

ABSTRAK

Nurul Fadila Rahmat, 2024. “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Adopsi Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI)*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Adzan Noor Bakri.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Adopsi Produk Oleh Masyarakat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BSI. Penelitian ini bertujuan membuktikan pengaruh langsung literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap adopsi produk tabungan haji di BSI.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini yakni masyarakat yang telah menggunakan produk tabungan haji di Desa Pacciro. Sampel penelitian ini sebanyak 136 responden, diambil melalui teknik pengumpulan sampel dengan *simple random sampling* (random sederhana). Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan angket/kuesioner, selanjutnya teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda dengan menggunakan uji asumsi klasik, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi R^2 dengan bantuan program *SPSS 22*.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara literasi keuangan syariah dan religiusitas dengan adopsi produk tabungan haji di BSI. Analisis statistik menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap adopsi produk tabungan haji adalah 0,752 artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah dan religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi produk tabungan haji di BSI.

Temuan dari penelitian tersebut dapat memberikan wawasan yang berharga bagi strategi pemasaran produk keuangan syariah. Dengan mengetahui bahwa literasi keuangan syariah dan religiusitas mempengaruhi adopsi produk, institusi keuangan dapat mengarahkan upaya pemasaran mereka untuk lebih menekankan pada edukasi dan komunikasi yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Selain itu, pemahaman lebih dalam tentang bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi keputusan ekonomi individu dapat membantu dalam merancang produk-produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat Muslim. Misalnya, menyertakan fitur-fitur yang menarik bagi mereka yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi atau menyediakan sumber daya pendidikan keuangan yang berfokus pada prinsip-prinsip syariah.

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Adopsi Produk Tabungan Haji Di BSI.