

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan kelompok referensi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang dengan tingkat pendidikan sebagai variabel moderasi. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang di distribusikan melalui kuesioner fisik. Populasi di dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang sebanyak 2.650 orang dengan kriteria nasabah aktif pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang dan nasabah yang berusia 18-60 tahun. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga populasi sampel yang diperoleh sebanyak 96 responden. Pengujian data dan hipotesis menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan bantuan program SmartPLS versi 3.0.

Dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan dan kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Tingkat pendidikan tidak mampu memoderasi pengaruh antara literasi keuangan dan kelompok referensi terhadap keputusan menjadi nasabah.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Kelompok Referensi, Keputusan, Tingkat Pendidikan

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of financial literacy and reference groups on the decision to become a customer of Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang with education level as an moderating variable. The data collection method in this research uses a questionnaire method which is distributed via physical questionnaires. The population in this study were 2,650 customers of Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang with the criteria being active customers at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang and customers aged 18-60 years. The sample in this study was determined using a purposive sampling method, so that the sample population obtained was 96 respondents. Data and hypothesis testing uses the SEM (Structural Equation Modeling) method with the help of the SmartPLS version 3.0 program.

By using SEM (Structural Equation Modeling), the research results show that financial literacy and reference groups have a positive and significant effect on the decision to become a customer. The level of education is not able to moderate the influence between financial literacy and reference groups on the decision to become a customer.

Keywords: *Financial Literacy, Reference Group, Decision, Level Education*