perbedaan dari penelitian Almah terletak pada arah kajian dan pendekatannya.
2. Sri Wahyuni (1805021917) Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Mataram 2022, dengan judul “Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus: BSI KCP Praya)”. Berdasarkan Permasalahan dalam penelitian Sri Wahyuni adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk

bank syariah, sehingga perlu dianalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah di BSI KCP Praya. Persamaan dengan peneliti Sri Wahyuni adalah sama-sama membahas tentang preferensi masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah, serta menyoroti pentingnya faktor agama dan prinsip syariah sebagai landasan utama dalam pengambilan keputusan. Adapun perbedaannya adalah Sri Wahyuni menggunakan metode kualitatif deskriptif dan meneliti di BSI KCP Praya dengan analisis terhadap faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara umum, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis variabel spesifik seperti agama, produk, dan lokasi secara parsial dan simultan di Kabupaten Kotabaru.

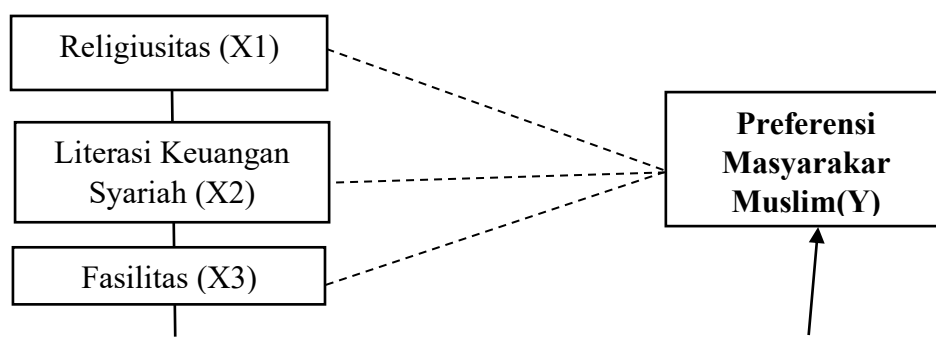
3. Soviyatul Janah (1903021067) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 2024, dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Metro Pusat)”. Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini adalah rendahnya minat masyarakat Kecamatan Metro Pusat dalam memilih bank syariah, yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan, lokasi yang kurang strategis, dan kurangnya promosi yang efektif. Persamaan dengan penelitian Soviyatul Janah adalah sama-sama mengkaji preferensi masyarakat dalam memilih bank syariah dan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner dan

analisis regresi. Persamaannya terletak pada fokus terhadap pengaruh variabel tertentu terhadap preferensi masyarakat, serta tujuan untuk mendukung peningkatan literasi dan penggunaan jasa perbankan syariah.

G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hal tersebut di atas maka dibuatlah kerangka teori sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

Garis Putus- putus = Parsial

Garis Bersambung = Simultan

H. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat dirumuskan suatu hipotesis yang merupakan dugaan sementara dalam menguji suatu penelitian, yaitu;

1. H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial antara Religiusitas (X_1), Literasi Keuangan Syariah (X_2), dan Fasilitas (X_3) terhadap Preferensi Masyarakat Muslim (Y).

H_1 : Terdapat pengaruh secara parsial antara Religiusitas (X_1), Literasi Keuangan Syariah (X_2), dan Fasilitas (X_3) terhadap Preferensi Masyarakat Muslim (Y).

2. H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan antara Religiusitas (X_1), Literasi Keuangan Syariah (X_2), dan Fasilitas (X_3) terhadap Preferensi Masyarakat Muslim (Y).

H_2 : Terdapat pengaruh yang secara simultan antara Religiusitas (X_1), Literasi Keuangan Syariah (X_2), dan Fasilitas (X_3) terhadap Preferensi Masyarakat Muslim (Y).