

Analisis Pengaruh Prinsip-Prinsip Tasawuf, Literasi Keuangan Syariah, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah

Hery Purwanto

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo, Indonesia
Email: hepu@unsiq.ac.id

Moh Sakir

Pendidikan Agama Islam, Pascasarjana
Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo, Indonesia
Email: mohsakitoyiban@gmail.com

Samsul Munir

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Komunikasi dan Sosial Politik
Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo, Indonesia
Email: samsulmunir@unsiq.ac.id

Hendri Hermawan Adinugraha

Magister Ekonomi Syariah
Pascasarjana UIN K.H Abdurrahman Wahid, Pekalongan, Indonesia
Email: hendri.hermawan@uingusdur.ac.id

Received: 10 October 2024, Accepted: 21 November 2024, Published: 29 November 2024

ABSTRACT

This research examines the impact of Sufi principles, Sharia financial literacy, and service quality on customer decisions when selecting Sharia banking products. A quantitative approach was utilized, gathering primary data through questionnaires distributed to 150 respondents. The questionnaire focused on four main variables: Sufi principles, Islamic financial literacy, service quality, and customer decisions. The data analysis employed multiple linear regression to assess the influence of each independent variable on customer decisions. The results indicate that all three independent variables have a significant combined effect on customer decisions, with a significance level of 0.000 and an F-count of 65.512. Notably, Sufi principles showed a significant impact with a t-value of 6.233, suggesting that spiritual values play an essential role in shaping customer decisions. In contrast, Sharia financial literacy did not significantly affect customer choices, evidenced by a t-test result of 0.424, indicating that customers' understanding of Sharia products and services does not necessarily influence their decisions. Service quality, with a t-value of 2.221, exceeded the t-table value, demonstrating its crucial role in attracting customer interest. These findings highlight the need for Sharia banking institutions to maintain high service quality, enhance Sharia financial literacy within the community, and integrate Sufi principles into their operations to attract more customers. The implications of this research underscore the importance of combining spiritual values, financial education, and excellent service in the growth of the Sharia banking industry.

Keywords: Sufism Principles, Sharia Financial Literacy, Service Quality, Customer Decisions, Sharia Banking

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Prinsip-Prinsip Tasawuf, Literasi Keuangan Syariah, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 150 responden. Kuesioner mencakup empat variabel utama, yaitu prinsip-prinsip tasawuf, literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, dan keputusan nasabah. Metode analisis data yang digunakan adalah uji statistik regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dengan tingkat signifikansi 0,000 dan F_{hitung} 65,512. Prinsip-Prinsip Tasawuf memiliki pengaruh signifikan dengan sebesar 6,233, yang menunjukkan bahwa nilai-nilai spiritualitas berperan dalam keputusan nasabah. Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan dengan hasil uji t_{hitung} sebesar 0,424, hal ini menunjukkan bahwa pemahaman nasabah tentang produk dan layanan syariah belum tentu mempengaruhi keputusan mereka. Kualitas Pelayanan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,221 lebih besar dari t_{tabel} , yang menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas sangat berperan dalam menarik minat nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa untuk menarik lebih banyak nasabah, perbankan syariah harus mempertahankan kualitas pelayanan, meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat, serta memastikan bahwa prinsip-prinsip tasawuf menjadi bagian integral dari operasional perbankan syariah. Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya integrasi nilai-nilai spiritual, edukasi literasi keuangan, dan pelayanan prima dalam pengembangan industri perbankan syariah.

Kata kunci: Prinsip-Prinsip Tasawuf, Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah, Perbankan Syariah

PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hingga pertengahan tahun 2023, pangsa pasar perbankan syariah mencapai sekitar 6,5% dari total aset perbankan nasional, dengan nilai aset yang terus meningkat setiap tahunnya. (OJK, 2023) Peningkatan ini didorong oleh beberapa faktor, seperti meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya bertransaksi sesuai prinsip syariah dan pertumbuhan ekonomi yang mendorong kebutuhan akan layanan keuangan berbasis syariah. Namun, meskipun pertumbuhan perbankan syariah terlihat signifikan, terdapat beberapa tantangan yang masih dihadapi oleh industri ini, terutama terkait dengan literasi keuangan syariah masyarakat. Survei OJK pada tahun 2022 menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah di Indonesia hanya mencapai 9,14%, jauh lebih rendah dibandingkan literasi keuangan konvensional yang mencapai 38,03%. (OJK, 2022) Hal ini menunjukkan bahwa meskipun minat terhadap produk perbankan syariah meningkat, pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip dan produk keuangan syariah masih terbatas. Ketidapahaman ini dapat memengaruhi kualitas keputusan yang diambil nasabah dalam memilih produk perbankan syariah.

Selain literasi keuangan syariah, faktor lain yang diprediksi berpengaruh terhadap keputusan nasabah adalah kualitas pelayanan. Menurut Juli Handayani, kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi, yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti

fisik.(Handayani, 2023) Dalam konteks perbankan syariah, kualitas pelayanan juga harus mencakup kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam seluruh proses operasional dan interaksi dengan nasabah. Studi oleh Khatami dkk., menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah.(M. Arzil Khatami, Maulana Yusuf and Nurfitri Martaliah, 2024) Namun, penelitian yang menelaah bagaimana dimensi kualitas pelayanan dalam perbankan syariah memengaruhi keputusan nasabah di Indonesia masih terbatas. Di sisi lain, penerapan prinsip-prinsip tasawuf dalam dunia keuangan, khususnya perbankan syariah, juga mulai mendapat perhatian dalam beberapa tahun terakhir. Tasawuf, sebagai ajaran spiritual yang menekankan kesederhanaan, kejujuran, dan kedekatan dengan Tuhan, menawarkan perspektif yang berbeda dalam pengelolaan keuangan. Menurut Nabila Nurrizki Awalia Effendi dan Dicky Tri Prayoga, penerapan nilai-nilai tasawuf dalam ekonomi dapat menciptakan keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual.(Nabila Nurrizki Awalia Effendi and Dicky Tri Prayoga, 2024) Nilai-nilai ini dianggap relevan dalam konteks perbankan syariah, di mana kepatuhan terhadap syariah bukan hanya dalam aspek teknis, tetapi juga dalam aspek etika dan moral. Namun, masih jarang ditemukan penelitian yang mengkaji pengaruh prinsip-prinsip tasawuf secara empiris terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah.

Tasawuf, dalam konteks keuangan syariah, mencakup pemahaman mendalam tentang nilai-nilai spiritual dan etika yang mendasari prinsip-prinsip transaksi dan pengelolaan keuangan. Sebagai bagian dari ilmu tasawuf, aspek moral dan spiritual menjadi sangat penting karena keuangan syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga pada tanggung jawab sosial, moralitas, dan ketaatan terhadap aturan-aturan syariah. Dalam tasawuf, konsep keuangan dilihat sebagai sarana untuk mencapai kedamaian batin dan kesejahteraan, yang melampaui keuntungan ekonomi semata. Salah satu konsep utama tasawuf yang relevan dalam keuangan syariah adalah zuhud atau sikap tidak terikat pada materi secara berlebihan. Zuhud mengajarkan agar manusia memiliki kekayaan bukan untuk memenuhi ambisi material, melainkan untuk mencapai kesejahteraan yang merata dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah. Dalam konteks ini, nasabah yang memiliki pemahaman tasawuf cenderung memilih produk perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip keadilan dan keberlanjutan. Sikap zuhud ini juga mendorong nasabah untuk memilih instrumen yang menghindari riba dan praktik spekulatif yang bertentangan dengan etika Islam.(Abdul Muqit, 2020)

Selanjutnya, tasawuf juga menekankan konsep ikhlas dalam bertransaksi. Bagi praktisi keuangan syariah, ikhlas dalam konteks ini berarti melakukan transaksi dan investasi tanpa niat untuk merugikan orang lain, menghindari eksploitasi, dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan prinsip masalah dalam keuangan syariah, di mana setiap transaksi harus memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak hanya menguntungkan satu pihak. Konsep ikhlas memengaruhi nasabah untuk memilih bank atau produk yang transparan, jujur, dan memberikan pelayanan berkualitas, karena mereka ingin berinvestasi dalam lembaga yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Prinsip tasawuf lainnya yang relevan adalah tawakkal, yaitu sikap berserah diri kepada Allah dalam segala upaya keuangan. Tawakkal bukan berarti pasif, tetapi lebih kepada upaya yang optimal dengan kesadaran bahwa hasil akhir berada di tangan Allah. Dalam perbankan syariah, nasabah yang menerapkan konsep tawakkal cenderung lebih bijak dalam mengambil keputusan finansial, seperti tidak terburu-buru dalam mencari keuntungan besar dengan risiko yang tinggi atau cara-cara yang tidak etis. Mereka lebih mengutamakan stabilitas dan keberkahan dalam investasi dan transaksi yang dilakukan.(Setiawan and Mufarihah, 2021)

Penelitian ini penting karena melihat fenomena dualitas kebutuhan nasabah perbankan syariah saat ini. Di satu sisi, nasabah menginginkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah, namun di sisi lain, mereka sering kali belum memiliki pemahaman mendalam tentang literasi keuangan syariah. Selain itu, meskipun kualitas pelayanan telah banyak diteliti dalam konteks perbankan secara umum, penelitian tentang kualitas pelayanan dalam perbankan syariah yang mengintegrasikan aspek spiritualitas masih sangat terbatas. Penelitian sebelumnya oleh Tamamudin dan Desy Prastyani menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, jika melebihi apa yang diharapkan konsumen dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan, (Tamamudin and Prastyani, 2024) namun penelitian tersebut belum secara spesifik mengaitkan dengan tasawuf. Urgensi penelitian ini dalam konteks literatur yang ada dapat dilihat dari ketiga variabel yang belum sepenuhnya dieksplorasi secara terpadu dalam menentukan keputusan nasabah perbankan syariah. Secara khusus, kajian mengenai prinsip-prinsip tasawuf dalam konteks keputusan ekonomi masih sangat terbatas, terutama di bidang perbankan syariah. Literasi tasawuf sering kali dipandang lebih relevan untuk pengembangan diri atau spiritualitas pribadi daripada pengaruhnya dalam sektor ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting karena menunjukkan bagaimana prinsip-prinsip etika dan spiritualitas dari tasawuf bisa memiliki dampak langsung pada preferensi konsumen dalam memilih produk bank syariah. Dengan demikian, ini memberikan dimensi baru pada literatur tentang faktor non-material yang memengaruhi keputusan ekonomi.

Di sisi lain, penelitian mengenai literasi keuangan syariah dan kualitas pelayanan sudah cukup sering dibahas dalam konteks perbankan syariah. Namun, sebagian besar literatur terdahulu membahas variabel-variabel ini secara terpisah atau hanya menghubungkan satu variabel dengan keputusan nasabah. Penelitian ini menawarkan pendekatan komprehensif dengan menggabungkan ketiga variabel tasawuf, literasi keuangan syariah, dan kualitas pelayanan untuk memberikan pandangan yang lebih holistik dan lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah. Penelitian ini sekaligus memiliki kontribusi yang jelas bila dilihat dari *research gap* yang terletak pada penggabungan tiga variabel yang jarang diteliti secara bersamaan, yaitu prinsip-prinsip tasawuf, literasi keuangan syariah, dan kualitas pelayanan. Sebagian besar penelitian terdahulu hanya menitikberatkan pada salah satu atau dua dari variabel tersebut. Misalnya, studi oleh Ihrom Jaelani dan Kikin Mutaqin (Ihrom Jaelani, 2023) hanya meneliti pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan nasabah tanpa memasukkan dimensi spiritualitas, sedangkan studi oleh Dede Arseyani Pratamasyari (Dede Arseyani pratamasyari, 2022) hanya fokus pada kualitas pelayanan dalam konteks perbankan syariah tanpa melibatkan aspek tasawuf. Penelitian ini mencoba untuk memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dengan menganalisis ketiga variabel tersebut secara simultan. Pentingnya penelitian ini juga didukung oleh fakta bahwa nasabah perbankan syariah tidak hanya mengharapkan produk yang sesuai dengan syariah, tetapi juga pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai moral dan spiritual. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah, terutama dari sudut pandang spiritual dan kualitas pelayanan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis pengaruh prinsip-prinsip tasawuf, literasi keuangan syariah, dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap keputusan nasabah. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengintegrasikan aspek spiritual (tasawuf), edukatif (literasi keuangan syariah), dan operasional (kualitas pelayanan) dalam satu kerangka analisis yang holistik. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengukur pengaruh empiris dari variabel-variabel tersebut, yang belum

banyak dilakukan dalam penelitian terdahulu. Studi ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perbankan syariah, khususnya dalam konteks keputusan nasabah di Indonesia, serta memberikan wawasan bagi industri perbankan syariah untuk meningkatkan pelayanan dan edukasi kepada nasabahnya dengan mengedepankan nilai-nilai spiritual yang relevan dengan tasawuf.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah perbankan syariah di Indonesia, yang sudah memiliki pengalaman menggunakan produk perbankan syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Dengan asumsi tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 5%, sampel penelitian ditetapkan sebanyak 150 responden. Pemilihan sampel sebanyak 150 responden didasarkan pada beberapa kriteria yaitu, pertama nasabah aktif di Bank Syariah untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan perbankan syariah, sehingga dapat memberikan penilaian yang lebih akurat. Kedua latar belakang pendidikan keuangan atau syariah seperti pegawai di lembaga keuangan, akademisi, atau mahasiswa yang mempelajari ekonomi syariah, ini membantu dalam mendapatkan perspektif yang lebih mendalam mengenai literasi keuangan syariah. Ketiga Domisili di Daerah dengan Konsentrasi Tinggi Bank Syariah yang dianggap mewakili populasi pengguna layanan perbankan syariah untuk meminimalisir risiko bias, beberapa langkah diambil yaitu diversifikasi responden untuk menciptakan sampel yang lebih heterogen, dan pemberian anonimitas untuk mengurangi social desirability bias, sehingga mereka merasa lebih bebas memberikan jawaban yang jujur.

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuisioner yang disebarakan kepada responden. Kuisioner menggunakan skala Likert 5 poin. Sebelum kuisioner disebarakan, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen. Uji validitas dilakukan menggunakan *Pearson Product Moment*. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha*. Data yang diperoleh dari kuisioner akan dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui karakteristik responden, termasuk umur, jenis kelamin, pendidikan, dan lama menjadi nasabah bank syariah. Selain itu, analisis deskriptif juga digunakan untuk menggambarkan distribusi jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, dilakukan beberapa uji asumsi klasik, yaitu: Uji Normalitas, untuk memastikan bahwa data terdistribusi secara normal. Uji ini dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji Multikolinearitas, untuk memastikan tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Dan Uji Heteroskedastisitas, untuk memastikan tidak terjadi ketidaksamaan varian residual. Uji ini dilakukan dengan uji Glejser. Untuk menguji pengaruh Prinsip-Prinsip Tasawuf, Literasi Keuangan Syariah, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah, digunakan analisis regresi linier berganda. Kemudian Uji hipotesis dilakukan dengan uji t untuk melihat pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh secara simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Deskripsi Data

Penelitian ini menemukan hasil uji validitas dengan perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dimana diketahui bahwa r_{tabel} nya dari 150 responden dan dengan batas toleransinya 5% adalah 0.1603. Uji Validitas penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel X1, X2, X3, dan Y dari setiap item instrumen memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari pada r_{tabel} , hal ini menunjukkan bahwa instrumen dari semua memiliki ketepatan model atau keakuratan dan konsistensi dalam pengukuran variabel. Selain itu juga diperkuat dari hasil perhitungan signifikansinya yang kesemuanya item memiliki nilai lebih kecil dari margin error sebesar 0.05 atau 5%. Dalam uji reliabilitas ditemukan nilai Cronbach's Alpha X1 = 0.942, X2 = 0.938, X3 = 0.948 dan Y = 0.910 yang kesemuanya variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,70 ini artinya data-data dalam penelitian ini menunjukkan reliabilitas yang baik atau memiliki keakuratan dan konsistensi dalam pengukurannya sehingga data dalam penelitian ini dapat dilanjutkan untuk tahap pengujian selanjutnya. Berikut tabel hasil uji validitas dan uji reliabilitas:

Tabel 1. Uji Validitas

		Correlations												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Σ
X1	Pearson Correlation	.748*	.714**	.709**	.837**	.862**	.830**	.665**	.750**	.785**	.846**	.829**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2	Pearson Correlation	.651*	.747**	.760**	.819**	.723**	.845**	.801**	.892**	.801**	.646**	.802**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X3	Pearson Correlation	.799*	.803**	.787**	.872**	.840**	.805**	.847**	.851**	.721**	.820**	.801**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y	Pearson Correlation	.663*	.716**	.619**	.752**	.652**	.767**	.756**	.707**	.707**	.725**	.738**	.705**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber Data: Hasil SPSS seri 25, diolah penulis (2024)

Tabel 2. Uji Reliability
Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
X1	0.942	0.942	12
X2	0.938	0.94	12
X3	0.948	0.949	12
Y	0.91	0.91	12

Sumber Data: Hasil SPSS seri 25, diolah penulis (2024)

Tahap selanjutnya adalah uji asumsi klasik yaitu dengan uji Normalitas, Uji multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil uji Normalitas Residual nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,073 ini lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi dengan baik. dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Uji Normalitas Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.92928735
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.066
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber Data: Hasil SPSS seri 25, diolah penulis (2024)

Hasil uji multikolinearitas semua menunjukkan nilai toleransinya antara 0,1 sampai dengan 1 dimana masing-masing $X_1 = 0.327$, $X_2 = 0,320$ dan $X_3 = 0,456$ ini menunjukkan bahwa semua data dalam penelitian ini terbebas dari multikolineraritas. Begitupun pada nilai VIF, bahwa VIF yang terbebas dari multikolineraritas adalah berkisar antar 1 lebih dari 1 sampai dengan kurang dari 10. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa nilai VIF dari $X_1 = 3,056$, $X_2 = 3,122$, $X_3 = 2,195$ sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya, hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
1 (Constant)	18.203	2.274		8.004	.000		
X1	.480	.077	.589	6.233	.000	.327	3.056
X2	.030	.070	.040	.424	.672	.320	3.122
X3	.135	.061	.178	2.221	.028	.456	2.195

a. Dependent Variable: Y

Sumber Data: Hasil SPSS seri 25, diolah penulis (2024)

Selanjutnya adalah uji heteroskedastisitas dimana metode yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah Uji Glejser. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai toleransi dan VIF yang sama dengan hasil uji multikolinearitas dan dapat dilihat pada tabel 5 dibawah, hal ini berarti data dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas sehingga dapat dilanjutkan untuk uji regresi bergandanya.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.454	1.328		1.848	.067		
X1	-.070	.045	-.222	-1.555	.122	.327	3.056
X2	.045	.041	.158	1.091	.277	.320	3.122
X3	.040	.036	.137	1.133	.259	.456	2.195

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Sumber Data: Hasil SPSS seri 25, diolah penulis (2024)

Uji Regresi Berganda

Penelitian ini menunjukkan hasil Adjusted R Square sebesar 0,565 yang artinya bahwa Keputusan Nasabah dalam memilih produk perbankan syariah dipengaruhi oleh variabel prinsip-prinsip tasawuf, literasi keuangan syariah dan kualitas layanan sebesar 56,5%, sedangkan sisanya yaitu 43,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.574	.565	3.96945

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber Data: Hasil SPSS seri 25, diolah penulis (2024)

Dalam uji regresi berganda dengan melihat Uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien signifikansinya sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil atau dibawah dari 0,05 sehingga dapat diinterpretasikan bahwa penelitian ini memenuhi kelayakan model. Sedangkan F_{hitung} diketahui sebesar 65,512 lebih besar daripada $F_{tabelnya}$ sebesar 2,67 sehingga dapat disimpulkan bahwa X1, X2, dan X3 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Y atau variabel keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah. tabel berikut adalah hasil uji F.

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3096.718	3	1032.239	65.512	.000 ^b
	Residual	2300.456	146	15.757		
	Total	5397.173	149			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber Data: Hasil SPSS seri 25, diolah penulis (2024)

Selain itu dalam penelitian ini menunjukkan hasil uji_t yang masing-masing tingkat signifikansinya untuk $X1 = 0,000 < 0,05$ artinya variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap Y, untuk $X2 = 0,672 > 0,05$ artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap Y, dan $X3 = 0,028 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan terhadap Y. Bila dilihat dari perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dimana t_{tabel} diketahui sebesar 1.97635 maka dapat dilihat bahwa $X1 = 6,233 > 1.97635$ artinya secara parsial variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap Y. Variabel $X2 = 0,424 < 1.97635$ artinya variabel X2 tidak berpengaruh terhadap Y, dan variabel $X3 = 2,221 > 1.97635$ artinya variabel X3 berpengaruh signifikan terhadap Y. Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	18.203	2.274		8.004	.000
	X1	.480	.077	.589	6.233	.000
	X2	.030	.070	.040	.424	.672
	X3	.135	.061	.178	2.221	.028

a. Dependent Variable: Y

Sumber Data: Hasil SPSS seri 25, diolah penulis (2024)

PEMBAHASAN

Pengaruh Prinsip-Prinsip Tasawuf terhadap Keputusan Nasabah

Tasawuf sebagai bagian dari ajaran Islam tidak hanya berkaitan dengan kehidupan spiritual, tetapi juga mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap urusan duniawi, termasuk dalam hal keuangan. Prinsip-prinsip tasawuf, seperti zuhud (kesederhanaan), ikhlas (ketulusan), dan tawakal (penyerahan diri kepada Allah), memiliki relevansi penting dalam keputusan keuangan, terutama dalam konteks perbankan syariah. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa prinsip-prinsip tasawuf memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah. Hal ini sejalan dengan pemikiran bahwa nasabah yang menginternalisasi nilai-nilai spiritual tasawuf cenderung lebih memperhatikan aspek etis dan spiritual dalam pengambilan keputusan finansial mereka. Fauzan dkk., menguatkan bahwa dalam konteks keuangan syariah, prinsip tasawuf dapat memandu individu untuk berfokus pada transaksi yang membawa keberkahan, bukan semata-mata keuntungan duniawi. (Fauzan, Nurul and Ika, 2023)

Prinsip tasawuf memiliki dimensi yang sangat relevan untuk diterapkan dalam konteks pengambilan keputusan finansial. Beberapa di antaranya adalah: Zuhud (Kesederhanaan dalam Kehidupan) Dalam konteks tasawuf, zuhud mengajarkan untuk tidak terikat secara berlebihan pada hal-hal duniawi, termasuk kekayaan material. Dalam pengambilan keputusan finansial, konsep zuhud dapat memengaruhi nasabah untuk memilih produk perbankan syariah yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai etika dan keberlanjutan. Ikhlas mendorong individu untuk bertindak tanpa pamrih dan mengutamakan transparansi. Dalam layanan keuangan, nasabah yang memahami prinsip ikhlas akan mencari produk perbankan yang operasinya tidak hanya halal, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial. Dan tawakal memberikan ketenangan bagi individu untuk menghadapi risiko finansial dengan sikap optimis dan rasional. Ini dapat memengaruhi keputusan nasabah untuk memilih layanan perbankan syariah yang menawarkan produk berbasis mudharabah atau musyarakah, di mana risiko dibagi secara adil.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari 150 responden, dalam uji t untuk variabel Prinsip-Prinsip Tasawuf menunjukkan bahwa nasabah perbankan syariah yang terlibat dalam penelitian ini umumnya memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai tasawuf dalam praktik keuangan mereka. Nilai t_{hitung} 6,233 lebih

besar dari 1.97635 menunjukkan pengaruh yang signifikan dan mengindikasikan bahwa semakin kuat keyakinan seseorang terhadap prinsip-prinsip tasawuf, semakin besar kecenderungan mereka untuk memilih produk perbankan syariah. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aris Priyanto dkk., yang menyatakan bahwa nilai-nilai spiritual dari tasawuf dapat memengaruhi perilaku ekonomi seseorang, termasuk dalam pengambilan keputusan finansial. (Aris Priyanto, M. Reza Mahdafi, 2024).

Fenomena ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Imam Santoso dan Sa'diyah El Adawiyah yang menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara komitmen spiritual nasabah dan preferensi terhadap produk keuangan yang memenuhi prinsip syariah. (Santoso and Adawiyah, 2019) Hal ini menunjukkan bahwa tasawuf tidak hanya dipraktikkan sebagai bentuk ibadah, tetapi juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas finansial. Selain itu, kajian dari An Ras Try Astuti¹ dan Andi Faisal menyebutkan bahwa dalam konteks perbankan syariah, prinsip tasawuf memperkuat hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan berdasarkan rasa saling percaya dan keyakinan pada keadilan serta keberlanjutan. (Astuti and Faisal, 2021) Prinsip-prinsip ini mempengaruhi preferensi nasabah terhadap produk-produk yang dianggap tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga berlandaskan etika syariah yang kuat.

Dengan demikian, prinsip-prinsip tasawuf memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah. Hal ini menjadi *insight* penting bagi perbankan syariah untuk terus menekankan pendekatan etis dan spiritual dalam strategi pemasaran dan komunikasi produk mereka. Aspek keberlanjutan finansial yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga membawa dampak positif secara spiritual adalah kunci untuk meningkatkan daya tarik bagi nasabah yang memegang teguh nilai-nilai tasawuf.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Nasabah

Literasi keuangan syariah merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah. Literasi keuangan syariah dapat diartikan sebagai pemahaman dan pengetahuan tentang prinsip-prinsip, produk, serta layanan yang sesuai dengan hukum syariah. Hal ini meliputi kemampuan nasabah dalam mengenali perbedaan antara produk keuangan konvensional dan syariah, serta kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang berdasarkan prinsip syariah. Namun demikian dalam penelitian ini, hasil dari 150 responden menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah. Variabel literasi keuangan syariah dalam uji t menunjukkan bahwa tingkat literasi nasabah dalam hal keuangan syariah berada pada level yang cukup rendah. Uji statistik juga menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $0.424 <$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1.97635 yang mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan syariah tidak berdampak signifikan terhadap keputusan nasabah.

Penelitian dari Robet Andika Saputra dkk., berbeda dengan temuan ini yang menyatakan bahwa nasabah dengan literasi keuangan syariah yang lebih tinggi lebih cenderung memilih produk perbankan syariah karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang manfaat, risiko, dan kepatuhan produk tersebut terhadap prinsip-prinsip Islam. (Saputra *et al.*, 2023) Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan yang mendalam tentang produk keuangan syariah menjadi salah satu penentu utama dalam pengambilan keputusan nasabah. Selain itu, Setiawam menyebutkan bahwa semakin banyak nasabah memahami perbedaan mendasar antara produk syariah dan konvensional, seperti perbedaan antara riba

dan bagi hasil, semakin besar kemungkinan mereka untuk beralih ke produk keuangan syariah. (Setiawan, 2023) Hal ini diperkuat dengan temuan bahwa nasabah dengan literasi yang lebih baik tidak hanya memilih produk perbankan syariah, tetapi juga cenderung lebih loyal terhadap bank syariah yang mereka pilih.

Dalam konteks penelitian ini, hasil temuan menunjukkan bahwa nasabah yang memiliki pemahaman tentang sistem bagi hasil (profit-sharing), zakat, serta investasi halal belum tentu memilih produk perbankan syariah. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah bukan hanya tentang pengenalan produk, tetapi juga tentang pemahaman mendalam terkait implikasi syariah dalam setiap transaksi keuangan. Pratama dan Nisa dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah melalui edukasi yang terstruktur dapat meningkatkan partisipasi nasabah dalam sistem keuangan syariah. (Pratama and Nisa, 2024) Ini menekankan pentingnya peran lembaga keuangan syariah dalam memberikan informasi dan pendidikan keuangan yang relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat. Dengan demikian, literasi keuangan syariah memainkan peran krusial dalam membentuk keputusan nasabah. Bank syariah diharapkan terus melakukan program literasi keuangan syariah yang terfokus, seperti seminar, pelatihan, dan kampanye digital, untuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang produk dan layanan syariah. Ini tidak hanya akan membantu menarik nasabah baru, tetapi juga meningkatkan loyalitas nasabah yang sudah ada.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci dalam industri perbankan, termasuk dalam konteks perbankan syariah. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank, yang mencakup aspek kecepatan, ketepatan, keramahan, dan pemenuhan kebutuhan nasabah sesuai dengan ekspektasi mereka. Dalam konteks perbankan syariah, kualitas pelayanan yang baik bukan hanya berkaitan dengan standar pelayanan umum, tetapi juga dengan nilai-nilai etika syariah, seperti kejujuran, keadilan, dan integritas dalam melayani nasabah. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah. Hasil penelitian dari 150 responden menunjukkan kualitas pelayanan = 2,221 > 1.97635 artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Maulinda, yang menyebutkan bahwa nasabah yang merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh bank syariah lebih cenderung untuk terus menggunakan produk dan layanan bank tersebut. Indah Maulinda juga menekankan bahwa aspek etika dalam layanan syariah, seperti sikap jujur dan transparansi dalam transaksi, menjadi faktor pembeda utama antara perbankan syariah dan konvensional, yang memengaruhi keputusan nasabah. (Maulinda, 2023) Pendapat ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Pramesti dkk., yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik, khususnya yang berlandaskan nilai-nilai syariah, dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah. (Pramesti Rihhadatul Aisy *et al.*, 2023) Selain itu, Suwardi dkk., dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu indikator penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank syariah. (Suwardi and Haryadi, Anton, 2023) Nasabah yang merasa puas dengan pelayanan yang baik, terutama dalam hal penyelesaian masalah, kecepatan transaksi, dan aksesibilitas informasi, akan lebih mungkin

untuk merekomendasikan produk perbankan syariah kepada orang lain. Hal ini menjadi bukti bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak langsung terhadap keputusan nasabah dalam memilih dan mempertahankan produk perbankan syariah.

Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah juga harus memperhatikan kepatuhan terhadap prinsip syariah, terutama dalam memberikan solusi keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Purwanto menyatakan bahwa nasabah perbankan syariah tidak hanya menilai kualitas pelayanan dari sisi teknis, tetapi juga dari sisi moral dan etis. (Purwanto, 2019) Nasabah akan merasa lebih nyaman dan aman ketika mereka yakin bahwa pelayanan yang mereka terima tidak hanya cepat dan efisien, tetapi juga berlandaskan prinsip kejujuran dan keadilan dalam Islam. Dengan demikian, kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam membentuk keputusan nasabah untuk memilih produk perbankan syariah. Pelayanan yang unggul, dikombinasikan dengan nilai-nilai syariah yang kuat, memberikan kepercayaan kepada nasabah bahwa mereka tidak hanya mendapatkan layanan yang baik, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan syariah. Hal ini menjadi alasan utama mengapa bank syariah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak nasabah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Pengaruh Prinsip-Prinsip Tasawuf, Literasi Keuangan Syariah, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Namun bila dilihat secara parsial maka dapat disimpulkan bahwa Prinsip-Prinsip Tasawuf berperan penting dalam membentuk keputusan nasabah, terutama bagi nasabah yang mengedepankan nilai-nilai spiritualitas dan moralitas dalam memilih produk keuangan syariah. Sedangkan Literasi Keuangan Syariah tidak terbukti memiliki dampak positif terhadap keputusan nasabah, hal ini karena tingkat literasi masih bervariasi. Sedangkan Kualitas pelayanan yang mencakup keandalan, responsivitas, dan empati terbukti memberikan pengaruh signifikan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya bank syariah untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan dan menarik nasabah.

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi para praktisi dan akademisi, khususnya dalam bidang perbankan syariah:

1. Bagi Praktisi Perbankan Syariah, penelitian ini menunjukkan pentingnya integrasi nilai-nilai spiritual dalam pelayanan keuangan. Bank syariah harus lebih menekankan prinsip-prinsip tasawuf dalam layanan mereka, selain meningkatkan kualitas pelayanan dan edukasi literasi keuangan syariah kepada nasabah. Setidaknya Praktisi Perbankan Syariah dapat melakukan beberapa hal sebagai berikut:
 - a. Program Edukasi tentang Literasi Keuangan Syariah yang Terintegrasi dengan Nilai Tasawuf, yaitu Perbankan syariah dapat mengadakan program edukasi yang lebih terfokus pada literasi keuangan syariah dengan pendekatan nilai-nilai tasawuf, sehingga nasabah tidak hanya memahami produk tetapi juga menyerap prinsip-prinsip spiritualnya. Program ini dapat mencakup:
 - 1) Pelatihan Berkala untuk Masyarakat Umum dan Calon Nasabah: Workshop atau seminar tentang dasar-dasar keuangan syariah, seperti zakat, wakaf, dan sistem

- bagi hasil, sambil menekankan nilai zuhud, ikhlas, dan tawakkal. Kegiatan ini dapat diadakan di masjid atau komunitas lokal.
- 2) Program Edukasi Khusus untuk UMKM: Mengingat banyaknya UMKM di Indonesia yang memerlukan modal dari perbankan syariah, bank dapat menyediakan materi edukasi yang mengajarkan manajemen keuangan syariah yang etis, bagaimana menghindari riba, dan pentingnya akuntabilitas. Ini dapat membangun loyalitas nasabah UMKM sambil membantu mereka mencapai keberlanjutan bisnis yang lebih stabil dan sesuai syariah.
- b. Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis Nilai Etika dan Spiritualitas, yaitu pelayanan dalam perbankan syariah harus mencerminkan kualitas spiritual dan etika yang tinggi. Untuk itu, saran-saran berikut dapat diterapkan:
 - 1) Pelatihan Layanan Berbasis Empati dan Kejujuran: Melatih staf bank untuk selalu memperlakukan nasabah dengan empati dan transparansi, mencerminkan nilai-nilai tasawuf seperti ikhlas dan keadilan. Dengan demikian, pelayanan dapat dilakukan dengan orientasi pada keberkahan, bukan hanya profit.
 - 2) Layanan Edukasi Individu: Membangun pusat edukasi di cabang-cabang utama, yang menyediakan informasi tentang produk perbankan syariah sekaligus memberikan konsultasi keuangan dengan prinsip syariah. Nasabah akan mendapatkan informasi yang lengkap tentang produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka secara langsung, yang dapat menguatkan keputusan finansial mereka dalam semangat tasawuf.
 - c. Inisiatif Pengembangan Produk Keuangan dengan Dimensi Sosial, yaitu sebagai bagian dari nilai tasawuf yang peduli pada kesejahteraan bersama, bank syariah dapat meluncurkan produk atau layanan berbasis komunitas yang berfokus pada pembangunan sosial, seperti:
 - 1) Program Pembiayaan Wakaf Produktif: Bank dapat menawarkan produk khusus yang memungkinkan nasabah berpartisipasi dalam investasi wakaf produktif, seperti pembangunan infrastruktur sosial. Program ini tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberi dampak positif bagi komunitas.
 - 2) Tabungan Berbasis Nilai Sosial: Mengembangkan produk tabungan yang sebagian dananya dialokasikan untuk tujuan sosial atau keberlanjutan, seperti mendanai proyek ramah lingkungan atau membantu UMKM lokal. Dengan memberikan opsi ini, bank syariah dapat meningkatkan loyalitas nasabah yang ingin berpartisipasi dalam proyek kebaikan bersama.
 - d. Evaluasi dan Monitoring Berkelanjutan terhadap Kualitas Pelayanan, artinya bahwa kualitas pelayanan perbankan syariah perlu diukur dan dievaluasi secara berkala agar terus selaras dengan kebutuhan nasabah dan nilai syariah. Beberapa langkah yang dapat diterapkan adalah:
 - 1) Survei Kepuasan Nasabah secara Rutin: Mengadakan survei tahunan yang menilai kepuasan nasabah dalam dimensi kualitas pelayanan dan kepatuhan syariah, untuk mendapatkan masukan langsung dari nasabah terkait pelayanan yang dapat ditingkatkan.
 - 2) Audit Layanan Berdasarkan Nilai Tasawuf: Melibatkan tim independen untuk melakukan audit terhadap praktik pelayanan dan manajemen risiko dalam operasional bank, memastikan bahwa nilai-nilai tasawuf seperti transparansi, keadilan, dan empati benar-benar diterapkan di setiap tingkat layanan.

Dengan menjalankan program edukasi dan peningkatan pelayanan yang terintegrasi dengan nilai-nilai tasawuf dan literasi keuangan syariah, perbankan syariah di Indonesia dapat membangun hubungan yang lebih dalam dan bermakna dengan nasabah, sambil meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.

2. Bagi Regulator dan Pembuat Kebijakan, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk memperkuat kebijakan yang mendorong peningkatan literasi keuangan syariah, terutama untuk memperluas akses ke masyarakat yang belum sepenuhnya memahami produk keuangan syariah.
3. Bagi Akademisi, penelitian ini membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut mengenai variabel-variabel lain yang memengaruhi keputusan nasabah, seperti pengaruh teknologi finansial syariah atau hubungan antara preferensi nasabah dengan inovasi produk syariah.

Meskipun penelitian ini berhasil membuktikan pengaruh signifikan dari variabel-variabel yang diteliti, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain: pertama, penelitian ini hanya dilakukan pada populasi terbatas dan mungkin belum mencerminkan kondisi yang lebih luas, baik secara nasional maupun global. Keterbatasan ini dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian karena karakteristik demografis, sosial, dan ekonomi dari wilayah penelitian (misalnya, kota atau kabupaten) dapat memengaruhi persepsi nasabah terhadap prinsip tasawuf, literasi keuangan syariah, dan kualitas pelayanan. Penelitian di masa mendatang dapat melibatkan responden dari wilayah yang lebih luas untuk memperkaya hasil penelitian. Kedua, literasi keuangan syariah menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, masih terdapat kesenjangan literasi di masyarakat. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami bagaimana literasi keuangan syariah dapat ditingkatkan secara lebih efektif di berbagai kelompok masyarakat. Saran untuk pengembangan perbankan syariah:

1. Peningkatan Edukasi Literasi Syariah: Bank syariah harus memperkuat program edukasi yang berkaitan dengan literasi keuangan syariah. Program ini sebaiknya dilakukan secara terstruktur dan sistematis, dengan melibatkan berbagai pihak seperti regulator, akademisi, dan komunitas.
2. Peningkatan Kualitas Pelayanan: Bank syariah perlu terus berinovasi dalam memberikan layanan kepada nasabah, terutama dalam hal kecepatan, kemudahan, dan personalisasi layanan. Hal ini akan membantu bank syariah bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.
3. Penguatan Nilai Spiritual: Integrasi nilai-nilai tasawuf dalam praktik perbankan syariah harus dijalankan secara konsisten. Hal ini dapat meningkatkan loyalitas nasabah yang menjadikan spiritualitas sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muqit (2020) 'Makna Zuhud Dalam Kehidupan Prespektif Tafsir Al-Qur'an', *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir dan Pemikiran Islam*, 1(2), pp. 36–51. Available at: <https://doi.org/10.58401/takwiluna.v1i2.235>.
- Aris Priyanto, M. Reza Mahdafi, M.M.S. (2024) 'Spiritualitas Dan Kewirausahaan: Eksplorasi Peran Praktik Tasawuf Dalam Kesuksesan Usaha', *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 26(1), pp. 90–103. Available at: <https://doi.org/10.22373/substantia.v26i1.21897>.
- Astuti, A.R.T. and Faisal, A. (2021) 'Tasawwuf sebagai Lokomotif Syariah Enterprise Theory', *Al Ma' Arief: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 3(1), pp. 12–25. Available at:

- <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/almaarief.v3i1.1538>.
- Dede Arseyani pratamasyari (2022) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Tabungan Emas di Pegadaian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating', *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 4(2), pp. 159–173. Available at: <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.149.159-173>.
- Fauzan, F., Nurul, S. and Ika, M.N. (2023) *Etika Bisnis Dan Profesi*, Indigo Media. Diambil. Tangerang: Indigo Media.
- Handayani, J. (2023) 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah', *Perwira Journal of Economics & Business*, 3(2), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.54199/pjeb.v3i2.212>.
- Ihrom Jaelani, K.M. (2023) 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Lembaga Keuangan Syariah', *EL-ECOSY: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 03(01), pp. 24–35. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.35194/eeki.v3i1.3099.g2864>.
- M. Arzil Khatami, Maulana Yusuf and Nurfitri Martaliah (2024) 'Pengaruh Pemahaman, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah', *AKUNTANSI* 45, 5(1), pp. 107–120. Available at: <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v5i1.2446>.
- Maulinda, I. (2023) 'Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bri Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi', *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), pp. 696–707. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v4i5.1560>.
- Nabila Nurrizki Awalia Effendi and Dicky Tri Prayoga (2024) 'Peran Tasawuf Dalam Meningkatkan Ketahanan Psikologis Pengusaha Muda', *Corona: Jurnal Ilmu Kesehatan Umum, Psikolog, Keperawatan dan Kebidanan*, 2(3), pp. 69–79. Available at: <https://doi.org/10.61132/corona.v2i3.557>.
- OJK (2022) 'Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022', *Otoritas Jasa Keuangan*, pp. 1–3. Available at: <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022/SP - SURVEI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN TAHUN 2022.pdf>.
- OJK (2023) 'Laporan Tahunan 2022', *Otoritas Jasa Keuangan*, p. 368. Available at: <https://www.ojk.go.id/id/data-dan-statistik/laporan-tahunan/Documents/Laporan Tahunan OJK 2022.pdf>.
- Pramesti Rihhadatul Aisy *et al.* (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah', *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1(3), pp. 124–132. Available at: <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i3.115>.
- Pratama, A.I. and Nisa, F.L. (2024) 'Literasi keuangan syariah dan pengaruhnya terhadap ekonomi yang akan datang', *Jurnal Rumpun Manajemen ...*, 1(3), pp. 514–519. Available at: <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jrme/article/view/1740%0Ahttps://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jrme/article/download/1740/1592>.
- Purwanto, H. (2019) 'Manajemen Pelayanan Perbankan Syari'ah', *Syariati: Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hukum*, 5(1), pp. 105–118. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/syariati.v5i01.1189>.
- Santoso, I. and Adawiyah, S.E. (2019) 'Branding Islam dan Religiusitas Individu Pada Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Bank Syariah', *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(1), pp. 1–12. Available at:

- <https://doi.org/10.24853/baskara.2.1.1-12>.
- Saputra, R.A. *et al.* (2023) 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Simpanan BMT Rukun Abadi (Studi Kasus Anggota Koperasi BMT Rukun Abadi)', *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), pp. 63–80. Available at: <https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/Transformasi/article/view/955%0Ahttps://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/Transformasi/article/download/955/864>.
- Setiawan, D. and Mufarihah, S. (2021) 'Tawakal dalam Al-Qur'an Serta Implikasinya dalam Menghadapi Pandemi Covid-19', *Jurnal Online Studi Al-Qur'an*, 17(01), pp. 1–18. Available at: <https://doi.org/10.21009/JSQ.017.1.01>.
- Setiawan, S. (2023) 'Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Citra Bank Syariah', *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(2), pp. 240–251. Available at: <https://doi.org/10.35313/jaief.v3i2.4858>.
- Suardi, G.P. and Haryadi, Anton, W.W. (2023) 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas nasabah Dalam Perbankan Syariah Di Provinsi Lampung Pada Tahun 2023', 2(2), pp. 5–12. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.70371/jseht.v2i2.87>.
- Tamamudin and Prastyani, D. (2024) 'Meningkatkan Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan pada Bank Jateng Syariah Cabang Pekalongan', *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 4(1), pp. 52–59. Available at: <https://doi.org/10.28918/velocity.v4i1.7555>.