

Determinan Keputusan Investasi Deposito Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia

Friska Efia Akwila¹, Adi Mansah²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email Correspondence : friskaefia@gmail.com

Kata Kunci :

Literasi Keuangan Syariah;
Pengalaman Penggunaan
Produk; Keputusan
Investasi Deposito Syariah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran literasi keuangan syariah, kepercayaan terhadap bank syariah, dan pengalaman penggunaan produk syariah dalam menentukan keputusan investasi deposito syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan teknik purposive sampling terhadap 111 nasabah BSI wilayah Tangerang Selatan yang pernah atau sedang menggunakan produk deposito syariah. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) berbantuan SmartPLS 4. Hasil evaluasi outer model menunjukkan seluruh indikator valid dengan nilai outer loading di atas 0,708, sementara evaluasi model struktural menghasilkan nilai R^2 sebesar 0,695 yang tergolong kuat. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman aktual nasabah dalam berinteraksi dengan produk dan layanan bank syariah menjadi faktor paling dominan dibandingkan pengetahuan maupun kepercayaan kognitif semata. Refleksi tauhid atas temuan ini menegaskan bahwa keputusan berinvestasi merupakan bentuk ikhtiar menjaga amanah harta yang harus dilandasi kesadaran spiritual, bukan sekadar pertimbangan rasional. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kualitas layanan dan pengalaman digital nasabah sebagai strategi utama peningkatan partisipasi investasi deposito syariah.

Keywords :

Islamic Financial Literacy;
Product Usage Experience;
Islamic Time Deposit
Investment Decision

Abstract

This study analyzes the role of Islamic financial literacy, trust in Islamic banks, and product usage experience in determining sharia deposit investment decisions among Bank Syariah Indonesia (BSI) customers. Using a quantitative causal-associative approach, 111 BSI customers in South Tangerang who had used or were using sharia deposit products were selected through purposive sampling. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. These findings indicate that customers' actual experience with sharia bank products and services is the most dominant factor,

more influential than cognitive knowledge or trust alone. A tawhidic reflection on these findings affirms that an investment decision represents an effort (ikhtiar) to safeguard entrusted wealth (amanah), grounded in spiritual awareness rather than rational considerations alone. The study recommends strengthening service quality and digital customer experience as the primary strategy for increasing participation in sharia deposit investment.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY-SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Otoritas Jasa Keuangan (2026) mencatat bahwa total aset perbankan syariah nasional telah mencapai Rp781,77 triliun dengan pangsa pasar sebesar 7,12% dari total aset perbankan nasional, capaian yang didorong oleh peningkatan literasi, inovasi produk, dan digitalisasi layanan keuangan. Salah satu produk yang paling diminati adalah deposito syariah, yang menawarkan imbal hasil kompetitif berbasis akad mudharabah serta dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Secara yuridis, keabsahan produk ini diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito, yang menegaskan bahwa deposito syariah menggunakan skema bagi hasil (profit and loss sharing) antara nasabah sebagai shahibul maal dan bank sebagai mudharib (DSN-MUI, 2000).

Tren pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) syariah terus meningkat dari 6,07% pada 2020 menjadi 6,94% pada 2023 (OJK, 2023), pangsa pasarnya masih jauh tertinggal dibandingkan DPK konvensional. Kondisi ini erat kaitannya dengan rendahnya tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia, yang menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan hanya berada pada angka 9,14%, jauh di bawah tingkat literasi keuangan nasional sebesar 49,68% (OJK, 2022). Rendahnya literasi ini berpotensi menyebabkan masyarakat belum mampu membedakan secara jelas mekanisme bunga pada perbankan konvensional dengan mekanisme bagi hasil pada perbankan syariah sebagaimana ditegaskan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 1/DSN-MUI/X/2004 tentang Bunga.

Selain literasi, kepercayaan terhadap bank syariah turut menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi. Sebagian masyarakat masih memandang bank syariah tidak sepenuhnya berbeda dari bank konvensional, terutama dalam mekanisme bagi hasil dan penentuan margin, sehingga menurunkan minat masyarakat untuk beralih ke produk investasi syariah. Di sisi lain, pengalaman penggunaan produk syariah, misalnya melalui layanan tabungan atau aplikasi digital seperti BSI Mobile, dipandang mampu memperkuat pemahaman dan keyakinan nasabah untuk meningkatkan investasinya pada deposito syariah.

Kajian terdahulu menunjukkan bahwa penelitian mengenai determinan keputusan keuangan syariah masih didominasi pada penggunaan produk perbankan

syariah secara umum atau keputusan menjadi nasabah. Arifin (2022), Azri et al. (2024), dan Jamila et al. (2025) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk perbankan syariah. Setiawan (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap bank syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah, sedangkan Widiaty et al. (2025) membuktikan bahwa pengalaman penggunaan produk memengaruhi keputusan penggunaan layanan perbankan syariah.

Penelitian-penelitian sebelumnya belum banyak yang secara khusus menempatkan keputusan investasi deposito syariah sebagai perilaku keuangan aktual yang diuji secara simultan dengan tiga determinan utama, yaitu literasi keuangan syariah, kepercayaan terhadap bank syariah, dan pengalaman penggunaan produk. Keterbatasan tersebut menjadi *research gap* sekaligus urgensi penelitian ini dilakukan, dengan tujuan menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan investasi deposito pada nasabah Bank Syariah Indonesia. Secara akademik, penelitian ini memperluas penerapan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dalam menjelaskan perilaku investasi syariah aktual. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi masukan bagi Bank Syariah Indonesia dan regulator dalam meningkatkan partisipasi investasi masyarakat melalui penguatan literasi keuangan syariah, peningkatan kepercayaan, serta penciptaan pengalaman penggunaan produk yang lebih baik.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan individu dalam memahami serta menggunakan produk dan layanan keuangan syariah agar mampu mengambil keputusan keuangan yang tepat sesuai ketentuan syariah (OJK, 2022). Sardari dan Rinaldy (2025) menegaskan bahwa literasi ini mencakup pemahaman terhadap akad-akad syariah seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, dan ijarah, termasuk mekanisme bagi hasil dan pembagian risiko. Dalam kerangka Islamic Financial Behavior Theory, Iqbal dan Mirakhor (2011) menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah terdiri atas dimensi kognitif, afektif, dan perilaku yang bersama-sama membentuk dasar pengambilan keputusan yang selaras dengan nilai keadilan dan keberkahan.

Kepercayaan terhadap Bank Syariah

Kepercayaan (trust) merupakan fondasi utama hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan (Sinaga & Akbar, 2025). Novianto dan Nisa (2024) mendefinisikan kepercayaan terhadap bank syariah sebagai keyakinan nasabah terhadap integritas, kompetensi, dan kepatuhan syariah lembaga dalam mengelola dana secara amanah dan transparan. Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan bahwa kepercayaan terbentuk dari dua elemen utama, yaitu keandalan (reliability) dan integritas (integrity), yang dalam konteks bank syariah tercermin dari stabilitas kinerja, kualitas layanan,

kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) sebagaimana diamanatkan Fatwa DSN-MUI Nomor 01/DSN-MUI/IV/2000.

Pengalaman Penggunaan Produk Syariah

Pengalaman penggunaan produk syariah mencerminkan interaksi langsung nasabah dengan produk dan layanan keuangan Islam, mencakup respons emosional dan kognitif selama interaksi tersebut (Kotler & Keller, 2016). Widiaty et al. (2025) dan Garbo dan Ichsan (2024) menemukan bahwa pengalaman positif meningkatkan persepsi nilai, kepuasan, dan loyalitas nasabah, dengan dimensi meliputi frekuensi penggunaan, kepuasan layanan, kemudahan akses digital, dan persepsi kepatuhan syariah.

Keputusan Investasi Deposito Syariah

Keputusan investasi deposito syariah merupakan hasil pertimbangan nasabah dalam menempatkan dana pada produk deposito berbasis prinsip syariah, yang tidak hanya didasarkan pada aspek keuntungan tetapi juga pada kepatuhan syariah dan nilai keberkahan (Aisyah et al., 2026). Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), perilaku investasi dipengaruhi oleh sikap (attitude), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control), yang dalam penelitian ini masing-masing direpresentasikan oleh literasi keuangan syariah, kepercayaan terhadap bank syariah, dan pengalaman penggunaan produk.

Rumusan Hipotesis

Hubungan antara literasi, kepercayaan, pengalaman, dan keputusan keuangan syariah. Arifin (2022) dan Azri et al. (2024) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah, sementara Setiawan (2023) dan Jamila et al. (2025) menunjukkan pentingnya kepercayaan dan reputasi bank dalam membentuk keputusan nasabah. Widiaty et al. (2025) menegaskan peran pengalaman positif sebagai sarana pembelajaran bagi nasabah dalam mengambil keputusan keuangan. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada keputusan menggunakan produk perbankan syariah secara umum dan belum secara spesifik menguji ketiga variabel ini secara simultan terhadap keputusan investasi deposito syariah sebagai perilaku investasi aktual.

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi deposito syariah.

H2: Kepercayaan terhadap bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi deposito syariah.

H3: Pengalaman penggunaan produk syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi deposito syariah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal untuk menguji hubungan sebab-akibat antara literasi keuangan syariah (X1), kepercayaan terhadap bank syariah (X2), dan pengalaman penggunaan produk syariah (X3) sebagai variabel independen terhadap keputusan investasi deposito syariah (Y) sebagai variabel dependen. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) wilayah Tangerang Selatan yang telah menggunakan produk investasi deposito syariah. Mengingat jumlah populasi yang besar dan tidak diketahui secara pasti, sampel ditentukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling berdasarkan kriteria: nasabah aktif BSI, pernah atau sedang menggunakan deposito syariah, berusia minimal 17 tahun, dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Berdasarkan penyebaran kuesioner secara daring, diperoleh 111 responden yang memenuhi seluruh kriteria tersebut.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert lima tingkat (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju) yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel: literasi keuangan syariah (pemahaman akad, perbedaan bunga dan bagi hasil, pemahaman risiko, kesadaran halal), kepercayaan terhadap bank syariah (kepatuhan syariah, reputasi, keamanan dana, transparansi), pengalaman penggunaan produk (frekuensi penggunaan, kepuasan layanan, kemudahan akses digital, persepsi kepatuhan syariah), dan keputusan investasi deposito syariah (pemilihan instrumen, keyakinan keamanan-kehalalan-keberkahan, konsistensi, niat keberlanjutan). Data sekunder diperoleh dari laporan OJK, KNEKS, laporan tahunan BSI, dan data KSEI.

Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) berbantuan perangkat lunak SmartPLS 4, karena kemampuannya menganalisis hubungan antarvariabel laten secara simultan tanpa mensyaratkan data berdistribusi normal multivariat (Hair et al., 2022). Evaluasi model pengukuran (outer model) dilakukan melalui pengujian validitas konvergen (outer loading $\geq 0,708$), validitas diskriminan (Heterotrait–Monotrait Ratio/HTMT dan Fornell–Larcker Criterion), serta pengujian potensi common method bias melalui nilai Variance Inflation Factor ($VIF < 3,3$) (Kock, 2015). Evaluasi model struktural (inner model) dilakukan melalui koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2), dan pengujian hipotesis berdasarkan prosedur bootstrapping, dengan kriteria penerimaan hipotesis pada nilai t-statistics $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$ (tingkat signifikansi 5%).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari 111 responden yang memenuhi kriteria penelitian, mayoritas berjenis kelamin perempuan (51,4%) dibandingkan laki-laki (48,6%). Berdasarkan usia, responden didominasi kelompok 26–30 tahun (36,0%), diikuti kelompok >30 tahun

(30,6%), 21–25 tahun (19,8%), dan 17–20 tahun (13,5%). Dari sisi pekerjaan, responden didominasi wirausaha (52,3%), diikuti karyawan (25,2%) dan pelajar/mahasiswa (21,6%). Berdasarkan lama menjadi nasabah, mayoritas responden telah menjadi nasabah BSI selama 1–3 tahun (35,1%), lebih dari 3 tahun (33,3%), dan kurang dari 1 tahun (31,5%), menunjukkan bahwa data diperoleh dari nasabah dengan tingkat pengalaman yang cukup beragam.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	54	48,6
	Perempuan	57	51,4
Usia	17–20 tahun	15	13,5
	21–25 tahun	22	19,8
	26–30 tahun	40	36,0
	>30 tahun	34	30,6
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	24	21,6
	Karyawan	28	25,2
	Wirausaha	58	52,3
	Guru	1	0,9
Lama Menjadi Nasabah BSI	<1 tahun	35	31,5
	1–3 tahun	39	35,1
	>3 tahun	37	33,3

Sumber: Data primer yang diolah, 2026.

Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh indikator pada keempat variabel penelitian memperoleh nilai rata-rata (mean) berkisar antara 4,06 hingga 4,27 dari skala 1–5, yang tergolong dalam kategori tinggi. Pada variabel literasi keuangan syariah, indikator pemahaman risiko investasi memperoleh mean tertinggi (4,273), sementara pada variabel kepercayaan, indikator transparansi pengelolaan dana memperoleh mean tertinggi (4,227). Pada variabel pengalaman, indikator kemudahan layanan digital memperoleh mean tertinggi (4,182), sedangkan pada variabel keputusan investasi, indikator keyakinan terhadap keamanan-kehalalan-keberkahan dan niat keberlanjutan investasi memperoleh mean tertinggi (4,155). Secara keseluruhan, persepsi responden terhadap literasi, kepercayaan, pengalaman, dan keputusan investasi berada pada kondisi yang positif.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	Indikator dengan Mean Tertinggi	Mean	Kategori
Literasi Keuangan Syariah (X1)	Pemahaman risiko investasi deposito syariah	4,273	Tinggi
Kepercayaan terhadap Bank Syariah (X2)	Transparansi pengelolaan dana	4,227	Tinggi
Pengalaman Penggunaan Produk (X3)	Kemudahan layanan digital bank syariah	4,182	Tinggi
Keputusan Investasi Deposito Syariah (Y)	Keyakinan terhadap keamanan, kehalalan, dan keberkahan investasi serta niat melanjutkan investasi	4,155	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2026.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Hasil pengujian outer loading menunjukkan bahwa seluruh 16 indikator pada empat konstruk penelitian memiliki nilai di atas ambang batas 0,708 (Hair et al., 2019), sehingga dinyatakan valid secara konvergen tanpa perlu eliminasi indikator.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Outer Model

Konstruk	Rentang Outer Loading	Indikator Terkuat	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah	0,771 – 0,837	LKS3 (0,837)	Valid
Kepercayaan terhadap Bank Syariah	0,795 – 0,824	KC1 (0,824)	Valid
Pengalaman Penggunaan Produk	0,760 – 0,843	PP4 (0,843)	Valid
Keputusan Investasi Deposito Syariah	0,814 – 0,869	KI1 (0,869)	Valid

Sumber: Pengolahan data SmartPLS, 2026

Pengujian validitas diskriminan melalui Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT) menunjukkan bahwa sebagian besar pasangan konstruk berada di bawah ambang batas 0,90, kecuali hubungan antara literasi keuangan syariah dan kepercayaan terhadap bank syariah (HTMT = 1,043) serta hubungan antara pengalaman penggunaan produk dan keputusan investasi (HTMT = 0,956). Hasil serupa juga ditemukan pada kriteria Fornell–Larcker, yang menunjukkan bahwa nilai akar AVE konstruk literasi keuangan syariah (0,817) masih lebih rendah dibandingkan korelasinya dengan kepercayaan terhadap bank syariah (0,850). Temuan ini mengindikasikan adanya kemiripan konseptual yang cukup tinggi antara literasi dan kepercayaan dalam konteks penelitian ini, sehingga perlu menjadi perhatian pada

pengembangan instrumen penelitian selanjutnya. Meskipun demikian, mengingat sebagian besar pasangan konstruk lainnya telah memenuhi kriteria, model pengukuran secara keseluruhan masih dinyatakan memadai untuk dilanjutkan ke tahap evaluasi model struktural.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Hasil evaluasi model struktural menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,695 dan R^2 Adjusted sebesar 0,687, yang menurut kriteria Chin (1998) tergolong kuat (substansial). Nilai ini menunjukkan bahwa 69,5% variasi pada keputusan investasi deposito syariah dapat dijelaskan oleh literasi keuangan syariah, kepercayaan terhadap bank syariah, dan pengalaman penggunaan produk, sementara 30,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model, seperti kondisi ekonomi, tingkat pendapatan, persepsi risiko, atau pengaruh lingkungan sosial.

Hasil pengujian ukuran efek (f^2) menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan produk memberikan efek besar terhadap keputusan investasi ($f^2 = 0,497$), kepercayaan terhadap bank syariah memberikan efek kecil ($f^2 = 0,026$), sedangkan literasi keuangan syariah memberikan efek yang sangat kecil ($f^2 = 0,013$) mengacu pada kriteria Cohen (2013).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hubungan antara literasi keuangan syariah, kepercayaan terhadap bank syariah, dan pengalaman penggunaan produk terhadap keputusan investasi deposito syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4 dengan metode *bootstrapping*. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan nilai koefisien jalur (*path coefficient*), *t-statistics*, dan *p-value*. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila memiliki nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-value* < 0,05.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisien Jalur (β)	t-statistics	p-value	Keputusan
H1: LKS $\rightarrow$ Keputusan Investasi	0,127	0,875	0,382	Ditolak
H2: KC $\rightarrow$ Keputusan Investasi	0,176	1,347	0,178	Ditolak
H3: PP $\rightarrow$ Keputusan Investasi	0,592	5,461	0,000	Diterima

Sumber: Pengolahan data SmartPLS, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah (H1) dan kepercayaan terhadap bank syariah (H2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi deposito syariah karena nilai t-statistics keduanya berada di bawah 1,96 dengan p-value di atas 0,05. Sebaliknya, pengalaman penggunaan produk syariah (H3) terbukti berpengaruh positif dan signifikan ($t = 5,461$; $p = 0,000$), sehingga H3 diterima.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Investasi Deposito Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi deposito syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman responden mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah, mekanisme akad, maupun karakteristik produk deposito syariah belum menjadi faktor yang secara langsung mendorong pengambilan keputusan investasi. Dengan kata lain, meskipun responden memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang relatif baik, pemahaman tersebut belum sepenuhnya diwujudkan dalam perilaku investasi aktual.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), literasi keuangan syariah dapat dikaitkan dengan pembentukan *attitude toward behavior*, yaitu sikap individu yang terbentuk melalui pengetahuan dan pemahaman terhadap suatu perilaku. Individu yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik cenderung mampu menilai manfaat, risiko, serta kesesuaian suatu produk dengan prinsip syariah. Namun, teori tersebut juga menjelaskan bahwa sikap positif saja belum cukup untuk menghasilkan perilaku aktual. Keputusan investasi dipengaruhi pula oleh faktor lain, seperti pengalaman sebelumnya, persepsi terhadap kemudahan dalam berinvestasi (*perceived behavioral control*), maupun faktor eksternal yang memengaruhi keyakinan individu. Oleh karena itu, tingginya tingkat literasi keuangan syariah belum tentu diikuti oleh keputusan untuk berinvestasi pada deposito syariah apabila responden masih mempertimbangkan aspek lain yang dianggap lebih relevan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Hudha (2021), Harahap et al. (2021), serta Hindiana, Wahyuningsih, dan Iqbal (2026) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan maupun minat investasi pada produk keuangan syariah. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai keuangan syariah belum tentu menjadi determinan utama dalam mendorong perilaku investasi. Sebaliknya, hasil penelitian ini berbeda dengan Suhada et al. (2024), Agustin dan Hakim (2022), serta Adiyanto et al. (2021) yang menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Perbedaan temuan tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh karakteristik responden, jenis produk investasi yang diteliti, serta konteks penelitian yang berbeda.

Pada penelitian ini, mayoritas responden merupakan nasabah yang telah memiliki pengalaman menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia selama lebih dari satu tahun. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa keputusan investasi deposito syariah lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman nyata dalam menggunakan produk dan layanan perbankan syariah dibandingkan dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki. Dengan demikian, literasi keuangan syariah berperan sebagai dasar pemahaman, tetapi belum menjadi faktor dominan dalam mendorong keputusan investasi deposito syariah. Temuan ini menguatkan bahwa pembentukan keputusan investasi tidak hanya bergantung pada aspek kognitif, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman aktual yang diperoleh nasabah dalam berinteraksi dengan produk dan layanan bank syariah.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Bank Syariah terhadap Keputusan Investasi Deposito Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap bank syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi deposito syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap reputasi, keamanan, maupun kepatuhan bank terhadap prinsip syariah belum menjadi faktor yang secara langsung menentukan keputusan untuk berinvestasi pada deposito syariah. Meskipun responden memiliki tingkat kepercayaan yang relatif tinggi terhadap Bank Syariah Indonesia, kepercayaan tersebut belum cukup kuat untuk mendorong terbentuknya keputusan investasi.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), kepercayaan dapat dipandang sebagai salah satu faktor yang membentuk *attitude toward behavior*, yaitu evaluasi positif individu terhadap suatu objek atau perilaku. Individu yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap lembaga keuangan syariah cenderung memiliki persepsi positif mengenai keamanan dana, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta kredibilitas institusi. Namun, teori ini juga menjelaskan bahwa sikap positif tidak selalu diwujudkan dalam perilaku nyata apabila tidak didukung oleh faktor lain, seperti persepsi mengenai kemudahan dalam melakukan investasi (*perceived behavioral control*), pengalaman sebelumnya, maupun kebutuhan finansial yang dihadapi individu. Dengan demikian, kepercayaan yang tinggi belum tentu diikuti oleh keputusan untuk berinvestasi apabila responden masih mempertimbangkan manfaat ekonomi, tingkat likuiditas, maupun pengalaman mereka dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Rahmawati, Ansori, dan Utami (2024) yang menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan lebih berfungsi sebagai prasyarat dalam membangun hubungan antara nasabah dan bank, tetapi belum menjadi faktor dominan yang menentukan keputusan finansial tertentu. Sebaliknya, hasil penelitian ini berbeda dengan Hindiana, Wahyuningsih, dan Iqbal (2026) serta Usvita (2021) yang menyimpulkan

bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, jenis produk yang diteliti, serta konteks penelitian yang digunakan. Pada penelitian yang berfokus pada keputusan investasi deposito syariah, responden cenderung mempertimbangkan aspek yang lebih bersifat praktis, seperti pengalaman menggunakan produk, kemudahan layanan, dan manfaat yang diperoleh dari investasi, dibandingkan tingkat kepercayaan terhadap institusi perbankan.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan kondisi dasar yang telah dimiliki oleh sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia. Ketika tingkat kepercayaan antarresponden relatif homogen, variabel tersebut menjadi kurang mampu menjelaskan perbedaan keputusan investasi. Dalam kondisi demikian, keputusan investasi deposito syariah lebih dipengaruhi oleh faktor yang berkaitan dengan pengalaman langsung dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah. Oleh karena itu, meskipun kepercayaan tetap merupakan fondasi penting dalam hubungan antara bank dan nasabah, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan keputusan investasi deposito syariah memerlukan dukungan faktor lain yang memberikan pengalaman nyata dan manfaat yang dapat dirasakan secara langsung oleh nasabah.

Pengaruh Pengalaman Penggunaan Produk terhadap Keputusan Investasi Deposito Syariah

Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi deposito syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengalaman yang diperoleh nasabah dalam menggunakan produk dan layanan perbankan syariah, semakin besar kecenderungan mereka untuk memilih deposito syariah sebagai instrumen investasi. Pengalaman tersebut mencakup kepuasan terhadap kualitas layanan, kemudahan penggunaan fasilitas perbankan digital, serta persepsi bahwa produk dan layanan yang diberikan telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pengalaman positif yang dirasakan secara langsung mampu membentuk keyakinan nasabah terhadap manfaat produk sehingga mendorong munculnya keputusan investasi.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), pengalaman penggunaan produk berkaitan erat dengan *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu mengenai kemampuan dan kemudahan untuk melakukan suatu perilaku. Semakin sering seseorang berinteraksi dengan suatu produk dan memperoleh pengalaman yang memuaskan, semakin tinggi pula keyakinannya bahwa keputusan investasi dapat dilakukan dengan mudah, aman, dan memberikan manfaat sesuai harapan. Pengalaman tersebut tidak hanya mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan, tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri dalam melakukan investasi. Dengan demikian, pengalaman penggunaan produk menjadi faktor yang mampu mengubah niat menjadi perilaku investasi yang nyata.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Widiaty et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan produk berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan perbankan syariah. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Hindiana, Wahyuningsih, dan Iqbal (2026) yang menyatakan bahwa pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan keuangan syariah mampu meningkatkan keyakinan dan mendorong pengambilan keputusan terhadap produk keuangan syariah. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengalaman aktual merupakan salah satu determinan penting dalam membentuk perilaku keuangan karena didasarkan pada interaksi langsung dengan produk dan layanan yang digunakan.

Dibandingkan dengan literasi keuangan syariah dan kepercayaan terhadap bank syariah yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan, pengalaman penggunaan produk terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan investasi deposito syariah. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden lebih mengandalkan pengalaman nyata yang telah mereka rasakan daripada sekadar pengetahuan mengenai keuangan syariah atau tingkat kepercayaan terhadap institusi perbankan. Pengalaman yang positif memberikan bukti langsung mengenai kualitas layanan, kemudahan transaksi, keamanan dana, serta manfaat yang diperoleh dari produk deposito syariah, sehingga mampu memperkuat keyakinan nasabah untuk terus berinvestasi. Temuan ini memberikan implikasi bahwa upaya meningkatkan investasi deposito syariah tidak hanya perlu dilakukan melalui edukasi dan penguatan citra bank, tetapi juga melalui peningkatan kualitas layanan, optimalisasi layanan digital, serta penciptaan pengalaman nasabah yang konsisten dan memuaskan agar terbentuk loyalitas dan keputusan investasi yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah dan kepercayaan terhadap bank syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi deposito syariah, sedangkan pengalaman penggunaan produk syariah terbukti berpengaruh positif dan signifikan dengan kontribusi paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman aktual nasabah dalam berinteraksi dengan produk dan layanan bank syariah lebih menentukan keputusan investasi dibandingkan pengetahuan maupun keyakinan kognitif semata. Secara teoritis, hasil ini memperkuat peran *perceived behavioral control* dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* pada konteks perilaku investasi syariah aktual. Secara praktis, bank syariah disarankan memfokuskan strategi pada peningkatan kualitas layanan, kemudahan akses digital, dan transparansi produk untuk memperkuat pengalaman positif nasabah, tanpa mengabaikan pentingnya edukasi literasi keuangan syariah yang berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah dan menambahkan variabel lain seperti pendapatan, persepsi risiko, atau religiusitas untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai determinan keputusan investasi deposito syariah.

REFERENSI

- Aisyah, S., Rahman, S. A., Adubukhairan, A., & Afrizal, A. (2026). Pengambilan keputusan investasi dan etika bisnis islam.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Arifin, M. N. (2022). Pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap keputusan pengambilan pembiayaan usaha rakyat di bank syariah indonesia Malang Soetta [Skripsi, Universitas Negeri Malang].
- Azri, A. D., Nurhaliza, S., & Salsabila, V. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Journal of Sharia Economics*, 6(2), 120–131.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295–336.
- Cohen, J. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Routledge.
- DSN-MUI. (2000). Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito.
- Garbo, A., & Ichsan, M. N. (2024). Evaluasi Literasi Keuangan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Penggunaan Layanan E-Banking Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 9(5).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Harahap, S. B., Bustami, Y., & Syukrawati, S. (2021). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi saham syariah. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 2(2), 75–82.
- Hudha, M. W. A. Z. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Motivasi terhadap Keputusan Investasi pada Saham Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2011). *An Introduction to Islamic Finance: Theory and Practice*. John Wiley & Sons.
- Jamila, S. N., Aziz, A., & Wartoyo. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Brand Image Terhadap Keputusan dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *AB-JOIEC*, 2(02), 42–54.
- Kock, N. (2015). Common Method Bias in PLS-SEM: A Full Collinearity Assessment Approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1–10.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson India Education Services.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Novianto, S., & Nisa, F. L. (2024). Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(3), 1177–1189.
- OJK. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa

Keuangan.

- OJK. (2026). Industri Perbankan Syariah Tumbuh Solid Berkelanjutan. Otoritas Jasa Keuangan.
- Sardari, A. A., & Rinaldy, A. (2025). Perbandingan Konseptual Dan Praktis Antara Akad Musyarakah Dan Mudharabah Dalam Pembiayaan Syariah. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 5(1), 75–95.
- 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), 240–251.
- Sinaga, R. Y., & Akbar, M. R. (2025). Implementasi prinsip syariah dalam penghimpunan dana dan dampaknya terhadap kepercayaan nasabah. *Jurnal Ilmu Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 2(2), 91–101.
- Suhada, I., Melda, M. R., & Mansah, A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi, Dan Religiusitas Islam Terhadap Minat Investasi Generasi Z Pada Reksadana Syariah. *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Widiaty, E., Fazillah Milawati, N., Putri Azzahroh, E., & Raudatul Zohrah, S. (2025). Keputusan Penggunaan Produk Perbankan Syariah: Peran Literasi Keuangan. *Muslimpreneur: Jurnal Ekonomi Dan Kajian Keislaman*, 5(1), 49–72.