

Pengaruh Pemahaman dan Religiusitas Akad Wadiah terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menjadi Nasabah Bank Syariah di UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

H. Sissah¹, Rizza Desnita²

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

rizzadesnita@gmail.com¹

Kata Kunci:

Pemahaman,
Religiusitas, Minat,
Akad Wadiah, Bank
Syariah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman terhadap akad wadiah dan tingkat religiusitas terhadap minat mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah dalam menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan 87 responden mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2021 di salah satu perguruan tinggi di Indonesia. Data penelitian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman akad wadiah dan tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi mengenai produk perbankan syariah serta penguatan nilai-nilai religius dalam mendorong minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupan responden yang hanya melibatkan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2021 di satu perguruan tinggi, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas kepada mahasiswa dari angkatan atau perguruan tinggi lain. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai angkatan dan perguruan tinggi agar memperoleh hasil yang lebih beragam dan komprehensif.

Keyword:

Understanding,
Religiosity, Interest,
Wadiah Contract,
Islamic Banking

Abstract

This study aims to analyze the influence of understanding the wadiah contract and the level of religiosity on students' interest in becoming customers of Islamic banks. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 87 respondents from the Islamic Banking Study Program, class of 2021, at a higher education institution in Indonesia. The research data were analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that both understanding of the wadiah contract and religiosity have a positive and significant influence on students' interest in becoming customers of Islamic banks, both partially and simultaneously. These findings highlight the importance of improving literacy regarding Islamic banking products and strengthening religious values to encourage students' interest in becoming customers of Islamic banks. This study has several limitations, particularly in terms of respondent coverage, as it only involved students from the 2021 cohort of the Islamic Banking Study Program at one higher education institution. Therefore, the findings cannot be generalized broadly to students from other cohorts or institutions. Future research is recommended to expand the respondent coverage by involving students from different cohorts and higher education institutions to obtain more diverse and comprehensive findings.

Information Production:

© 2026 by the authors of this article. This work is licensed under an Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)



PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berperan sebagai perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana. Fungsi utama bank syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat melalui produk simpanan, seperti tabungan, giro, dan deposito, serta menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, bank syariah di Indonesia berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam yang mengacu pada Al-Qur'an dan hadis, serta berpedoman pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Karena dalam al-Quran dan al-Hadits diatur bagaimana bermuamalah yang sesuai dengan syariah Islam yang pada hakekatnya selalu selalu menjauhi unsur-unsur yang mengandung riba, untuk kegiatan-kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana dilakukan atas dasar bagi hasil yang telah ditentukan sebelumnya.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari kebutuhan masyarakat yang menghendaki suatu sistem perbankan yang mampu menyediakan jasa keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Perkembangan sistem keuangan berdasarkan prinsip syariah sebenarnya telah dimulai sebelum pemerintah secara formal meletakkan dasar-dasar hukum operasionalnya. Namun demikian, agar fungsi perbankan dapat berjalan optimal, maka diperlukan landasan hukum yang berlaku secara formal.

Produk bagi hasil pada bank syariah berupa kemitraan antara dua pihak yaitu pemilik modal dan pengelola usaha. Bagi hasil merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati Dimana bagi hasil Masyarakat Kerja sama pemilik modal dengan usaha atau kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk Masyarakat. Pada bank konvensional, pendapatan nasabah berasal dari bunga, namun dalam islam bunga bank dilarang, karena termasuk kategori riba.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap 16 mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2021 di UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, diketahui bahwa 14 mahasiswa (87,5%) belum mengetahui atau memahami akad wadiah pada bank syariah, sedangkan 2 mahasiswa (12,5%) telah mengetahui atau memahaminya. Selain itu, sebanyak 14 mahasiswa (87,5%) menyatakan belum tertarik menjadi nasabah bank syariah, sedangkan 2 mahasiswa (12,5%) menyatakan tertarik. Temuan awal ini menunjukkan adanya permasalahan terkait pemahaman akad wadiah dan minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah, sehingga perlu diteliti lebih lanjut dengan mempertimbangkan faktor pemahaman akad wadiah dan tingkat religiusitas.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yeni Kurniati dengan judul *“Analisis Pengaruh Pemahaman Mahasiswa pada Wadiah dan Bagi Hasil terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UNISMA)”* menunjukkan bahwa variabel pemahaman memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Azizah Romadiana Pratiwi menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas, semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung di bank syariah. Kedua penelitian tersebut menjadi landasan bagi penelitian ini untuk mengkaji lebih lanjut faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Berbagai alasan yang memicu mahasiswa enggan menabung di Bank Syariah, sebagian merupakan alasan dari dalam diri dan sebagian lagi merupakan alasan dari luar. Alasan dari dalam misalnya sikap mahasiswa terhadap bank syariah dan religiusitas mahasiswa. Mahasiswa merasa malas menabung, meskipun pada dasarnya mereka berminat. Hal ini merupakan contoh sikap mahasiswa terhadap bank syariah. Kemudian yang berkaitan dengan religiusitas mahasiswa yaitu adanya keraguan mengenai praktik bank syariah apakah sudah sesuai dengan syariat Islam atau belum. Sedangkan alasan dari luar berasal dari bank syariah sendiri. Kesulitan akses menjangkau misalnya. Jika dibandingkan dengan bank konvensional, informasi mengenai bank syariah memang cenderung lebih terbatas.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan filosofi positivis yang dapat ditafsirkan dalam konteks teori komputasi empiris oleh Watts dan Zimmerman. Pendekatan kuantitatif menggunakan tahapan atau tahapan terstruktur dalam proses penelitian untuk menarik kesimpulan dari hasil analisis berdasarkan alat statistik parametrik.

Penelitian ini dilakukan di Prodi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, sebagai lokasi penelitian yang menjadi sumber memperoleh informasi dengan seluruh perangkat yang mendukung dan diperlukan. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 2021 yang berjumlah 87 orang. Untuk menentukan besaran sampel, peneliti tidak menggunakan rumus Slovin karna jumlah populasi dibawah 100 jadi jumlah sampel mengikuti jumlah populasi menggunakan Teknik sampling. Jadi dari hasil perhitungan tersebut sampel yang akan digunakan oleh peneliti adalah 87 Responden.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Minat (Y)	Minat adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih.	1. Awareness 2. Knowledge 3. Liking 4. Preference

2	Pemahaman (X1)	Pemahaman yang merupakan upaya konsumen untuk mengartikan atau menafsirkan rangsangan yang diterima.	1. Penerjemahan 2. Penafsiran 3. Ekstrapolasi
3	Religiusitas (X2)	Religiusitas merupakan tingkat komitmen individu terhadap agama yang ia anut beserta ajaran-ajarannya, yang ditunjukkan oleh sikap dan perilaku yang konsisten dengan komitmen tersebut.	1. Keyakinan 2. Praktik Agama 3. Penegtahuan agama 4. Konsekuensi Atau Pengalaman

Analisis data menjelaskan cara-cara yang digunakan untuk mengolah dan memahami data yang diperoleh dari penelitian. Analisis data kuantitatif ini menggunakan perangkat lunak statistik, seperti SmartPLS 4.0. SmartPLS merupakan perangkat lunak analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang dikenal akan kemudahan penggunaannya dan keefektifannya dalam mengolah data dengan ukuran sampel yang relatif kecil hingga sedang.

Analisis PLS mencakup beberapa tahapan pengujian, yaitu pengujian *outer model*, *inner model*, serta pengujian hipotesis. Analisis *outer model* ini bertujuan untuk menilai apakah variabel-variabel yang digunakan dalam suatu penelitian sudah layak dan memadai untuk diukur secara valid dan reliabel. Sedangkan evaluasi *inner model* atau evaluasi model struktural, dilakukan untuk mengukur beberapa aspek penting, yaitu nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi.

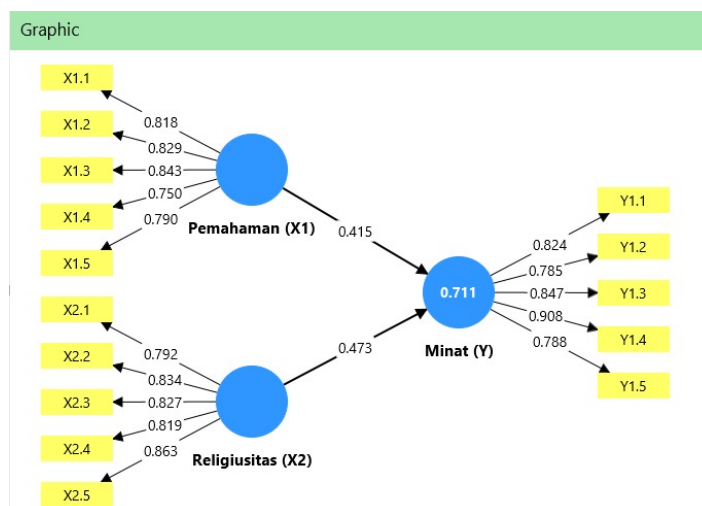
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan teknik *purpose sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dengan membagikan kuesioner kepada responden yang telah disiapkan yaitu mahasiswa Prodi Perbankan Syariah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi Angkatan 2021. Penyebaran Kuesioner dilakukan dari tanggal 08 September 2025. Sampel yang digunakan peneliti berjumlah 87 responden dari 87 Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Angkatan 2021 yang ada. Setelah data kuesioner terisi kemudian akan diolah dengan alat analisis excel dan Smart PLS..

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tabungan

No	Jenis Tabungan	Jumlah	Persentase %
1	Wadiah	79	95,7%
2	Mudharabah	8	4,3%
3	Tidak Menabung	0	0%
	Total	87	100%

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa sebagian besar menggunakan tabungan Wadiah yaitu sebanyak 79 responden atau 95,7%. Selanjutnya, 8 responden atau 4,3% yang menggunakan tabungan Mudharabah. Sedangkan tidak ada responden yang tidak menabung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih jenis produk tabungan Wadiah dibandingkan dengan jenis tabungan lainnya.



Gambar 1. Loading Factor

Gambar 1 menampilkan spesifikasi model yang menunjukkan hubungan antara variabel dengan indikator masing-masing berdasarkan nilai convergent validity (loading factor). Berikut ini adalah tabel yang menyajikan nilai outer loadings dari setiap indikator sebagai hasil perhitungan algoritma untuk loading factor dalam penelitian ini.

Tabel 3. *Outer Loading*

	Pemahaman (X1)	Religiusitas (X2)	Minat (Y)	Keterangan
X1.1	0.818			Valid
X1.2	0.829			Valid
X1.3	0.843			Valid
X1.4	0.750			Valid
X1.5	0.790			Valid
X2.1		0.792		Valid
X2.2		0.834		Valid
X2.3		0.827		Valid
X2.4		0.819		Valid
X2.5		0.863		Valid
Y.1			0.824	Valid
Y.2			0.785	Valid
Y.3			0.847	Valid
Y.4			0.908	Valid
Y.5			0.788	Valid

Berdasarkan tabel 3 hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai korelasi antara konstruk dengan variabel lainnya telah memenuhi uji convergent validity. Hal ini dibuktikan dengan nilai loading factor yang lebih dari 0.70, sehingga telah sesuai dengan standar validitas yang ditetapkan.

Tabel 4. *Output Cross Loading*

	Pemahaman (X1)	Religiusitas (X2)	Minat (Y)
X1.1	0.818	0.622	0.542
X1.2	0.829	0.584	0.679
X1.3	0.843	0.782	0.689
X1.4	0.750	0.609	0.587
X1.5	0.790	0.639	0.644
X2.1	0.655	0.792	0.591
X2.2	0.593	0.834	0.645
X2.3	0.698	0.827	0.690
X2.4	0.655	0.819	0.707
X2.5	0.721	0.863	0.691
Y.1	0.687	0.706	0.824
Y.2	0.676	0.706	0.785
Y.3	0.586	0.575	0.847
Y.4	0.661	0.700	0.908
Y.5	0.677	0.642	0.788

Hasil output cross loading pada Tabel 4 yang diolah diketahui bahwa setiap indikator pada variabel penelitian memiliki nilai loading factor yang lebih tinggi terhadap konstruk (variabel laten) tempatnya berada dibandingkan dengan nilai loading terhadap konstruk lainnya.

Tabel 5. *Cronbach's Alpha dan Composite Reability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reability</i>
Pengetahuan (X1)	0.865	0.869
Religiusitas (X2)	0.885	0.887
Minat (Y)	0.888	0.889

Hasil dari output hasil uji reliabilitas pada Tabel 5, seluruh variabel penelitian, yaitu pemahaman, religiusitas, dan minat, memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi internal

yang baik, sehingga instrumen penelitian layak digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan, religiusitas, minat, dan kepercayaan.

Tabel 6. *Average Variance Extracted*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Pemahaman (X1)	0.651
Religiusitas (X2)	0.685
Minat (Y)	0.691

Hasil dari AVE pada Tabel 6 semua indikator pada masing-masing struktur memenuhi syarat validitas konvergen, karena semua nilai AVE lebih besar dari 0.50, oleh karena itu indikator yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid karena memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel laten yang diukur.

Tabel 7. *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Minat (Y)	0.711	0.698

Hasil dari *R-Square* pada Tabel 7 nilai *R-Square* nilai R^2 untuk variabel Minat (Y) adalah 0,711, yang berarti 71,1% variabilitas Minat dijelaskan oleh variabel Pemahaman dan Religiusitas. Mengacu pada kriteria penilaian, jika nilai ini berada di antara 0,19 (rendah), 0,33 (sedang) dan 0,67 (kuat), sehingga dapat dikatakan pengaruh dari variabel eksogen terhadap variabel endogen cukup kuat. Sementara itu, nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0,698 menunjukkan penyesuaian terhadap jumlah variabel dalam model, yang mengindikasikan bahwa model tetap memiliki tingkat prediktabilitas yang stabil dan cukup baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah dalam Membuka Rekening Tabungan Easy Wadiah.

Tabel 8. *Path Coefficient*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Pemahaman (X1) -> Minat (Y)	0.418	0.410	0.285	3.297	0.001
Religiusitas (X2) -> Minat (Y)	0.213	0.206	0.076	3.668	0.000

Berdasarkan pada Tabel 8 *Path Coefficient* hasil uji hipotesis menggunakan metode *bootstrapping* pada SmartPLS, Uji Hipotesis I Mengenai pengaruh Pemahaman terhadap Minat menunjukkan bahwa path coefficient memiliki tanda positif dengan nilai T-Statistic sebesar 3,297 dan P-Values sebesar 0,001. Berdasarkan kriteria yang digunakan, hipotesis diterima jika nilai T-Statistic lebih besar dari 1,96 dan P-Values lebih kecil dari 0,05. Karena nilai T-Statistic melebihi 1,96 dan P-Values kurang dari 0,05, maka hipotesis pertama dapat diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat. Uji Hipotesis II mengenai pengaruh Religiusitas terhadap Minat menunjukkan path coefficient bertanda positif dengan T-Statistic sebesar 3,668 dan P-Values sebesar 0,000. Sesuai dengan kriteria penerimaan hipotesis, nilai T-Statistic lebih besar dari 1,96 dan P-Values lebih kecil dari 0,05. Karena hasil uji menunjukkan TStatistic sebesar 3,668 dan P-Values sebesar 0,000, hipotesis kedua dapat diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Minat.

Pembahasan

Hasil pengolahan data melalui SmartPLS juga menunjukkan bahwa pemahaman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat. Nilai outer loading dari semua indikator Pemahaman berada di atas 0,7, yang menunjukkan bahwa indikator tersebut valid untuk mengukur konstruk pemahaman. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) juga lebih dari 0,5, yang menunjukkan bahwa konstruk tersebut memiliki konsistensi internal yang baik. Pengujian hipotesis menggunakan metode path coefficient dari pemahaman terhadap minat juga signifikan, sebagaimana dibuktikan oleh nilai T-Statistic sebesar 3,297 dengan P-Value sebesar 0,001. Karena nilai T-Statistic lebih besar dari 1,96 dan P-Value lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman dengan minat mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah bank syariah.

Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman akad bukan hanya teori semata, tapi berkontribusi pada

perilaku nyata mahasiswa dalam memilih produk keuangan yang sesuai syariah dan hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pemahaman nasabah maka semakin banyaknya nasabah yakni Mahasiswa Perbankan Syariah berminat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat. Nilai outer loading dari semua indikator Religiusitas lebih dari 0,7 dan nilai AVE juga memenuhi standar ($>0,5$), yang menunjukkan bahwa alat ukur ini valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa Religiusitas memiliki nilai T-Statistic sebesar 3,668 dengan P Value sebesar 0,000. Dengan nilai T-Statistic yang lebih besar dari 1,96 dan P-Value lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah Bank Syariah.

Berdasarkan keseluruhan observasi, Kusioner, pengolahan data, dan tinjauan teori, peneliti menyimpulkan Mayoritas mahasiswa menunjukkan bahwa mereka mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam keputusan ekonomi dan keuangan. Hal ini menjadi dasar kuat bagi munculnya minat terhadap produk perbankan syariah yang berbasis prinsip syariah Islam.

Kedua faktor ini memiliki hubungan yang saling mendukung dalam meningkatkan Minat Mahasiswa Perbankan Syariah menabung di Bank Syariah. Pemahaman yang cukup memungkinkan minat mahasiswa perbankan Syariah menjadi nasabah di Bank Syariah. Sementara itu, Religiusitas yang baik memberikan mahasiswa menunjukkan bahwa mereka mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam keputusan ekonomi dan keuangan.

Hal ini menjadi dasar kuat bagi munculnya minat terhadap produk perbankan syariah yang berbasis prinsip-prinsip syariah Islam. Dengan kombinasi kedua faktor ini, Semakin tinggi tingkat pemahaman dan kesadaran beragama seorang mahasiswa, semakin besar pula kecenderungannya untuk menjadi Nasabah bank Syariah dan lebih memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip-prinsip syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil adalah Pemahaman memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam menjadi Nasabah di Bank Syariah secara parsial. Sebagaimana dibuktikan oleh nilai T-Statistic sebesar 3,297 dengan P-Value sebesar 0,001. Karena nilai T-Statistic lebih besar dari 1,96 dan P-Value lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman dengan minat mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pemahaman yang dimiliki, semakin tinggi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menjadi Nasabah Bank Syariah. Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam menjadi Nasabah di Bank Syariah secara parsial. Dibuktikan bahwa Religiusitas memiliki nilai T-Statistic sebesar 3,668 dengan P Value sebesar 0,000, dengan nilai T-Statistic yang lebih besar dari 1,96 dan P-Value lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah Bank Syariah. Hal ini menunjukkan juga bahwa semakin besar Religiusitas yang dimiliki, semakin tinggi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menjadi Nasabah Bank Syariah.

Pemahaman dan religiusitas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah dalam menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini didukung oleh hasil pengujian koefisien determinasi (R-Square) yang menunjukkan nilai R-Square sebesar 0,711 atau 71,1%. Artinya, variabel pemahaman dan religiusitas mampu menjelaskan 71,1% variasi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah dalam membuka rekening tabungan Easy Wadiah, sedangkan 28,9% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai R-Square Adjusted sebesar 0,698 atau 69,8% menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah prediktor dalam model, kemampuan model dalam menjelaskan variabel minat tetap tergolong kuat. Berdasarkan kriteria penilaian R-Square yang digunakan dalam penelitian ini, nilai 0,711 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang kuat. Dengan demikian, pemahaman dan religiusitas merupakan faktor yang berperan dalam menjelaskan minat mahasiswa Perbankan Syariah untuk menjadi nasabah bank syariah, khususnya dalam membuka rekening tabungan Easy Wadiah. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah, seperti kualitas pelayanan, promosi, citra merek, kemudahan akses layanan digital, tingkat pendapatan, pengaruh sosial, maupun persepsi manfaat. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah penelitian, meningkatkan jumlah responden, atau menggunakan metode penelitian yang berbeda.

DAFTAR REFERENSI

- Amarwati, U., & Mawardi, M.C. (2023). Pengaruh pemahaman produk bank syariah, religiusitas, akad wadiah dan sistem bagi hasil terhadap minat menabung pada bank syariah. *El-Aswaq*, 4(1). <https://doi.org/10.31106/laswq.v4i01.25788>
- Budianto, K.W. H. (2025) *Akad wadiah dalam fikih muamalah: kajian turats dan kontemporer*. PT. Afanin Media Utama.
- Haida, N., Pratama, G., Sukarnoto, T., & Widiawati, W. (2021) “Pengaruh pemahaman masyarakat tentang riba terhadap minat bertransaksi di bank syariah.” *Ecobankers : Journal of Economy and Banking* 2, (2), 131.
- Magfirah, A., Makassar, P. P. A., Menabung, M., & Al-haris, P. P. (2025). *Pengaruh pengetahuan santri dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Hasil Makassar)*
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (Studi kasus pada BSI Ex BSM) Factors Affecting Readability in Saving in Sharia Bank (Case Study on Bsi Ex Bsm). *Jurnal Syarikah*, 7(2), 127–135
- Muchtar, B. (2023). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain (Edisi Pert)*. Kencana. Muhamad. (2020). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Lainnya (Edisi Pert)*. PT Grafindo Persada
- Misbahul Jannah, & Abdullah K. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muahmmad Zaini.
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku konsumen: Pengembangan konsep dan praktek dalam pemasaran*. Idea Press Yogyakarta.
- Pahmi, P. (2024) *Kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli masyarakat*. PT. Nas Media Indonesia.
- Sugiyono. (2021). *Metodologi penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suryadi, B. (2021). *Religiusitas Konsep, pengukuran, dan implementasi di Indonesia*. Bibliosmia Karya Indonesia.
- Widarto, R. (2022). *Partial Least Square (Teori dan Praktek)*. Tahta Media Group.