

ABSTRAK

Rima Tungga Dewi
1810603042

Secara umum keputusan para nasabah untuk menabung bergantung pada produk tabungannya tersebut sesuai atau tidak dengan kebutuhan mereka saat ini. Tingkat keyakinan atau religiusitas dapat digunakan sebagai faktor yang dapat meningkatkan keputusan nasabah. Edukasi dan literasi produk bank syariah keuangan merupakan hal yang sangat penting dipahami dan dimiliki oleh seluruh lapisan masyarakat pada zaman modern ini. Minat masyarakat untuk memilih suatu produk bank syariah atau menjadikan bank syariah sebagai tempat bertransaksi keuangan umumnya dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap produk yang dipasarkan oleh lembaga keuangan khususnya perbankan syariah yang menyebabkan mereka bersikap menggunakan produk tersebut.

Tujuan dalam dilaksanakan penelitian tersebut untuk mengetahui pengaruh dari Religiusitas dan Literasi Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menabung dengan Minat sebagai Variabel *Intervening* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman. Penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Palembang yang bertepatan di Kecamatan Alang – alang Lebar sebanyak 112 orang. Analisis yang digunakan adalah uji instrument (uji reliabilitas dan validitas), uji asumsi klasik (multikolineritas, heterokedastisitas, normalitas serta linearitas), uji statistic (T test, F serta koefisien determinasi (R^2)) dan uji *path analysis*. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS *version 23*.

Penelitian tersebut menjelaskan variabel Religiusitas tidak memberikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung. Dengan hasil nilai $t_{hitung} 1,380 < t_{tabel} 1,981$ dengan nilai signifikansinya sebesar $0,170 > 0,05$. Literasi Produk Perbankan Syariah tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 1,520 < t_{tabel} 1,981$ dengan nilai signifikansinya sebesar $0,131 > 0,05$. Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 3,023 > t_{tabel} 1,981$ dengan nilai signifikansinya sebesar $0,003 < 0,05$. Religiusitas dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 19,668 > F_{tabel} 2,45$ dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Minat mampu memediasi antara religiusitas terhadap keputusan menabung. Minat mampu memediasi antara literasi produk perbankan terhadap keputusan menabung.

Kata Kunci : *Religiusitas, Literasi Produk Perbankan Syariah, Keputusan Menabung dan Minat*