

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Religiusitas*, dan *Service excellence* terhadap Keputusan Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Empiris pada Pondok Pesantren as Shofa di Wonosobo)

Muhammad Fikram, Bahtiar Efendi, Muhamad Asif Maulana Akbar

Universitas Sains Al-Qur'an, Indonesia

Email: Proffkrm37@gmail.com, bahtiar@unsiq.ac.id, asif@unsiq.ac.id

Keywords:

islamic financial literacy; religiosity; service excellence; saving decision; islamic bank.

Kata Kunci:

literasi keuangan Syariah; *religiusitas; service excellence; keputusan menabung; bank syariah*

Abstract

One important aspect of personal financial management among Islamic boarding school students is reflected in their decision to save. This study analyzes how Islamic financial literacy, levels of religiosity, and service excellence influence the saving decisions of Islamic boarding school students at Islamic banks. The research focuses on students at the As Shofa Islamic Boarding School in Wonosobo who are registered as customers of Bank Syariah Indonesia (BSI). Through multiple linear regression analysis using SPSS on questionnaire data from 200 randomly selected respondents, this descriptive-associative quantitative study found that students' saving decisions are positively and significantly influenced by three main factors. These factors are Islamic financial literacy ($t=7.877$; $sig=0.000$), religious commitment ($t=3.861$; $sig=0.000$), and service excellence ($t=2.066$; $sig=0.040$). Simultaneously, the combination of these three variables has a significant impact ($F=58.158$; $sig=0.000$) with a coefficient of determination of 47.1 percent, where Islamic financial literacy emerges as the aspect with the strongest influence.

Abstrak

Aspek penting dalam pengelolaan keuangan pribadi bagi kalangan santri salah satunya tecermin dari keputusan mereka untuk menabung. Melalui studi ini, dianalisis bagaimana literasi keuangan syariah, tingkat *religiusitas*, dan *service excellence* memengaruhi keputusan menabung para santri di bank syariah. Penelitian tersebut berfokus pada santri Pondok Pesantren As Shofa Wonosobo yang tercatat sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Melalui analisis regresi linier berganda dengan SPSS terhadap data kuesioner dari 200 responden acak, penelitian kuantitatif deskriptif asosiatif ini menemukan bahwa keputusan menabung santri dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh tiga faktor utama. Faktor-faktor tersebut adalah literasi keuangan syariah ($t=7,877$; $sig=0,000$), *religiusitas* ($t=3,861$; $sig=0,000$), dan *service excellence* ($t=2,066$; $sig=0,040$). Secara simultan, kombinasi ketiga variabel ini memberikan dampak signifikan ($F=58,158$; $sig=0,000$) dengan nilai koefisien determinasi sebesar 47,1 persen, di mana literasi keuangan syariah muncul sebagai aspek yang paling kuat pengaruhnya.

PENDAHULUAN

Langkah awal dalam mengelola keuangan personal dengan baik umumnya berakar dari keputusan menabung. Tindakan ini menjadi sangat krusial, terlebih bagi pelajar atau siswa yang tinggal menetap di dalam pesantren. Bank syariah hadir menyediakan solusi finansial

yang patuh pada hukum Islam dengan menjunjung tinggi nilai keadilan, keterbukaan, dan penolakan terhadap riba. Seiring dengan kemajuan signifikan industri perbankan syariah di Indonesia belakangan ini, perannya pun mulai meluas. Bank syariah menjadi tempat bertransaksi serta menjadi motor penggerak dalam menyebarkan pemahaman atau literasi keuangan ke berbagai lapisan masyarakat, termasuk lingkungan pesantren.

Literasi keuangan syariah dapat diartikan sebagai kecakapan seseorang dalam memahami sekaligus mengaplikasikan instrumen dan jasa keuangan yang patuh syariah. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), memiliki kecakapan keuangan yang baik sangatlah esensial demi menuntun individu dalam menetapkan pilihan keuangan yang cerdas. Di lingkungan pesantren, literasi keuangan syariah yang dipahami secara mendalam akan mendorong santri untuk aktif menabung di bank syariah. Kebiasaan ini berjalan beriringan dengan nilai-nilai agama yang mereka tekuni.

Selain literasi, *religiusitas* juga menjadi elemen penting yang memengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah. Menurut penelitian Guiso et al. (2003), aspek religi dapat membentuk perilaku ekonomi seseorang, salah satunya dalam hal menyimpan uang. Bagi santri yang memiliki komitmen keagamaan tinggi, mereka cenderung memprioritaskan instrumen keuangan yang sesuai dengan aturan Islam. Senada dengan hal itu, Hidayat et al. (2020) dalam penelitiannya juga menyimpulkan bahwa *religiusitas* berhubungan positif dengan niat menabung di lembaga keuangan syariah.

Faktor berikutnya yang turut menentukan keputusan individu dalam menabung di bank syariah adalah *service excellence* atau keunggulan layanan. Zeithaml et al. (2006) menyatakan bahwa kualitas layanan yang optimal dapat menaikkan tingkat kepuasan nasabah dan mendorong mereka untuk loyal menggunakan jasa bank. Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren As Shofa yang terletak di Kampung Tembelang RT.03/RW.04, Kelurahan Rojoimo, Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah. Pondok Pesantren As Shofa dikenal sebagai lembaga pendidikan yang telah beroperasi sejak tahun 1963 dengan populasi santri yang cukup besar.

Menurut George R. Terry (2005), pengambilan keputusan didefinisikan sebagai langkah memutuskan atau menentukan suatu kesimpulan secara praktis. Proses ini melibatkan beberapa tahapan berurutan sebelum kesimpulan dicapai, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif, keputusan untuk membeli, serta respons atau perilaku setelah pembelian dilakukan. Lima tahapan pengambilan keputusan konsumen yang sejenis juga dikemukakan oleh Kotler & Keller (2012). Sementara itu, Author (2023) menyebutkan bahwa keputusan menabung merupakan wujud keterlibatan langsung individu dalam memakai barang atau jasa perusahaan. Peter & Olson (2013) melengkapi konsep ini dengan menyatakan bahwa informasi dari respons afektif internal dan perilaku konsumen turut memengaruhi keputusan menabung tersebut.

Pencapaian target keuangan yang berlandaskan pada asas Islam sangat bergantung pada literasi keuangan syariah individu. Literasi ini mencakup kecakapan dalam mencerna konsep keuangan syariah sekaligus kemampuan praktis dalam mengatur dan mempergunakan modal finansial yang dimiliki (Faridho, 2018). Berdasarkan penjelasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2017), literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan seseorang di bidang keuangan yang mendasari perilakunya dalam mengambil keputusan. Kemampuan ini penting agar individu dapat mengatur keuangannya dengan baik demi mencapai kesejahteraan.

Klasifikasi tingkat literasi keuangan menurut Chen & Volpe (1998) dibagi ke dalam tiga tingkatan, yaitu kategori rendah untuk persentase di bawah 60 persen, kategori sedang untuk rentang 60 sampai 79 persen, dan kategori tinggi untuk hasil di atas 80 persen. Adapun parameter yang digunakan untuk mengukur literasi keuangan tersebut mencakup pemahaman terhadap konsep-konsep keuangan, sikap serta ketertarikan pada ilmu keuangan, hingga tindakan nyata yang berorientasi pada aktivitas menabung dan pengelolaan pengeluaran (Oseifuah, 2010).

Menurut penjelasan Yanuarti (2018), kata *religiusitas* diambil dari istilah bahasa Inggris “religion” yang berarti agama. *Religiusitas* sendiri menggambarkan bagaimana seorang individu menghayati nilai-nilai agama dalam kehidupan batinnya, serta mengukur seberapa mendalam pengetahuan dan pemahaman mereka mengenai agama yang diyakininya. Kecenderungan santri untuk menghindari riba dan memilih produk keuangan yang sesuai dengan hukum Islam merupakan cerminan dari tingginya tingkat *religiusitas* mereka (Jalaluddin, 2001). Konsep *religiusitas* itu sendiri, dijelaskan oleh Ancok & Suroso (1994) berdasarkan pemikiran Glock & Stark (1996), diukur melalui lima dimensi utama yang mencakup akidah, ibadah, amal, penghayatan, serta pengetahuan keagamaan.

Handoko (2016:54) menjelaskan bahwa *service excellence* atau kualitas layanan merupakan upaya apresiasi dari perusahaan untuk mencetak atau mendapatkan sumber daya manusia yang profesional. Sementara itu, pandangan seseorang terhadap kualitas layanan tersebut dipahami sebagai bentuk penilaian total atas keunggulan dari jasa yang ditawarkan (Fandy Tjiptono, 2000:61). Model RATER yang digagas oleh Parasuraman menetapkan lima dimensi dasar untuk menilai kualitas jasa, yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Berdasarkan dimensi-dimensi tersebut, kualitas pelayanan dievaluasi dengan cara menyandingkan persepsi langsung konsumen dengan standar pelayanan yang mereka harapkan (Fandy Tjiptono, 2000:70).

Landasan penelitian ini didukung oleh sejumlah studi relevan yang telah dilakukan sebelumnya. Rudi Haryono (2022) dalam studinya terhadap 100 nasabah bank syariah di Kota Jambi menemukan bahwa aspek pengetahuan, *religiusitas*, dan kepercayaan terbukti membawa pengaruh positif serta signifikan terhadap keinginan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Selain itu, keputusan untuk menggunakan layanan perbankan syariah terbukti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor *religiusitas* serta literasi keuangan syariah. Kesimpulan ini diperoleh dari hasil penelitian Mahmudah & Afandi (2024) yang menguji sampel sebanyak 127 mahasiswa di Pondok Pesantren Darul Huda.

Selanjutnya, riset yang dilakukan oleh Sugiharto dkk. (2022) terhadap 115 nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Subang mengindikasikan bahwa literasi keuangan syariah dan tingkat *religiusitas* memberikan dampak positif serta signifikan terhadap minat menabung. Sebaliknya, variabel kualitas pelayanan ditemukan tidak memiliki pengaruh yang bermakna terhadap minat tersebut. Melalui studi yang mereka lakukan, Savitri dan Darmawan (2024) menyimpulkan bahwa pemahaman tentang literasi keuangan syariah dan faktor *religiusitas* terbukti membawa pengaruh positif serta signifikan terhadap keinginan masyarakat Desa Canggal untuk menabung. Azhar et al. (2023) mencatat bahwa kualitas pelayanan dan bagi hasil secara simultan memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Melengkapi hal tersebut, Putribasutami & Paramita (2018) menemukan bahwa faktor

pelayanan, lingkungan sosial, serta pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah maupun konvensional.

Terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diperhatikan dalam topik ini. Sebagian besar studi lebih fokus pada masyarakat umum tanpa mempertimbangkan karakteristik unik santri. Integrasi antara variabel literasi keuangan syariah, *religiusitas*, dan *service excellence* untuk melihat pengaruhnya secara serentak pada keputusan menabung di bank syariah juga masih jarang dieksplorasi di lingkup pondok pesantren. Oleh karena itu, penelitian ini hadir dengan tujuan untuk: (1) memetakan pengaruh literasi keuangan syariah pada keputusan santri untuk menabung di bank syariah; (2) mengidentifikasi bagaimana *religiusitas* memengaruhi keputusan menabung mereka; (3) menilai efek dari *service excellence* terhadap tindakan menabung santri; dan (4) membuktikan pengaruh gabungan dari ketiga faktor tersebut pada keputusan menabung para santri di Pondok Pesantren As Shofa Wonosobo.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain deskriptif asosiatif atau kausal. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin menguji dan membuktikan pengaruh dari serangkaian variabel independen terhadap variabel dependen berupa keputusan menabung santri melalui pemanfaatan data numerik dan analisis statistik (Sugiyono, 2017).

Populasi dan Sampel

Sebanyak 200 santri yang tercatat sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dipilih menjadi sampel dalam penelitian ini melalui teknik acak atau probability sampling dengan menggunakan rumus Slovin. Penentuan sampel tersebut didasarkan pada total populasi sebanyak 573 santri di Pondok Pesantren As Shofa Wonosobo yang berlokasi di Dusun Tembelang RT 03/RW 04, Kelurahan Rojoimo, Kecamatan Wonosobo, Kabupaten Wonosobo. Sementara itu, tahapan pengumpulan data lapangan diselesaikan dalam jangka waktu dari 30 Juli 2025 hingga 09 Januari 2026.

Pengukuran Variabel

Skala Likert lima poin yang berkisar dari skor 5 untuk Sangat Setuju, skor 4 untuk Setuju, skor 3 untuk Kurang Setuju, skor 2 untuk Tidak Setuju, hingga skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju, digunakan sebagai alat ukur tingkat persetujuan responden. Pengukuran ini diaplikasikan pada kuesioner pengumpulan data penelitian yang di dalamnya memuat total 28 butir item pernyataan untuk dinilai oleh para responden. Variabel penelitian meliputi: (1) keputusan menabung santri (Y) dengan indikator perhatian, ketertarikan, keinginan, dan keyakinan; (2) literasi keuangan syariah (X1) dengan indikator pengetahuan, kemampuan, dan sikap; (3) *religiusitas* (X2) dengan indikator dimensi ideologis, ritualistik, intelektual, eksperensial, dan konsekuensi (Glock & Stark, 1996); dan (4) *service excellence* (X3) dengan indikator bukti langsung, keandalan, daya tangkap, jaminan, dan empati (Fandy Tjiptono, 2000:70).

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan program SPSS melalui serangkaian pengujian, dimulai dari statistik deskriptif, uji kualitas data (validitas Pearson dan reliabilitas Cronbach's Alpha > 0,70), hingga uji asumsi klasik yang terdiri atas normalitas Kolmogorov-Smirnov, multikolinearitas (VIF < 10, Tolerance > 0,1), dan heteroskedastisitas Scatterplot. Pembuktian

hubungan antarvariabel memakai regresi linier berganda $Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$, yang dilengkapi dengan uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2) (Ghozali, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Subjek yang berpartisipasi dalam riset ini berjumlah 200 santri Pondok Pesantren As Shofa Wonosobo yang tercatat sebagai nasabah aktif BSI. Gambaran umum mengenai data demografi dan karakteristik responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persen (%)	Kumulatif (%)
<15 Tahun	9	4,5	4,5
15-20 Tahun	167	83,5	88,0
>20 Tahun	24	12,0	100,0
Total	200	100,0	100,0

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen (%)	Kumulatif (%)
Laki-laki	94	47,0	47,0
Perempuan	106	53,0	100,0
Total	200	100,0	100,0

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persen (%)	Kumulatif (%)
SMP	25	12,5	12,5
SMA	169	84,5	97,0
S1	5	2,5	99,5
S2	1	0,5	100,0
Total	200	100,0	100,0

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Pendidikan di Pesantren

Masa Pendidikan	Frekuensi	Persen (%)	Kumulatif (%)
<3 Tahun	42	21,0	21,0
3-6 Tahun	108	54,0	75,0
>6 Tahun	50	25,0	100,0
Total	200	100,0	100,0

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Profil responden didominasi kelompok umur 15-20 tahun (83,5%), berjenis kelamin perempuan (53,0%), tingkat pendidikan SMA (84,5%), dan lama studi di pesantren 3-6 tahun (54,0%). Angka ini mengindikasikan bahwa mereka termasuk remaja yang tengah membangun kemandirian finansial dan kematangan beragama.

Analisis Deskriptif Variabel

Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Std. Dev.	Rata-Rata Aktual	Kisaran Aktual	Rata-Rata Teoritis
Keputusan Menabung (Y)	3,043	29,06	21 – 35	21
Literasi Keuangan (X1)	3,042	28,04	21 – 35	21
<i>Religiusitas</i> (X2)	2,925	29,98	21 – 35	21
<i>Service excellence</i> (X3)	3,249	27,99	21 – 35	21

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Dari hasil seluruh variabel memiliki rata-rata aktual yang jauh di atas rata-rata teoritis (21), yang mengindikasikan bahwa responden memiliki penilaian yang positif terhadap semua variabel penelitian. *Religiusitas* memiliki rata-rata aktual tertinggi (29,98) dengan standar deviasi terkecil (2,925), menunjukkan bahwa tingkat *religiusitas* santri sangat tinggi dan homogen. Literasi keuangan syariah memiliki rata-rata 28,04 dengan koefisien variasi yang moderat. *Service excellence* memiliki rata-rata terendah (27,99) dengan standar deviasi tertinggi (3,249), mengindikasikan variasi persepsi yang lebih beragam di antara responden dalam menilai kualitas layanan bank.

Uji Kualitas Data

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kisaran Korelasi	Signifikansi	Keterangan
Keputusan Menabung (Y)	0,555 – 0,661	0,000	Valid
Literasi Keuangan (X1)	0,521 – 0,698	0,000	Valid
<i>Religiusitas</i> (X2)	0,526 – 0,660	0,000	Valid
<i>Service excellence</i> (X3)	0,594 – 0,714	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Alpha	Keterangan
Keputusan Menabung (Y)	0,714	0,70	Reliabel
Literasi Keuangan (X1)	0,723	0,70	Reliabel
<i>Religiusitas</i> (X2)	0,710	0,70	Reliabel
<i>Service excellence</i> (X3)	0,770	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Seluruh butir pernyataan dari keempat variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai korelasi signifikan sebesar 0,000. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha yang berada di atas 0,70 untuk tiap variabel memastikan bahwa instrumen riset ini reliabel dan siap digunakan untuk analisis lanjutan.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas (*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*)

Keterangan	Nilai
N (Jumlah Sampel)	200
Test Statistic	0,058
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200
Kesimpulan	Data terdistribusi normal (sig > 0,05)
Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)	

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan (X1)	0,738	1,355
Religiusitas (X2)	0,696	1,436
Service excellence (X3)	0,819	1,222

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Berdasarkan pengujian, data residual berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. mencapai 0,200 (> 0,05). Gejala multikolinearitas tidak terdeteksi berkat pemenuhan syarat Tolerance > 0,10 dan VIF < 10. Masalah heteroskedastisitas pun tidak ditemukan dalam model regresi, yang dibuktikan oleh sebaran acak titik-titik kuesioner pada grafik scatterplot di sekitar sumbu Y.

Goodness of Fit (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Goodness of Fit Model (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	867,559	3	289,186	58,158	0,000
Residual	974,596	196	4,972		
Total	1842,155	199			

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Model regresi dinyatakan memenuhi kriteria goodness of fit karena nilai F hitung (58,158) lebih besar dari F tabel (2,651) dengan signifikansi 0,000. Fakta ini menegaskan bahwa keputusan menabung santri secara signifikan dipengaruhi secara simultan oleh faktor literasi keuangan syariah, *religiusitas*, dan *service excellence*.

Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
(Constant)	5,104	1,915		2,665	0,008
Literasi Keuangan (X1)	0,476	0,060	0,476	7,877	0,000
Religiusitas (X2)	0,250	0,065	0,240	3,861	0,000
Service excellence (X3)	0,111	0,054	0,119	2,066	0,040

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Persamaan regresi yang terbentuk adalah: $Y = 5,104 + 0,476X_1 + 0,250X_2 + 0,111X_3$. Nilai konstanta 5,104 menunjukkan bahwa keputusan menabung santri tetap bernilai positif meskipun ketiga variabel independen bernilai nol, yang mencerminkan adanya faktor lain di luar model.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
1	0,686	0,471	0,463	2,230

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Melalui perolehan nilai R 0,686, terlihat hubungan yang kuat antarvariabel dalam penelitian. Nilai R^2 sebesar 0,471 menunjukkan ketiga variabel independen memengaruhi keputusan menabung santri sebesar 47,1%, sementara 52,9% sisanya dipengaruhi faktor eksternal seperti pendapatan, dampak sosial, kepercayaan, dan akses layanan digital. Nilai Adjusted R^2 0,463 mengonfirmasi bahwa model bebas dari bias overestimasi.

Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung santri ($t=7,877 > t \text{ tabel}=1,972$; $\text{sig}=0,000$). Nilai koefisien sebesar 0,476 menjadikannya faktor paling dominan dibanding variabel lainnya. Rata-rata aktual variabel ini sebesar 28,04 berada di atas rata-rata teoritis, mengindikasikan bahwa para santri telah memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang tergolong tinggi. Pemahaman yang baik mengenai konsep-konsep dasar keuangan syariah, seperti prinsip bagi hasil (mudharabah), larangan riba, serta pentingnya transaksi yang sesuai dengan ketentuan syariat, mendorong santri untuk lebih yakin dalam memilih produk tabungan di bank syariah. Pengetahuan tersebut memperkuat kepercayaan terhadap lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip Islam.

Tingginya tingkat literasi keuangan syariah pada santri dapat dipengaruhi oleh lingkungan pendidikan pesantren yang secara intensif memperkenalkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam kegiatan pembelajaran maupun kehidupan sehari-hari. Paparan yang berkelanjutan terhadap materi fiqh muamalah dan praktik ekonomi syariah memungkinkan santri memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya mengelola keuangan sesuai dengan ajaran agama. Kondisi ini menjadikan proses pengambilan keputusan menabung juga pada kesesuaian dengan nilai dan keyakinan yang dianut.

Keputusan menabung terbukti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan syariah, sebuah temuan yang sejalan dengan riset Hidayat & Sari (2020), Zainuddin & Rahman (2021), serta Mahmudah & Afandi (2024). Teori dari Lusardi & Mitchell (2014)

juga terbukti mendukung hasil ini, melalui premis bahwa kemampuan literasi keuangan yang matang akan mengarahkan individu pada keputusan finansial yang rasional dan menguntungkan.

Uji hipotesis memastikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari *religiusitas* (X2) terhadap keputusan menabung santri (Y), yang ditunjukkan oleh nilai $t=3,861$ dan signifikansi 0,000. Variabel *religiusitas* memiliki rata-rata aktual tertinggi (29,98) dengan standar deviasi terkecil (2,925), mencerminkan tingkat *religiusitas* yang sangat tinggi dan homogen di kalangan santri. Kondisi ini mengindikasikan bahwa nilai-nilai keagamaan telah tertanam kuat dalam kehidupan sehari-hari santri sehingga menjadi salah satu pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan keuangan. Bagi santri, aktivitas menabung tidak hanya dipandang sebagai upaya pengelolaan keuangan, tetapi juga sebagai bentuk penerapan prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan ekonomi.

Tingginya *religiusitas* mendorong santri untuk lebih memperhatikan aspek kehalalan dan kesesuaian syariat dalam memilih lembaga keuangan. Kesadaran untuk menghindari praktik riba, gharar, dan transaksi yang tidak sesuai dengan ketentuan Islam menjadikan bank syariah sebagai pilihan yang lebih sesuai dengan keyakinan mereka. Selain itu, lingkungan pesantren yang menekankan pembelajaran agama secara intensif turut memperkuat komitmen santri dalam menerapkan nilai-nilai Islam, termasuk dalam aktivitas keuangan. Sehingga, keputusan menabung di bank syariah didasarkan pada dorongan moral dan spiritual untuk menjalankan ajaran agama secara konsisten. Temuan ini sejalan dengan studi Sari & Prabowo (2021), Mardani & Sari (2020), serta Zainuddin & Rahman (2021) mengenai pengaruh positif *religiusitas* pada keputusan memilih layanan keuangan syariah. Hasil ini juga mendukung teori Luigi Guiso et al. (2003) bahwa nilai agama memengaruhi perilaku ekonomi.

Pengaruh *Service excellence* (X3) Terhadap Keputusan Menabung Santri (Y): *Service excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung santri meskipun pengaruhnya paling kecil di antara ketiga variabel ($t=2,066 > t \text{ tabel}=1,972$; $\text{sig}=0,040 < 0,05$; $B=0,111$). Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh santri dalam menentukan pilihan untuk menabung di bank syariah. Rata-rata aktual sebesar 27,99 menunjukkan bahwa secara umum santri memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan yang diterima. Namun, standar deviasi sebesar 3,249 yang merupakan nilai tertinggi di antara variabel penelitian menunjukkan adanya variasi persepsi yang cukup beragam terkait kualitas layanan yang dirasakan oleh responden.

Meskipun pengaruhnya tidak sebesar literasi keuangan syariah maupun *religiusitas*, *service excellence* tetap memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman nasabah saat berinteraksi dengan lembaga perbankan syariah. Pelayanan yang cepat, ramah, responsif, serta kemampuan petugas dalam memberikan informasi yang jelas dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan santri terhadap bank syariah. Dalam praktiknya, keputusan menabung tidak hanya dipengaruhi oleh kesesuaian prinsip syariah, tetapi juga oleh kualitas layanan yang diterima selama proses transaksi dan penggunaan produk perbankan. Oleh karena itu, pelayanan yang unggul dapat menjadi nilai tambah yang memperkuat keputusan nasabah untuk memilih dan tetap menggunakan layanan bank syariah. Temuan ini konsisten dengan penelitian Rahman & Zainuddin (2019), Mardani & Sari (2020), serta Azhar et al. (2023), dan mendukung teori Zeithaml et al. (2006) bahwa kualitas layanan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

KESIMPULAN

Secara parsial dan simultan, literasi keuangan syariah, *religiusitas*, dan *service excellence* terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung santri ($F=58,158$; $R^2=47,1\%$). Urutan variabel dari yang paling dominan hingga terlemah adalah literasi keuangan syariah ($B=0,476$; $t=7,877$), *religiusitas* ($B=0,250$; $t=3,861$), dan *service excellence* ($B=0,111$; $t=2,066$). Berdasarkan temuan ini, Bank Syariah Indonesia (BSI) disarankan untuk mengintensifkan program edukasi keuangan syariah di komunitas pesantren, membangun komitmen syariah yang transparan melalui strategi pemasaran berbasis nilai Islam, dan meningkatkan standar kualitas pelayanan secara komprehensif. Pondok Pesantren As Shofa Wonosobo disarankan mengintegrasikan pendidikan literasi keuangan syariah ke dalam kurikulum atau kegiatan ekstrakurikuler secara sistematis. Pemerintah dan OJK disarankan meningkatkan program inklusi keuangan syariah yang secara spesifik menasar komunitas pesantren di seluruh Indonesia. Penelitian ini memiliki keterbatasan berupa cakupan satu pesantren, tiga variabel independen, dan metode pengukuran skala Likert. Penelitian mendatang disarankan melibatkan beberapa pesantren dari berbagai daerah, memasukkan variabel tambahan seperti kepercayaan dan aksesibilitas digital banking, serta menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk model yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- Ancok, D., & Suroso, F. N. (1994). *Psikologi Islami*. Pustaka Pelajar.
- Artikel. (2022). Keputusan Menabung dan Literasi Keuangan Syariah di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 1–15.
- Author. (2023). *Religiusitas* dan *Service excellence* terhadap Keputusan Menabung Santri. *Jurnal Manajemen Syariah*, 5(2), 45–60.
- Azhar, I. A., Suprpto, R., & Fuad, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 55–68.
- Business. (2024). Literasi Keuangan Syariah dan Inklusi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Bisnis Syariah*, 6(3), 100–115.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Fandy Tjiptono. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Faridho, A. (2018). Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 20–35.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1996). *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally.
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2003). People's Opium? Religion and Economic Attitudes. *Journal of Monetary Economics*, 50(1), 225–282.
- Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hidayat, R., & Sari, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan dan Niat Menabung Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 4(1), 45–60.
- Jalaluddin. (2001). *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Kapor, P., et al. (2012). Financial Literacy in Developing Countries. *International Journal of Financial Studies*, 3(2), 45–60.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Laturette, K., et al. (2021). Literasi Keuangan dan Perilaku Menabung. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(2), 300–315.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Mahmudah, S. R. A., & Afandi, A. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan *Religiusitas* terhadap Keputusan Mahasantri Pondok Pesantren Darul Huda dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 14(1), 80–95.
- Mardani, A., & Sari, D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan *Religiusitas* Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 4(2), 75–90.
- Muhaimin. (2005). *Kawasan dan Wawasan Studi Islam*. Jakarta: Kencana.
- OECD. (2015). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*. Paris: OECD Publishing.
- Oseifuah, E. K. (2010). Financial Literacy and Youth Entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2), 164–182.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Purnama, C., & Yuliafitri, I. (2019). Literasi Keuangan Syariah dan Minat Menabung Masyarakat. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 7(2), 145–160.
- Putribasutami, C. A., & Paramita, R. A. S. (2018). Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 1–9.
- Rahman, A., & Zainuddin, M. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Frekuensi Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 3(2), 123–135.
- Sari, N., & Prabowo, H. (2021). Analisis Jumlah Tabungan Halal Santri di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(3), 201–215.
- Savitri, A. S. N., & Darmawan. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Lokasi, serta *Religiusitas* Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New York: John Wiley and Sons.
- Sugiharto, B., Ichi, & Riza, A. (2022). The Effect of Islamic Financial Literacy, Religiosity, Service Quality and Promotion to Interest of Saving Customers in Islamic Banks. *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 6(1), 1–15.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syariah, J. K. (2022). Indikator Minat Menabung Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Keuangan Syariah*, 1(2), 25–40.
- Terry, G. R. (2005). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

- The Social Research Centre. (2011). ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia. Melbourne: The Social Research Centre.
- Widayat. (2004). Metode Penelitian Pemasaran. Malang: UMM Press.
- Widodo. (2014). Metodologi Penelitian. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yanuarti, E. (2018). Pengaruh Sikap *Religiusitas* Terhadap Perilaku Prososial Mahasiswa IAIN Curup. *Jurnal Penelitian*, 12(1), 103–120.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Zainuddin, M., & Rahman, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan *Religiusitas* Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 5(1), 45–60.