

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah di indonesia pada tahun 2023 sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pada tahun 2019 jumlah aset sebesar 9,93%, PYD sebesar 11,01% dan DPK sebesar 11,82%, dan di tahun 2020 jumlah aset mengalami penurunan sebesar 8,08%, sebaliknya PYD mengalami peningkatan sebesar 11,98% serta DPK sebesar 13,11%. Kemudian di tahun 2021 jumlah aset kembali sedikit meningkat menjadi 13,94% dan DPK menjadi 15,30%, serta sebaliknya jumlah PYD mengalami penurunan sangat jauh menjadi 6,90%. Kemudian di tahun 2022 jumlah aset menjadi 15,63%, PYD sebesar 19,93%, dan DPK sebesar 12,93%.

Hadirnya perbankan syariah sangat baik untuk masyarakat, industri besar, menengah, atau bawah, memiliki peran dan pengaruh yang signifikan di Indonesia. Dalam meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap perbankan khususnya di Indonesia, dengan memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan pelayanan transaksi yang aman dan nyaman.(Irawan et al., 2021).



Gambar 1. 1 Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia Tahun 2023

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Hal ini ditunjukkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam laporan perkembangan keuangan syariah di Indonesia pada tahun 2023, industri perbankan saat ini memiliki market share sebesar 7,44% dari total perbankan nasional. Angka tersebut naik sebesar 35 bps dibandingkan dengan market share perbankan syariah pada tahun 2022 yang tercatat sebesar 7,09%. Pencapaian lainnya adalah pembiayaan dan DPK perbankan syariah yang terus mencatatkan pertumbuhan yang double digit. Pembiayaan perbankan syariah saat ini sebesar Rp585,46 triliun, tumbuh 15,72% sementara DPK sebesar Rp684,52 triliun atau tumbuh 10,49% dibandingkan tahun 2022. (Sudarta, 2022).

INDIKATOR UTAMA PERBANKAN SYARIAH 2023					
INDUSTRI PERBANKAN	JUMLAH INSTITUSI	JUMLAH KANTOR	ASET (Rp T)	PYD (Rp T)	DPK (Rp T)
BUS	13	1.967	594,71	368,38	465,93
UUS	20	426	274,28	200,06	203,32
BPRS	173	693	23,18	17,03	15,27
<b>TOTAL</b>	<b>206</b>	<b>3.086</b>	<b>892,17</b>	<b>585,46</b>	<b>684,52</b>

Tabel 1. 1 Indikator Utama Perbankan Syariah 2023

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

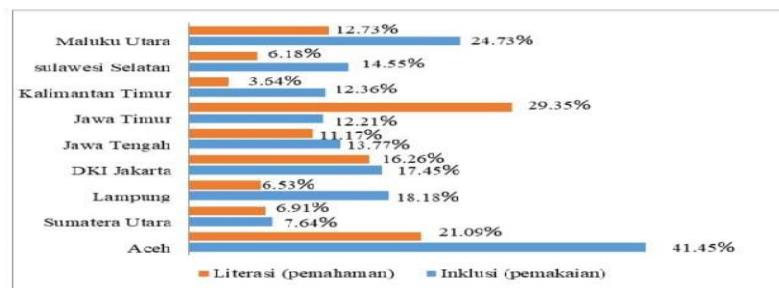
Dari tabel di atas dapat di lihat bahwa industri Perbankan syariah pada tahun 2023, BUS sebanyak 13 institusi, 1.967 kantor, Jumlah aset sebesar 594,71 triliun, pembiayaan yang diberikan (PYD) sebesar 368,38 triliun, dana pihak ketiga (DPK) sebesar 465,93 triliun. Kemudian UUS sebanyak 20 institusi, jumlah kantor sebanyak 426, jumlah aset sebesar 274,28 triliun, PYD sebesar 200,06 triliun, dan DPK sebesar 203,32 triliun. Selanjutnya pada BPRS sebanyak

173 institusi, dan jumlah kantor sebanyak 693, dan aset sebesar 23,18 triliun, PYD sebesar 17,03, DPK sebesar 15,27 triliun. Dari jumlah keseluruhan dapat dilihat di totalkan jumlah institusi sebanyak 206, jumlah kantor sebanyak 3.080, jumlah aset sebesar 892,17 triliun, jumlah PYD sebesar 585,46 triliun, dan jumlah DPK sebesar 684,52 triliun.

Salah satunya BSI yang berada di Kota Lhokseumawe, BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Melalui Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 04/KDK.03/2021 secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Dengan dukungan dan sinergi perusahaan serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. (bsi.co.id, 2021).

Nasabah dalam mengambil keputusan terlebih dahulu akan memperhatikan produk sehingga nasabah akan terus menggunakannya, dan produk BSI harus mampu memenuhi keinginan pasar dengan tetap unggul dari produk bank konvensional. Hal ini akan dapat memberikan gambaran dan informasi yang menjadi sangat penting kepada nasabah dalam menggunakan produk BSI, dapat dilihat pada kondisi sekarang meskipun industri bank syariah sudah berkembang pesat salah satunya di Aceh, ternyata banyak masyarakat yang masih belum mengenal produk yang dimiliki oleh BSI dikarenakan literasi

keuangan yang masih rendah. Literasi keuangan syariah menjadi salah satu faktor dalam mendorong perkembangan inklusi keuangan syariah, yang dimana setiap nasabah dapat mengakses dan memahami produk bank syariah. Keberlanjutan di sektor keuangan syariah yang mencakup dari pangsa pasar dan tingkat keterlibatan serta pemahaman nasabah terhadap barang dan jasa bank syariah, literasi ini berfokus untuk mengukur bagaimana literasi keuangan syariah mempengaruhi keputusan nasabah. BSI seharusnya dapat mengubah strategi dalam meningkatkan literasinya untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan mempertimbangkan seberapa besar literasi mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk yang ada di bank syariah (Hera Susanti, 2023).



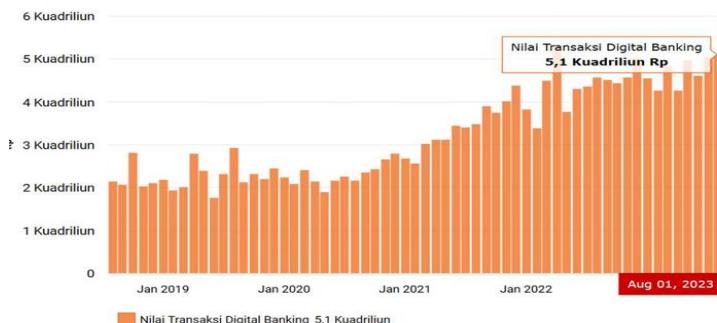
Gambar 1. 2 Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah – Provinsi  
Sumber : Otoritas Jasa Keuangan tahun 2023

Hasil survei OJK menunjukkan bahwa inklusi keuangan selalu menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan literasi keuangan warga negara Indonesia. Demikian juga dengan tingkat inklusi keuangan syariah setiap provinsi yang ada di Indonesia, masyarakat yang menggunakan barang dan jasa keuangan syariah masih belum memahami sepenuhnya mengenai produk bank syariah dengan baik, dapat dilihat Provinsi Aceh dengan tingkat literasi dan inklusi keuangan yang masih dibawah 50%. Berdasarkan pada Qanun Aceh nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang menyatakan bahwa setiap

lembaga keuangan yang beroperasi di Provinsi Aceh harus beroperasi menurut prinsip syariah (Hazmi et al., 2024). Meskipun demikian namun literasi masyarakat yang berada disekitaran Aceh masih belum meningkat terhadap keuangan syariah, dibandingkan dengan provinsi lain yang ada di Indonesia, akan tetapi Aceh masih memiliki indeks inklusi keuangan syariah tertinggi. Penerbitan Qanun LKS (Lembaga Keuangan Syariah), yang dimulai beroperasi pada tahun 2022, berkontribusi pada peningkatan inklusi keuangan di Aceh dengan memanfaatkan layanan lembaga keuangan syariah sangat diperlukan untuk mewujudkan ekonomi Aceh yang adil dan sejahtera di bawah bimbingan syariat Islam dan perluasan lembaga keuangan syariah untuk pelaksanaan di Aceh (Marzuki & Media, 2023). Di sisi lain bahwa pemahaman (literasi) masih sangat rendah dibandingkan dengan Kalimantan Timur, di mana indeks mencapai 29,35%.

Ini menjadi salah satu tantangan bagi BSI dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah di Aceh tepatnya di BSI yang berada di kota Lhokseumawe . Literasi keuangan syariah adalah pengetahuan dan kemampuan untuk menerapkan pemahaman tentang konsep dan risiko untuk membuat keputusan yang efektif tentang keuangan, dalam meningkatkan kesejahteraan finansial baik secara pribadi maupun sosial agar dapat berpartisipasi dalam masyarakat sesuai dengan ajaran Islam (Nasir et al., 2022). BSI Kota Lhokseumawe yang berperan sebagai lembaga intermediasi, agar dapat membangun nasabah yang cerdas dalam mengelola keuangan menjadi sangat penting untuk memahami literasi keuangan saat ini, mengenai pengetahuan

menjadi gaya hidup yang harus dimiliki oleh setiap orang dalam kehidupan jangka panjang, dan meningkatkan literasi masyarakat pada produk BSI. Tujuannya adalah untuk kualitas mereka dalam pengambilan keputusan keuangan individu serta mengubah sikap serta perilaku tentang pengelolaan keuangan. Salah satu kemajuan penting dalam industri perbankan adalah digital banking, yang memberikan akses yang lebih mudah ke perbankan melalui platform internet. Berbagai layanan perbankan termasuk dalam digital banking, yang dapat diakses melalui perangkat elektronik seperti komputer, tablet, atau smartphone. Kombinasi teknologi informasi dan komunikasi dalam setiap aspek aktivitas ekonomi menciptakan era ekonomi digital. Di era ekonomi digital yang semakin berkembang, layanan perbankan ini menjadi lebih mudah diakses.



Gambar 1. 3 Laporan Nilai Transaksi Digital Banking Di Indonesia Bulan Agustus 2023

Laporan menunjukkan bahwa pada bulan Agustus 2023, nilai transaksi digital banking di Indonesia mencapai Rp5,1 quadriliun, atau sekitar \$350 miliar. Nilai ini meningkat sebesar 1,3% dari bulan Juli 2023 dan meningkat sebesar 11,9 persen dari periode yang sama tahun sebelumnya. Internet banking, SMS/mobile banking, dan telepon banking adalah contoh transaksi digital banking (Fatmala Putri & Ratna Sari, 2023). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No.12/POJK.03/2018 mengatur implementasi layanan perbankan digital untuk

bank umum dalam upaya mendukung transformasi digital perbankan. Menurut peraturan tersebut, OJK mendefinisikan layanan perbankan digital sebagai sistem perbankan elektronik yang dirancang dengan mengutamakan penggunaan informasi nasabah. Tujuannya adalah untuk menyediakan layanan yang lebih cepat, mudah, dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dengan memungkinkan pelanggan melakukan transaksi secara mandiri dengan memperhatikan aspek keamanan. Meskipun demikian, kemudahan yang ditawarkan oleh layanan perbankan digital juga membawa risiko yang signifikan terhadap keamanan informasi pribadi pelanggan.

Salah satu contohnya adalah kebocoran data Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tahun 2023. Pada bulan Mei 2023, BSI diduga menjadi sasaran serangan ransomware dari kelompok peretas yang disebut LockBit 3.0. Kelompok peretas dapat mengakses berbagai informasi pelanggan melalui serangan siber tersebut. Ini termasuk nama, konfigurasi host, informasi domain, konfigurasi lokal drive, berbagi jarak jauh, dan perangkat penyimpanan eksternal. Meskipun merupakan bank syariah terbesar di Indonesia, BSI masih menghadapi masalah yang sama seperti industri perbankan lainnya, terutama dalam hal pencurian data pribadi nasabah. (Antoine, 2025). Kemudian pada permasalahan yang terjadi, ketika nasabah datang ke bank, Customer Service tidak sepenuhnya melayani dan memberikan informasi produk yang dimiliki oleh BSI, dikarenakan antrian nasabah yang panjang dan padat sehingga nasabah banyak yang capek dan mengeluh untuk menunggu panggilan di *Customer Service*.

Nasabah juga merasa kecewa kepada satpam dalam melayani mereka dengan kasar dan lambat untuk menunggu nomor antrian panggilan nasabah, satpam memberikan antrian yang masih jauh dibelakang terlebih dahulu untuk dipanggil oleh *Customer Service*. Seharusnya nomor antrian sesuai dengan peraturan yang berlaku, dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, nomor antrian yang sesuai, serta dapat menjelaskan dan memberikan informasi produk BSI agar dapat menjadi suatu kepercayaan bagi nasabah untuk melakukan transaksi dana seperti tabungan serta pembiayaan dan jasa lainnya di BSI Kota Lhokseumawe. Karena pelanggan adalah aset yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan, perusahaan harus memperhatikan pelanggan sebagai faktor utama penting. Jika perusahaan memberikan layanan terbaik, pelanggan akan merasa puas dan loyal. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah bahwa kualitas pelayanan BSI saat ini mengalami kesulitan, pada saat kejadian aplikasi byond bermasalah beberapa hari membuat nasabah tersebut terkendala dalam melakukan transfer uang, hal ini membuat kekecewaan nasabah tersebut pada pelayanan BSI sehingga harapannya kedepan pelayanan tersebut lebih di tingkatkan lagi. Teknologi menjadi kunci utama dalam mempercepat dan memudahkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan syariah serta dapat membantu meningkatkan inklusi keuangan. Dalam hal ini juga bahwa kualitas pelayanan yang diberikan juga sangat penting untuk menarik nasabah dalam mengambil keputusan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, agar pandangan nasabah terhadap layanan yang diberikan dapat dinilai positif oleh

nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk BSI (Bella et al., 2023).

Maka berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Mukhlisin & Suhendri, 2018) mengatakan bahwa BSI harus mampu meningkatkan dan memberikan inovasi baru pada produk dan layanan pihak bank syariah sebagai usaha dalam memanajemen untuk menghadapi nasabah dengan berbagai macam selera, teknologi, dan persaingan yang semakin meningkat. Dengan memberikan pelayanan yang optimal serta berkualitas tinggi tujuannya agar dapat mengurangi dan membantu nasabah atas keluhan yang sedang dihadapinya. Nasabah akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank dan dapat membentuk loyalitas nasabah dan kemungkinan mengurangi perhatian mereka ke bank lain. Keputusan nasabah untuk menggunakan produk seperti tabungan dipengaruhi oleh kesesuaian kebutuhan mereka saat ini, selain itu nasabah juga dapat mempertimbangkan berbagai faktor seperti kemudahan dalam melakukan transaksi, dengan fitur produk dan kualitas layanan sangat penting untuk kepuasan nasabah, karena penyampaian layanan melalui interaksi antara nasabah dengan teknologi seperti *mobile banking* dalam memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan hal tersebut, diharapkan agar BSI Kota Lhokseumawe dapat membuat berbagai macam strategi untuk meningkatkan pangsa pasarnya dan integritas BSI Kota Lhokseumawe, sehingga akan semakin meningkat dengan penerapan prinsip – prinsip syariah dalam sistem operasionalnya, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah dalam pengambilan keputusan. Untuk mencapai tujuan tersebut, BSI harus meningkatkan informasi kepada nasabah

mengenai produk agar dapat mengarahkan nasabah tersebut dan mampu menciptakan interaksi pada pemasaran yaitu promosi melalui media cetak ataupun media sosial serta turun langsung ke lapangan seperti datang ke sekolah – sekolah, membuat spanduk di pinggir jalan, dan di media sosial seperti dalam aplikasi mobile banking yang sekarang ini berganti menjadi Beyond untuk menjelaskan fitur didalam produk BSI.

Karena Fitur produk sangat penting untuk kepuasan nasabah, atau secara langsung mendatangi dari rumah ke rumah atau desa – desa yang memiliki kebutuhan dana dalam mengembangkan usaha mereka agar memudahkan transaksi dan mengajak mereka untuk menggunakan layanan BSI. Promosi juga dapat memberikan informasi tentang keunggulan produk dan jasa dengan tujuan agar membujuk calon nasabah untuk menggunakannya dalam meningkatkan pangsa pasar yang dituju, dapat menstabilkan nilai pasar, memposisikan produk dan jasa, dan membentuk citra yang baik bagi BSI. Oleh karena itu, promosi harus dapat dilakukan secara efektif untuk mencapai target pasar yang akan dituju.(Ramadhani et al., 2021). Karena sangat penting bagi pihak bsi untuk melakukan promosi tentang produk barang dan jasa yang ditawarkan terutama kepada masyarakat di tingkat bawah. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan membuat mereka lebih tertarik untuk bertransaksi (Rozza & Lufna Salsabila, 2024), tetapi saat ini dapat dilihat masih banyak masyarakat yang tidak tahu mengenai produk yang dimiliki BSI seperti konsep dan mekanisme operasionalnya, seperti membuat kegiatan seminar tentang produk

BSI, Workhsop serta diskusi kepada masyarakat dengan harapan agar dapat lebih memahami manfaat produk sehingga membuat nasabah lebih percaya diri.

Berdasarkan observasi, bahwa masih rendahnya promosi produk yang dapat di lihat, maka untuk menarik perhatian masyarakat promosi bisa lebih ditingkatkan dalam berbagai media dan kegiatan pemasaran, mencakup penggunaan media sosial, perbanyak iklan di media massa, serta stand tempat yang strategis, agar meningkatkan kesadaran mereka dan mendorong untuk membuka rekening atau menggunakan layanan BSI (Journal et al., 2024). Karena upaya untuk memberikan informasi, dan menawarkan suatu barang atau jasa kepada masyarakat tetapi juga produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Keputusan nasabah untuk menggunakan produk BSI dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik dari dalam maupun luar nasabah itu sendiri seperti faktor emosional termasuk tingkat religiusitas,yaitu menghindari riba dan menjadi faktor utama bagi nasabah dalam mempertahankan hubungan dengan BSI adalah kepatuhan pada prinsip syariah. Sikap beragama bisa dilihat dari pihak BSI sebagai wujud untuk mendorongnya dan bertindak sesuai dengan tingkat keteguhan kepada agama (Istiqomah et al., 2021).

Dalam prespektif islam religiusitas terdiri dari tiga komponen seperti akidah merupakan kepercayaan dan keimanan, syariah hukum agama yang mencakup ibadah dan muamalah, serta akhlak budi pekerti, lima komponen agama yakni iman sebagai bentuk keyakinan dan hubungan dengan Tuhan serta yang diajarkan dalam agama Islam dengan jumlah dan entitas yang dilakukan, kemudian Ihsan yang mencakup pengalaman, perasaan, dan penghayatan

individu. Tingkat religiusitas dapat dinilai oleh nasabah dari beberapa faktor seperti produk yang dimiliki sesuai dengan syariat islam serta diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah, sikap pegawai dalam kegiatan operasionalnya yaitu sebelum melakukan aktivitas membuat kajian singkat, dan tingkat pemahaman nya terhadap agama, sehingga itu menjadi faktor keputusan nasabah untuk menggunakan produk BSI. Selain itu, dalam konteks islam, aktivitas konsumen secara umum tidak hanya mengedapankan kemanfaatan atau kepuasan saja, namun juga melihat prinsip adanya manfaat dan keberkahan. Bertransaksi berdasarkan prinsip syariah akan mendorong masyarakat umum untuk menggunakan suatu produk tertentu karena akan ada keuntungan apabila seorang muslim mengkonsumsi produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam islam menjadi tolak ukur dalam memberikan cara untuk meningkatkan kesejahteraan manusia seperti sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik berupa materi maupun spiritual. Keimanan memberikan lingkungan moral dalam aktivitas yang berhubungan dengan hati dan penggunaan dalam hal – hal yang efektif.

Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul atas dasar keyakinan dan kepercayaan agama seseorang, sikap keagamaan seperti kondisi dalam diri seseorang yang mendorongnya dan berpegang teguh pada agama (Sahputra & Harahap, 2022). Ini mencakup pada tingkat keyakinan dan ketiaatan seseorang terhadap agama yang di anut serta tingkat kepercayaan mereka terhadap prinsip – prinsip syariat yang sesuai dengan syariat islam. Berdasarkan pada penelitian (R. Muhammad et al., 2022) menyatakan bahwa religiusitas sangat penting karena masyarakat yang sangat religius cenderung lebih aktif mencari

informasi sesuai dengan prinsip – prinsip syariah, religiusitas dapat memengaruhi keputusan mereka dalam situasi ini selain dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang keuangan syariah.

Berdasarkan pada penelitian yang sudah dilakukan oleh (Zuhirsyan & Nurlinda, 2021) yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah”, hasil penelitian menemukan secara serempak bahwa religiusitas, persepsi dan motivasi mempengaruhi keputusan memilih perbankan syariah. Secara parsial motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih perbankan syariah, sedangkan religiusitas memiliki nilai negatif dan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah, begitu juga dengan persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah.

Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh (Rahmadani et al., 2023) yang berjudul “Pengaruh Literasi, Promosi dan Religiusitas terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah di Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen di Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka. Promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen di Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka, Religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan di Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka. Sedangkan pada penelitian (Kiyem, 2022) yang berjudul “Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Mudharabah Dengan

Religiusitas Sebagai Variabel Pemoderasi". Berdasarkan hasil penelitian produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan mudharabah. Sedangkan Promosi, kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan mudharabah.

Adapun batasan pada penelitian ini adalah berfokus pada produk pendanaan tabungan, giro, deposito yang terdiri dari beberapa produk seperti BSI Tabungan Easy Wadiah, BSI Tabungan Bisnis, BSI Tabungan Valas, BSI Tabungan Simpan Pelajar, BSI Tabungan Junior, BSI Tabungan Efek Syariah, BSI Tabungan Haji Indonesia, BSI Tapenas Reguler. Dengan adanya terdapat beberapa perbedaan hasil penelitian sebelumnya (*research gap*) yang dilakukan oleh penelitian terdahulu, maka kondisi ini menjadi suatu hal yang sangat penting dan dapat menarik perhatian penulis untuk dilakukan penelitian selanjutnya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus BSI Kota Lhokseumawe.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka permasalahan yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe ?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe ?
5. Apakah literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, promosi, dan religiusitas berpengaruh terhadap produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, promosi, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah di BSI Kota Lhokseumawe.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Akademisi, diharapkan dapat mengetahui wawasan di bidang perbankan syariah mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah yang di tetapkan pada BSI Kota Lhokseumawe.
2. Bagi Penulis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang ekonomi dan perbankan syariah, serta sebagai sarana ilmiah untuk menerapkan teori selama duduk di bangku kuliah

#### **1.5 Manfaat Praktis**

1. Bagi perbankan, sebagai sarana untuk bank syariah tentang Literasi keuangan syariah dengan memberikan kualitas pelayanan serta promosi dan religiusitas yang diberikan kepada nasabah dalam menggunakan produk BSI di kantor BSI Kota Lhokseumawe agar nasabah akan tertarik terhadap produk BSI.
2. Bagi masyarakat, kami berharap kuesioner ini dapat memberikan informasi dan panduan saat bersiap untuk memulai transaksi di Bank Syariah Indonesia