

Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Menabung di Bank Syariah

Sabrina Ari Septiyani¹, Abdul Jalil²

IAIN Kudus^{1,2}

Email: sabrinasep81@gmail.com¹, djalilmenara@gmail.com²

Abstract

The purpose of this study is to analyze whether there is a significant influence of religiosity, social environment, and lifestyle on the decisions of IAIN Kudus students regarding the choice to save in Islamic banks. This study employs a quantitative approach, utilizing a field study method. The sampling technique used is purposive sampling, involving 100 IAIN Kudus students who have savings accounts in Islamic banks as respondents. Data were collected through online questionnaires using Google Forms. Furthermore, the data were analyzed using SPSS software version 26. The results of the analysis show that lifestyle has a significant positive influence on the decision to save in Islamic banks among IAIN Kudus students, as evidenced by the t -count of 4.363, which is greater than the t -table value of 1.984. On the other hand, religiosity does not significantly influence students' decisions to save in Islamic banks, indicated by the calculated t -count of 1.617, which is smaller than the t -table of 1.984. Similarly, the social environment does not have a significant influence, with a calculated t -count of 0.690, which is also less than the t -table of 1.984.

Keywords: Level of Religiosity; Social Environment; Lifestyle; Saving Decision.

Abstrak

Analisis ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan dari religiusitas, lingkungan sosial, dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa IAIN Kudus dalam memilih menabung di bank syariah adalah tujuan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi lapangan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan melibatkan 100 mahasiswa IAIN Kudus yang memiliki rekening tabungan di bank syariah sebagai responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan software SPSS versi 26. Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa IAIN Kudus, yang terlihat dari t_{hitung} 4,363 lebih besar dari t_{tabel} 1,984. Sementara itu, religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah, ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 1,617 yang lebih kecil dari t_{tabel} 1,984. Demikian pula, lingkungan sosial tidak memberikan pengaruh yang signifikan dengan t_{hitung} 0,690 yang juga kurang dari t_{tabel} 1,984.

Kata Kunci: Tingkat Religiusitas; Lingkungan Sosial; Gaya Hidup; Keputusan Menabung.

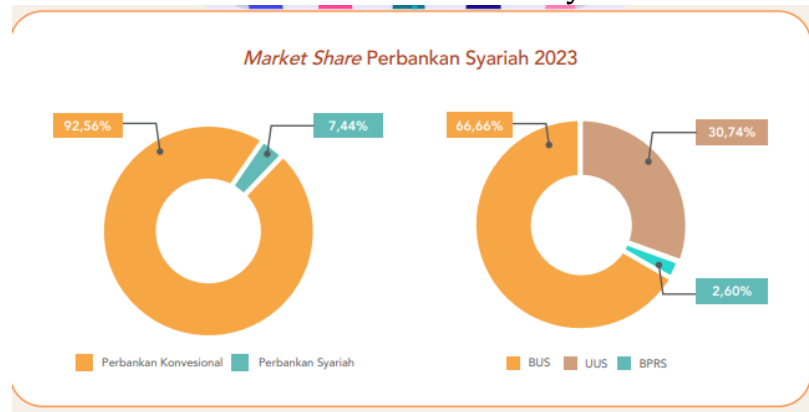
PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, masyarakat Indonesia sangat mengandalkan bank sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi keuangan. Kepercayaan mereka terhadap bank didasarkan pada keyakinan bahwa lembaga ini mampu mengelola transaksi dengan aman, baik untuk menabung, meminjam, maupun menyalurkan dana. Dalam UU Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 dijelaskan bahwa bank adalah lembaga usaha yang berperan dalam menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, kemudian menyalurkannya kembali melalui pinjaman atau instrumen keuangan lainnya untuk mendukung kesejahteraan masyarakat. Sebagai pengelola keuangan, bank memegang peran krusial dalam perekonomian dengan memastikan pengelolaan dana yang optimal dan efisien (Ismail, 2011).

Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, memerlukan keberadaan bank syariah sebagai alternatif layanan keuangan yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Berbeda dengan bank konvensional, bank syariah beroperasi tanpa menerapkan sistem bunga. Dalam layanan perbankan syariah, segala bentuk pembayaran atau penerimaan bunga tidak diperbolehkan. Bank syariah tidak membebankan bunga pada pinjaman yang diberikan kepada nasabah maupun pada simpanan yang dititipkan oleh nasabah. Sebagai gantinya, keuntungan bank syariah diperoleh melalui kesepakatan yang telah ditetapkan antara bank dan nasabah sejak awal. Dalam perbankan syariah, setiap akad atau perjanjian harus memenuhi syarat dan ketentuan yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Ismail, 2011).

Menabung di bank syariah menjadi pilihan bagi umat muslim yang ingin menjalankan prinsip agamanya dengan menghindari sistem bunga dalam kegiatan keuangan. Kepatuhan terhadap ajaran agama mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan tingkat keimanannya. Namun, masih banyak masyarakat muslim yang belum memanfaatkan layanan perbankan syariah, sehingga hal ini menjadi tantangan bagi berbagai pihak. Sedemikian hingga langkah pertama yang perlu dilakukan adalah meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah. Semakin tinggi pemahaman mereka, semakin besar minat untuk memanfaatkan layanan dan produk yang ditawarkan oleh bank syariah (Fadilah et al., 2024).

Gambar 1
Market Share Perbankan Syariah



Sumber: (Keuangan, 2023)

Berdasarkan Gambar 1, diperoleh informasi bahwa perbankan konvensional masih mendominasi lebih dari 90% pangsa pasar, perbankan syariah masih tertinggal cukup signifikan. Pangsa pasar perbankan syariah sendiri terdiri dari tiga sektor utama, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Keuangan, 2023).

Sebelum memilih dan menggunakan suatu produk atau layanan, masyarakat biasanya melalui berbagai pertimbangan yang membangun minat hingga akhirnya berujung pada keputusan pembelian (Rizkina et al., 2024). Faktor yang dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam memilih bank syariah diantaranya adalah sejauh mana keyakinan dan praktik keagamaannya (religiusitas) diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Religiusitas sendiri mencerminkan tindakan seseorang dalam menjalankan ibadah kepada Allah serta berinteraksi dengan masyarakat sesuai dengan nilai-nilai keagamaannya. Bagi sebagian orang, agama memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan keuangan. Cara seseorang menggunakan dan mengelola uang sering kali didasarkan pada tingkat kepatuhannya terhadap ajaran agama. Penelitian oleh (Nurmaeni et al., 2020) menunjukkan bahwa keyakinan religius seorang nasabah secara signifikan memengaruhi keputusan mereka dalam memilih menabung di bank syariah. Berbeda dengan penelitian (Pramudani & Fithria, 2021) menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Perspektif lain yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan bank syariah adalah faktor lingkungan sosial. Lingkungan sosial adalah semua yang mencakup di dunia nyata, seperti rumah, sekolah, kampus, dan komunitas (Irayani Riza Mega & Kristanto Rudi Suryo, 2022). Selain itu juga ada gaya hidup juga memengaruhi keputusan

menabung di perbankan syariah. Dalam kehidupan, tidak terlepas dari cara hidup yang dipilih setiap orang. Salah satu kebutuhan sekunder manusia dalam mengeskpresikan dirinya adalah gaya hidup (Andriani et al., 2023).

Hasil studi (Rafiqa Hastharita, 2020) mengungkapkan bahwa faktor lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan bank syariah. Sementara itu, studi oleh (Nugraha et al., 2024) menunjukkan bahwa gaya hidup berperan dalam mendorong seseorang untuk menabung di bank syariah dengan dampak yang positif dan signifikan.

Lebih lanjut, dalam penelitian ini, objek yang dipilih adalah mahasiswa IAIN Kudus. Hal ini disebabkan oleh karakteristik unik Generasi Z dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk dalam memilih untuk menabung di bank syariah. Selain itu, sebagai mahasiswa di institusi berbasis Islam, memungkinkan adanya kecenderungan memiliki tingkat religiusitas yang lebih tinggi, sehingga relevan untuk meneliti bagaimana faktor keagamaan memengaruhi keputusan mereka dalam menabung. Lingkungan sosial kampus yang mendukung sistem ekonomi syariah serta gaya hidup digital yang semakin berkembang juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi preferensi mereka terhadap layanan perbankan syariah.

Perbankan syariah masih menghadapi tantangan dalam mencapai pertumbuhan yang signifikan, meskipun mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Salah satu penyebab utamanya adalah minimnya pemahaman masyarakat mengenai konsep perbankan syariah. Masih banyak masyarakat yang kesulitan membedakan antara bank syariah dan bank konvensional. Bahkan, sebagian orang beranggapan bahwa perbankan syariah hanya mengganti istilah bunga dengan label "Islam". Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana keputusan menabung dipengaruhi oleh faktor religiusitas, lingkungan sosial, dan gaya hidup di kalangan Generasi Z khususnya mahasiswa IAIN Kudus.

KAJIAN LITERATUR

Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan kajian yang membahas cara individu, kelompok, atau organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengelola produk atau layanan guna memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka. Berbagai faktor turut memengaruhi proses pengambilan keputusan dalam aktivitas ini. Unsur-unsur sosial termasuk keluarga, kelompok teman sebaya, peran sosial, dan status adalah beberapa di antaranya. Selanjutnya faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap konsumen. Adapun faktor budaya seperti *subcultural* dan kelas sosial yang memengaruhi nilai dan norma konsumen. Selain itu, faktor pribadi seperti usia, jenis pekerjaan,

kondisi keuangan, gaya hidup, serta tahapan dalam siklus kehidupan keluarga juga turut berpengaruh (Ismail, 2011).

Perilaku konsumen mencakup dua aspek utama, yaitu proses pengambilan keputusan dan tindakan nyata yang dilakukan. Kedua aspek ini melibatkan individu dalam mengevaluasi, membeli, serta menggunakan barang dan jasa. Konsumen melakukan pembelian dengan tujuan mendapatkan manfaat dari produk atau layanan yang mereka gunakan. Dengan demikian, penelitian mengenai perilaku konsumen tidak hanya berfokus pada jenis produk atau layanan yang dibeli dan dikonsumsi, tetapi juga mencakup aspek lokasi, kebiasaan konsumen, serta situasi atau kondisi yang memengaruhi keputusan dalam memilih dan menggunakan produk/jasa tersebut.

Religiusitas

Religiusitas adalah ukuran seberapa dalam keyakinan dan sikap seseorang terhadap agama yang dianutnya serta bagaimana mereka mempraktikkan ritual keagamaan baik dalam hubungan dengan Tuhan maupun sesama dalam usaha untuk menemukan makna dan kebahagiaan hidup (Supiani et al., 2021). Menurut Glock dan Stark, religiusitas dapat dikategorikan ke dalam lima dimensi, yaitu:

1. Keyakinan

Dimensi ini menggambarkan seberapa kuat keyakinan seorang muslim terhadap ajaran agamanya, khususnya yang bersifat mendasar dan dogmatis.

2. Praktik agama

Dimensi praktik ini menunjukkan sejauh mana seseorang berkomitmen dan mematuhi ajaran agamanya, yang tercermin dalam pelaksanaan ritual dan ibadah.

3. Pengalaman

Dimensi ini menggambarkan sejauh mana seseorang mengalami dan merasakan aspek spiritual dalam kehidupannya. Pengalaman tersebut dapat terwujud dalam berbagai bentuk, seperti rasa syukur kepada Allah, keyakinan bahwa doa akan dikabulkan, kekhusyukan dalam shalat, ketenangan hati saat mendengar ayat-ayat Al-Qur'an, perasaan aman karena bersedekah, serta keyakinan bahwa Allah adalah Maha Pemberi rezeki, dan lain sebagainya.

4. Pengetahuan agama

Dimensi ini mengukur sejauh mana seorang muslim memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang ajaran agamanya, khususnya prinsip-prinsip dasar yang terdapat dalam Al-Qur'an.

5. Konsekuensi

Dimensi ini mencerminkan sejauh mana ajaran agama mempengaruhi perilaku seorang muslim dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut tampak dalam sikap ketakwaan, yaitu dengan menjauhi larangan-Nya

dan menaati perintah-Nya. Wujud dari perilaku ini antara lain membantu sesama, bersedekah, bersikap adil, jujur, menghindari korupsi, tidak mengonsumsi minuman beralkohol, menjauhi perjudian, serta menghindari praktik prostitusi atau pergaulan bebas, dan lain sebagainya

Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merujuk pada hubungan dan interaksi yang terjadi antara individu dengan lingkungan di sekitarnya, yang mencakup berbagai makhluk hidup, termasuk sesama manusia. Lingkungan sosial memiliki peran penting dalam membentuk kepribadian seseorang. Interaksi sosial pertama kali dialami dalam lingkungan keluarga, yang berfungsi sebagai tempat awal bagi individu untuk berinteraksi dengan orang lain serta berpengaruh terhadap perilaku dan perkembangan kepribadiannya (Muchamad Bagus Satrio Wibowo & Muhammad Iqbal, 2022).

Peter & Osmon mengemukakan lingkungan sosial dibedakan menjadi 2, yaitu (Sandria et al., 2018):

1. Lingkungan sosial makro

Lingkungan sosial makro merujuk pada interaksi sosial yang terjadi secara tidak langsung dalam kelompok yang lebih besar atau luas.

2. Lingkungan sosial mikro

Lingkungan sosial mikro merujuk pada interaksi berlangsung dimana ruang lingkup interaksinya lebih kecil dan sempit seperti keluarga sehingga terdapat pengaruh langsung.

Gaya Hidup

Menurut Mowen dan Setiadi, gaya hidup dapat diartikan sebagai cara seseorang dalam mengatur waktu dan mengelola keuangannya. Secara lebih luas, gaya hidup mencerminkan cara seseorang menjalani kehidupannya, yang dapat terlihat dari aktivitas, minat, serta pandangannya dalam menggunakan waktu dan sumber daya finansial. Sementara itu, Hawkins menjelaskan bahwa gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang menjalankan aktivitasnya, termasuk dalam proses pembelian, penggunaan, serta pengalaman terhadap suatu produk. (Susilo et al., 2019).

Secara umum, jenis gaya hidup konsumen terdiri dari beberapa kategori, yang tentu saja berbeda satu sama lain. Berikut adalah penjelasannya menurut Donni Juni Priansa:

1. Gaya hidup mandiri

Gaya hidup mandiri populer di kehidupan perkotaan, yang memungkinkan individu untuk membuat pilihan yang bertanggung jawab dan menggunakan inovasi dan kreativitas untuk mendukung kemandiriannya.

2. Gaya hidup modern

Di dunia yang sangat praktis dan modern saat ini, masyarakat dituntut untuk tetap unggul dalam berbagai hal termasuk teknologi. Gaya hidup digital sangat terkait dengan gaya hidup modern.

3. Gaya hidup sehat

Menerapkan gaya hidup sehat merupakan keputusan yang sederhana namun sangat bijak. Hal ini mencakup pola makan yang seimbang, cara berpikir yang positif, kebiasaan yang baik, serta lingkungan yang mendukung kesehatan.

4. Gaya hidup hedonis

Ini adalah gaya hidup di mana tujuan aktivitasnya adalah dorongan untuk mendapatkan kenikmatan, yang diwujudkan melalui kegiatan-kegiatan seperti sering keluar rumah, bersenang-senang, menikmati suasana kota, dan membeli barang-barang mahal yang disukai.

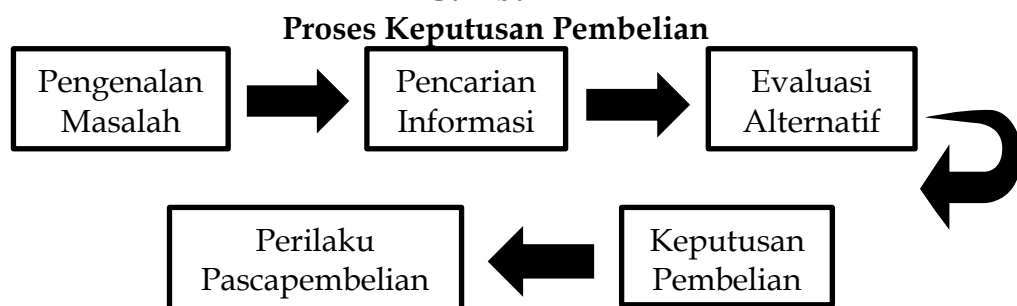
5. Gaya hidup hemat

Konsumen yang dapat berpikir secara eksklusif tentang masalah keuangan adalah mereka yang menjalani gaya hidup hemat. Sebelum menggunakan produk, konsumen pertama-tama akan mengevaluasi harga di berbagai pengecer.

Keputusan

Menurut Salusu menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah proses memilih cara terbaik untuk bertindak dalam situasi tertentu (Usvita, 2021). Menurut Schiffman dan Kanuk, keputusan pembelian adalah proses dalam menentukan pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia. Agar dapat membuat keputusan, seseorang perlu memiliki lebih dari satu opsi untuk dipertimbangkan. Proses ini juga berpengaruh terhadap cara seseorang dalam melakukan pembelian (Schiffman & Kanuk, 2000).

Gambar 2



Sumber: (Schiffman & Kanuk, 2000)

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif dengan metode studi lapangan digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling*, yakni *purposive sampling*. Berdasarkan perhitungan dengan rumus Lemeshow, jumlah sampel yang diperoleh adalah 96,04,

kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Kudus yang menggunakan layanan bank syariah.

PEMBAHASAN

Karakteristik responden berupa jenis kelamin adalah sebagai berikut. Bahwa sebagian besar responden (83%) adalah perempuan.

Tabel 1
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	17	17%
Perempuan	83	83%

Sumber: Data Diolah (2025)

Tabel 2
Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Correct Item Total Correlation (r hitung)	rtabel	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	0,378	0,195	Valid
	X1.2	0,460	0,195	Valid
	X1.3	0,834	0,195	Valid
	X1.4	0,712	0,195	Valid
	X1.5	0,810	0,195	Valid
	X1.6	0,736	0,195	Valid
Lingkungan Sosial (X2)	X2.1	0,489	0,195	Valid
	X2.2	0,721	0,195	Valid
	X2.3	0,787	0,195	Valid
	X2.4	0,663	0,195	Valid
	X2.5	0,830	0,195	Valid
	X2.6	0,628	0,195	Valid
Gaya Hidup (X3)	X3.1	0,522	0,195	Valid
	X3.2	0,782	0,195	Valid
	X3.3	0,857	0,195	Valid
	X3.4	0,652	0,195	Valid
	X3.5	0,802	0,195	Valid
Keputusan Menabung(Y)	Y1	0,781	0,195	Valid
	Y2	0,707	0,195	Valid
	Y3	0,797	0,195	Valid
	Y4	0,618	0,195	Valid
	Y5	0,756	0,195	Valid
	Y6	0,716	0,195	Valid

Sumer: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 2 dapat dikatakan bahwa setiap pernyataan pada variabel religiusitas, lingkungan sosial, gaya hidup, dan keputusan dikatakan valid. Hal tersebut diperoleh berdasar hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Normalitas

Peneliti melakukan pengujian normalitas untuk menentukan apakah penelitian ini terdistribusi normal atau tidak normal dalam variabelnya.

Tabel 3

Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig (2-tailed)	0,200

Sumer: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Hasil uji normalitas dari Tabel 3, nilai Kolmogorov-Smirnov yang diperoleh sebesar 0,200. Nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menilai apakah terdapat korelasi atau keterkaitan antarvariabel independen dalam model regresi.

Tabel 4

Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Religiusitas	0,746	1,341
Lingkungan Sosial	0,398	2,512
Gaya Hidup	0,452	2,212

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Sesuai dengan informasi Tabel 4 tersebut, bisa dijelaskan bahwa setiap variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5

Uji Heteroskedastisitas

Model	Signifikansi
Tingkat Religiusitas	0,170
Lingkungan Sosial	0,318
Gaya Hidup	0,353

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji Glejser pada Tabel 5, bahwa setiap variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std. error
(constant)	10,020	2,727
Tingkat Religiusitas	0,185	0,115
Lingkungan Sosial	0,062	0,090
Gaya Hidup	0,451	0,103

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan persamaan regresi linier yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dijabarkan berikut ini:

1. Konstanta sebesar 10,020 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel, yaitu religiusitas (X1), lingkungan sosial (X2), dan gaya hidup (X3), bernilai 0, dengan demikian, keputusan untuk menabung di bank syariah (Y) tetap memiliki nilai sebesar 10,020.
2. Koefisien religiusitas (X1) dengan nilai 0,185 menandakan bahwa jika religiusitas mengalami kenaikan satu satuan, dengan demikian keputusan untuk menabung di bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,185.
3. Koefisien lingkungan sosial (X2) dengan nilai 0,062 mengindikasikan bahwa jika lingkungan sosial mengalami peningkatan satu satuan, maka keputusan untuk menabung di bank syariah sebesar 0,062.
4. Koefisien gaya hidup (X3) dengan nilai 0,451 mengindikasikan bahwa jika gaya hidup mengalami peningkatan satu satuan, maka keputusan untuk menabung di bank syariah sebesar 0,451.

Tabel 7
Hasil Uji R^2 Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 ^a	.418	.399	2.20542

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,399 menunjukkan bahwa sebesar 39,9% variasi dalam keputusan menabung di bank syariah dapat dijelaskan oleh faktor religiusitas, lingkungan sosial, dan gaya hidup. Sementara itu, sebesar 60,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil Uji t

Tabel 8
Hasil Uji t

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.020	2.727		3.675	.000
	Religiusitas	.185	.115	.146	1.617	.109
	Lingkungan Sosial	.062	.090	.085	.690	.492
	Gaya Hidup	.451	.103	.505	4.363	.000

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 8, dapat dijelaskan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji t pada variabel religiusitas (X_1), diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,617 < t_{tabel}$ sebesar 1,984. Selain itu, tingkat signifikansi yang di dapatkan adalah $0,109 > 0,05$. Berarti penerimaan H_0 . Dengan demikian, diperoleh simpulan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Selaras dengan penelitian Pramudani & Fithria (2021) yang menunjukkan bahwa tingkat religiusitas seseorang tidak berpengaruh pada keputusan untuk menabung di bank berbasis Islam. Religiusitas tidak selalu menjadi faktor utama dalam meningkatkan keputusan menabung mahasiswa IAIN Kudus di bank syariah. Hal ini dikarenakan seseorang belum tentu mengerti dan paham mengenai produk yang ditawarkan bank syariah serta hukum transaksinya. Mereka mungkin melihat bank syariah hanya sebagai alternatif tanpa memahami perbedaannya dengan bank konvensional.
2. Nilai t pada variabel lingkungan sosial (X_2) sebesar 0,690 yang mana kurang dari $t_{tabel} = 1,984$, dengan tingkat signifikansi $0,492 > 0,05$. Hal ini mengindikasikan penerimaan H_0 . Dengan demikian, variabel lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Hasil ini sejalan dengan Helfmia dan Syafruddin (2024), bahwa lingkungan sosial tidak mempunyai dampak besar terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah. Hal ini dikarenakan Generasi Z di lingkungan mahasiswa IAIN Kudus lebih mengandalkan preferensi pribadi dan akses informasi digital dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam menabung di bank syariah. Mereka cenderung mengevaluasi produk keuangan berdasarkan kemudahan layanan digital dan manfaat ekonomi, bukan karena dorongan atau pengaruh lingkungan sosial seperti keluarga, teman, atau komunitas sekitar.
3. Hasil uji t pada variabel gaya hidup (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,363 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi

0,000. Berarti H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari gaya hidup terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Riris dan Syaparuddin (2024) yang menyatakan bahwa gaya hidup secara positif dan signifikan memengaruhi keputusan menabung di bank umum syariah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa IAIN Kudus untuk menabung di bank syariah. Gaya hidup berperan besar dalam membentuk kebiasaan dan keputusan mahasiswa untuk menabung karena faktor kesadaran, pengendalian konsumsi, dan aksesibilitas alat-alat pendukung keuangan. Faktor ini diperkuat oleh kemudahan akses layanan digital dari bank syariah yang sesuai dengan karakteristik gaya hidup generasi Z yang serba cepat, praktis, dan berbasis teknologi.

KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu, religiusitas tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan mahasiswa IAIN Kudus untuk menabung di perbankan syariah. Masih terdapat persepsi bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara bank syariah dan bank konvensional, sehingga nilai religius tidak menjadi pertimbangan utama dalam memilih tempat menabung. Lingkungan sosial juga tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa IAIN Kudus untuk menabung di perbankan syariah. Hal ini dikarenakan keputusan finansial cenderung bersifat individual dan didasarkan pada pertimbangan pribadi, seperti kenyamanan layanan dan kebutuhan praktis. Mahasiswa lebih memilih berdasarkan preferensi sendiri daripada mengikuti pengaruh teman, keluarga, atau lingkungan sekitar. Sementara gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa IAIN Kudus untuk menabung di perbankan syariah, karena mahasiswa cenderung memilih layanan keuangan yang sesuai dengan kebiasaan dan preferensi hidup mereka, seperti penggunaan mobile banking, efisiensi transaksi, dan citra modern dari bank syariah. Semakin selaras gaya hidup mahasiswa dengan fitur dan layanan yang ditawarkan bank syariah, semakin besar kecenderungan mereka untuk memilihnya sebagai tempat menabung.

Bank syariah disarankan untuk menyesuaikan layanan dengan gaya hidup mahasiswa, seperti penguatan digital banking dan citra modern, agar lebih menarik bagi segmen muda. Mahasiswa juga perlu meningkatkan literasi keuangan agar keputusan menabung lebih bijak dan terencana. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel ke berbagai daerah atau menambah variabel seperti literasi keuangan atau persepsi risiko juga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku menabung. Kontribusi utama penelitian ini adalah

menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh nyata terhadap keputusan menabung, memberikan sudut pandang baru bagi akademisi dan pelaku industri keuangan dalam memahami perilaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D., Choirunnisak, C., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Generasi Milenial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Palembang (Studi Kasus UIGM dan STEBIS IGM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 387–400. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.239>
- Fadilah, S., Hasanah, N., & Hasanah, Q. (2024). Pentingnya Literasi Syariah pada Gen-Z. *Republika*. <https://www.republika.id/posts/49884/pentingnya-literasi-syariah-pada-gen-z>
- Helfmia Ristyanty Karta Eka Praja, & Syafrudin Arif Marah Manunggal. (2024). Persepsi tentang Pengaruh Lingkungan Sosial, Lokasi, Pengetahuan dan Religiusitas Masyarakat terhadap Keputusan dalam Penggunaan Produk Penghimpunan Dana di Bank Syariah Indonesia Cabang Trenggalek. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8), 5297–5311. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.2198>
- Irayani Riza Mega, & Kristanto Rudi Suryo. (2022). Pengaruh Pengetahuan tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Uang Saku terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. X(2). <https://doi.org/10.35829/magisma.v10i2.228>
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah (Pertama)*. Prenadamedia Group.
- Kuangan, O. J. (2023). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2023*. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Documents/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-Tahun-2023.pdf>
- Muchamad Bagus Satrio Wibowo, & Muhammad Iqbal. (2022). Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Malia*. 13(1), 93–106. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2795>
- Nugraha, R. A., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). The Effect of Pocket Money and Lifestyle on Saving Interests in Students of Muhammadiyah 2 Cikampek Karawang Vocational High School. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*. 7(5), 4637–4651.
- Nurmaeni, R., Hasanah, S., & Widowati, M. (2020). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 303–312. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5730](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5730)
- Pramudani, M. P., & Fithria, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 5(2), 207. <https://doi.org/10.35448/jiec.v5i2.11614>
- Rafiqah Hastharita. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah

- Memilih Jasa Bank Syariah di Makassar. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1). <https://doi.org/10.26618/j-hes.v4i01.3586>
- Rizkina, E., Adha, M. A., & Wijaya, A. P. (2024). Effects of Brand Image, Rate of Profit-Sharing Ratio, Contract Application, and Trust on The Customers' Decision to Save at Islamic Banks. *JIMEBIS –Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 34–42. <https://doi.org/10.22373/jimebis.v5i1.571>.
- Sandria, W. (2018). Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Jambi). *Jurnal Development*, 6(2), 178–190. <https://doi.org/10.53978/jd.v6i2.114>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*. Prentice Hall International.
- Supiani, S., Rahmat, F., & Budiman, F. (2021). Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 49. <https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2618>
- Susilo, J. H., Wuryaningsih, & Kholilurrohman, M. (2019). Perilaku Gaya Hidup Generasi Muda dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Investasi Islam*, 4(1), 1–18. <https://doi.org/10.32505/jurnal%20investasi%20islam.v4i1.1254>
- Usvita, M. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Menabung pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i1.339>