

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Niat Masyarakat Melakukan Pembiayaan Pada PNM Mekaar Syariah Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Moderasi di Kecamatan Kuranji. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Berdasarkan hasil yang telah dilakukan atas data-data yang diperoleh maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil olah data SmartPLS, Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Pembiayaan. Dibuktikan dengan P-Value 0,002 lebih kecil dari 0,10 dan T-Statistik 3,049 lebih besar dari 1,655 dengan Original Sample 0,377. Artinya setiap peningkatan literasi akan meningkatkan niat masyarakat. Sehingga H1 diterima.
2. Berdasarkan hasil olah data *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Pembiayaan. Dibuktikan dengan P-Value 0,000 lebih kecil dari 0,10 dan T-Statistik 4,371 lebih besar dari 1,655 dengan Original Sample 0,520. Artinya semakin baik citra PNM Mekaar Syariah, semakin tinggi niat masyarakat. Sehingga H2 diterima.

3. Berdasarkan hasil olah data *Brand Image* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap hubungan literasi keuangan syariah dengan niat pembiayaan . Dibuktikan dengan P-Value 0,062 lebih kecil dari 0,10 dan Original Sample -0,026. Artinya *Brand Image* terbukti memoderasi hubungan antara literasi keuangan syariah dengan niat masyarakat melakukan pembiayaan, tetapi arah moderasinya negatif. Dengan kata lain, *Brand Image* tidak mampu memperkuat antara hubungan Literasi terhadap Niat. Sehingga H3 diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa keterbatasan untuk mendapatkan data dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Responden penelitian ini adalah calon nasabah PNM Mekaar Syariah, karena itu hasil penelitian ini belum bisa berlaku kepada masyarakat yang sudah melakukan pembiayaan di PNM Mekaar syariah.
2. Dalam penelitian ini masih terdapat kelemahan yaitu masih adanya responden yang mengisi kuesioner penelitian tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, artinya data yang diperoleh tidak selalu menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Oleh karena itu, penelitian perlu menyusun pertanyaan kuesioner dengan pernyataan yang validitas dan reliabilitas yang tinggi agar dapat melanjutkan penelitian dengan baik.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah disajikan, maka penulis sampaikan saran semoga dapat memberikan manfaat pada pihak terkait. Adapun beberapa saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan hanya memanfaatkan SmartPLS sebagai alat analisis data dengan metode SEM. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan metode analisis lainnya seperti LISREL, AMOS dan sebagainya.
2. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang bermanfaat untuk menyusun penelitian yang lebih mendalam. Selain itu diharapkan adanya penemuan variabel tambahan yang dapat lebih memperkaya pemahaman tentang Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Niat Masyarakat Melakukan Pembiayaan Pada PNM Mekaar Syariah Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Moderasi di Kecamatan Kuranji. Apabila skripsi ini digunakan sebagai acuan, sebaiknya dilakukan evaluasi lebih lanjut karena penulis menyadari bahwa masih terdapat ruang untuk perbaikan dan penyempurnaan.
3. Bagi industri perbankan, dapat menjadi sumber informasi dan referensi dalam pengambilan keputusan terkait Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Niat Masyarakat Melakukan Pembiayaan Pada PNM Mekaar Syariah Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Moderasi di Kecamatan Kuranji. Dengan demikian, diharapkan masyarakat akan

lebih memilih dan beniat menggunakan layanan bank syariah untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-harinya.



DAFTAR PUSTAKA

(Ferdinand Dwityanti, 2008). “Analisis Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Produk Sociolla Di Kota Bandar Lampung.” *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 2, no. 2 (2019): 183–96.

Ain, Nurul, and Ririn Tri Ratnasari. “Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya Di Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 2, no. 7 (2015): 553. <https://doi.org/10.20473/vol2iss20157pp553-569>.

Aristawidya, Abel Eka, and Rahmat Santoso Agus. “Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Dalam Melakukan Pembiayaan UMKM Di PT Mekaar Syariah Unit Purwokerto Timur,” 2025. <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>.

Batubara, Soulthan Saladin, Delyana Rahmawany Pulungan, and Musfa Yenti. “Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis.” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisni* 20, no. 1 (2020): 23–37.

Buditama, Cahya. “Determinan Niat Pengusaha Untuk Menggunakan Pembiayaan Bagi Hasil.” *Journal Uii* 3 (2021): 191–210. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art17>.

Dewi, Fitriani, Dicky Jhoansyah, and R. Deni Muhammad Danial. “Pengaruh Literasi Keuangan, Tingkat Pendapatan Dan Pengelolaan Keuangan Pribadi Terhadap Minat Pinjam Masyarakat (Studi Empiris Pada Debitur Bank Keliling Di Kampung Babakan Bandung Kelurahan Subangjaya Kota Sukabumi).” *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 14, no. 2 (2025): 781–94. <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i2.44456>.

Dewi, Kinandhana Widya, and Addys Aldizar , Nur Syamsudin Buchori. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Indonesia (Studi Masyarakat Kecamatan Jagakarsa Kota Jakarta Selatan).” *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 13, no. 1 (2025): 57–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.61111/jeps.v13i1.1247>.

Ermawati, Anita. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Produk United.” *Jurnal Agora* 6, no. 2 (2018).

Galadea, Aflakha Filosofi. “Pengaruh Perilaku Menabung Dan Perilaku Penganggaran Terhadap Minat Investasi Properti Residensial Dengan Literasi Finansial Sebagai Variabel Moderasi Pada Gen-z Di Purwokerto,” 2026.

Gustiny, Ditta Sri. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Equity Terhadap Minat Beli Produk Hey!Kafe.” *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora* 9, no. 3 (2025): 273–86. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i3.5374>.

Hardyansyah, Robby, Ingrid Selviana, and Radhitya Budiputranto. “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Brand Image Ditinjau Dari Komunikasi Pemasaran.” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 24, no. 3 (2024): 2681. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.3359>.

Harefa, Sadari, Idarni Harefa, Maria Magdalena, and Nanny Artatina Buulolo. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 4, no. 6 (2025): 9466–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i6.11328>.

Indana, Rifaatul. “Analysis of Factors Affecting Student ’ s Interest to Save In Islamic Bank (Case Study Students of UIN Sunan Kalijaga Department of Islamic Banking Class of 2019-2021)” 02, no. 01 (2023): 17–35.

Keuangan, otoritas jasa. “Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2024,” 2024.

Lestari, Dyah Ayu. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Tingkat Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis* 11, no. 2 (2024): 75–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.51792/ak3bet72>.

Lestari, Muji. “Pengaruh Motivasi, Tingkat Pendapatan Dan Literasi Keuangan

Syariah Terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Pada Koperasi Serba Usaha BMT Bagus Lanang Belitang OKU Timur),” 2023, 1–105.
[http://repository.radenintan.ac.id/30770/1/COVER BAB I II V DAPUS.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/30770/1/COVER%20BAB%20I%20II%20V%20DAPUS.pdf).

Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*, 2021.

Melviani, Melviani, Saftia Aryzki, Agenia Rahman, Gina Aima Putri, and Setia D. R. Riadi. “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Penyakit Hipertensi Berdasarkan Teori TPB (Theory Of Planned Behavior).” *Journal Pharmaceutical Care and Sciences* 2, no. 2 (2022): 30–38. <https://doi.org/10.33859/jpcs.v2i2.164>.

Muhammad Lutfi Rizaldi, Resti Hardini. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Idomaret Kelurahan Padurenan, Bekasi Timur.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 14, no. 2 (2018): 77–94.

Muksal, Zikra Amalia, Isnaliana, and Eddy Gunawan. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kemudahan, Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Masyarakat Aceh Dalam Menggunakan Fintech Peer To Peer Lending Syariah.” *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 7, no. 2 (2025): 252–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.22373/jtpscs14>.

Muslichah, Istyakara, and Soliha Sanusi. "The Effect of Religiosity and Financial Literacy on Intention to Use Islamic Banking Products." *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)* 1, no. 2 (2019): 85–92.
<https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss2.art2>.

Mustika, Fuji, Asmy Febry Tama, and Riza Eka Putri. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persyaratan Kredit Terhadap Minat Meminjam Di PT . Permodalan Nasional Madani (PNM) Cabang Sungai Pagu." *CV. Strata Persada Academia* 1, no. 1 (2023): 47–63.
<https://doi.org/10.59631/sbr.v1i1.30>.

Nursiyami, Dede Rifda. "Pengaruh Brand Image, Literasi Keuangan Syariah Dan Digital Marketing Terhadap Minat Pengajuan Pembiayaan Di Bank Syariah Pada Masyarakat Ngaliyan," 2025.

Oktaviani, Diaz. "Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan UMKM Pada PT PNM Mekaar Syariah Cabang Tempurejo Jember," 2021, 26–27.

Otoritas, Jasa Keuangan. "OJK Tingkatkan Literasi Keuangan Masyarakat." *Otoritas Jasa Keuangan*, 2024, 48.

Puspitasari, Friska Mega, and Moh. Qudzi Fauzi. "Determinan Niat Pengajuan Pembiayaan Mudharabah Pada BMT Nurul Jannah Gresik." *Jurnal Ekonomi*

Syariah Teori Dan Terapan 5, no. 1 (2019): 1.
<https://doi.org/10.20473/vol5iss20181pp1-18>.

Rahmadani, Mia. “Pengaruh Corporate Image, Promosi Dan Lokai Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bnak Nagari Cabang Syariah Padaang Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi,” 2025, 1–168.

Riska Andriyani, Kamaliah, R. “Implementasi Pembiayaan PNM Mekar Dalam Meningkatkan Usaha Mikro.” *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 02, no. 01 (2023): 313–27.
<https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya>.

Sasaki, A. T. “Pengujian Pengaruh Theory of Planned Behavior Dan Tingkat Pemahaman Mengenai Chartered Accountant Terhadap Niat Mahasiswa Untuk Mengambil Sertifikasi Chartered Accountant,” 2016.
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>.

Sjari M, Dewi Ratna, Bonar M. Sinaga, Nunung Kusnadi, and Yusman Syaukat. “Dampak Pinjaman Mikro Terhadap Kesejahteraan Rumah Tangga Perempuan Pengusaha Mikro Dan Kecil.” *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia* 22, no. 2 (2022): 178–205.
<https://doi.org/10.21002/jepi.2022.11>.

Soesana, Abigail, Hani Subakti, Salamun Salamun, Isnada Waris Tasrim,

Karwanto Karwanto, Ilham Falani, Danny Philipe Bukidz, and Arsen Nahum Pasaribu. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2023.

Sri Dewi Rofiatul Hasanah, Wiwik Fitria Ningsih, and Ratih Rakhmawati. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Masyarakat, Kepercayaan, Religiusitas Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Jember.” *JAKUMA : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Keuangan* 5, no. 2 (2024): 65–85. <https://doi.org/10.31967/jakuma.v5i2.1229>.

Statistik Pusat Badan. “Kecamatan Kuranji Dalam Angka.” *Badan Puser Statistik Kabupaten Batu Bara* 41 (2025).

Suryanto, Suryanto, and Mas Rasmini. “Analisis Literasi Keuangan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya (Survey Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kota Bandung).” *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* 8, no. 2 (2018). <https://doi.org/10.34010/jipsi.v8i2.1336>.

Syahroni, Muhammad Irfan. “Prosedur Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat* 2, no. 3 (2022): 211–13.

Tiani, Cucu Risti. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Service Quality Dan Religiositas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderator,” 2022.

———. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Service Quality Dan Religiositas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Brand Image Ssebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Nasabah BSI Generasi Z Di Jawa Barat),” 2022, 1–10.

Ulfyah Aziza Imania, Dyah Ayu Purwaniningtyas. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Produk Kecap Kentjana” 07, no. 02 (2020): 115–25.

Wulandari, Betty. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Maqasid Syariah Terhadap Minat Kelompok Usaha Pancasila Mengajukan Pembiayaan Di PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah Kecamatan Sitiung1,” 2023.

Yusuf, Maulana. “Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Motor Listrik Menggunakan Metode SEM - PLS.” *G-Tech : Jurnal Teknologi Terapan* 6, no. 2 (2022): 295–305.