



Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah Pada Mahasiswa

Gempa Gunawan*, Rahmi Syahriza, Kusmilawaty

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Deli Serdang
Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia
Email: ¹*gempapersya01@gmail.com, ²rahmi.syahriza@uinsu.ac.id, ³kusmila.waty@uinsu.ac.id

Email Penulis Korespondensi: gempapersya01@gmail.com

Submitted: 01/02/2026; Accepted: 12/02/2026; Published: 12/02/2026

Abstrak—Literasi keuangan merupakan aspek penting dalam menentukan perilaku individu dalam mengelola keuangan, termasuk dalam memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Di kalangan mahasiswa, pemahaman yang baik mengenai konsep dan produk keuangan dapat memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Hasil pengujian instrumen menunjukkan seluruh item valid dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,740 untuk literasi keuangan dan 0,909 untuk keputusan penggunaan. Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 17,917 + 2,047X$. Uji hipotesis menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,708, yang lebih besar dari t_{tabel} 1,66023, serta nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berada di bawah ambang batas 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan literasi keuangan akan meningkatkan keputusan penggunaan produk perbankan syariah sebesar 2,047 poin. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dengan memperkuat kajian literasi keuangan dalam perspektif ekonomi Islam serta memberikan bukti empiris pada konteks mahasiswa, dan secara praktis memberikan rekomendasi bagi perguruan tinggi dan lembaga perbankan syariah dalam merancang strategi edukasi dan peningkatan literasi guna mendorong inklusi keuangan syariah di kalangan generasi muda.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Keputusan Penggunaan; Perbankan Syariah; Mahasiswa UINSU.

Abstract—Financial literacy is an important aspect in determining individual behavior in managing finances, including in choosing financial services that are in accordance with sharia principles. Among students, a good understanding of financial concepts and products can influence their decisions in using sharia banking services. This study aims to determine the effect of financial literacy on students' decisions in using sharia banking products. The method used is a quantitative approach with a simple linear regression analysis technique. Data were obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The results of the instrument testing showed that all items were valid and reliable with a Cronbach's Alpha value of 0.740 for financial literacy and 0.909 for usage decisions. The results of the simple linear regression analysis produced the equation $Y = 17.917 + 2.047X$. The hypothesis test showed a significant effect with a t_{count} value of 2.708, which is greater than the t_{table} of 1.66023, and a significance value of 0.001 which is below the threshold of 0.05. This finding indicates that every one unit increase in financial literacy will increase the decision to use Islamic banking products by 2,047 points. This study contributes theoretically by strengthening the discourse on financial literacy within the framework of Islamic economics and providing empirical evidence in the context of university students. Practically, it offers recommendations for higher education institutions and Islamic banking institutions in designing educational strategies and financial literacy enhancement programs to promote Islamic financial inclusion among the younger generation.

Keywords: Financial Literacy; Usage Decision; Islamic Banking; UINSU Students.

1. PENDAHULUAN

Saat ini, kita berada di era Revolusi Industri 4.0 dan bahkan tengah bergerak menuju Revolusi Industri 5.0, yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi (Lestari et al., 2023). Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip ajaran Islam. Dalam praktiknya, Bank Syariah berpedoman pada ketentuan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis sebagai landasan utama dalam setiap kegiatan perbankan yang dijalankannya (Istamarina et al., 2025). Perbankan syariah telah menjadi fenomena global, bahkan di negara-negara dengan mayoritas non-Muslim. Di Indonesia sendiri, pertumbuhan perbankan syariah tergolong paling pesat, baik dari segi jumlah institusi maupun sumber daya yang dimiliki oleh bank-bank yang menawarkan produk berbasis syariah. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor ini mengalami peningkatan signifikan dengan laju pertumbuhan sekitar 35% per tahun. Perkembangan tersebut tercermin dari peningkatan alokasi sumber daya keuangan syariah, yang mencapai 2,1% dari total aset perbankan nasional, atau setara dengan Rp 50 triliun (Nurfaliza, 2025).

Industri perbankan syariah di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang positif. Hingga Juni 2023, pangsa pasar perbankan syariah nasional mencapai 31% (Tuti Anggraini, 2023), menunjukkan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan berbasis syariah. Pertumbuhan ini tidak terlepas dari peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui program Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan, termasuk perbankan syariah. Program ini menekankan pentingnya kemampuan masyarakat dalam memahami fungsi, manfaat, dan risiko dari produk keuangan sehingga mampu membuat keputusan yang bijak.

Dalam konteks perbankan syariah, literasi keuangan syariah menjadi faktor krusial. Literasi ini tidak hanya mencakup pengetahuan tentang produk dan prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir, tetapi juga mencakup sikap dalam menghargai pentingnya keuangan sesuai prinsip Islam, serta perilaku nyata dalam menggunakan produk



perbankan syariah secara konsisten (Apriandi & Yusuf, 2025). Ketiga aspek ini pengetahuan, sikap, dan perilaku berperan sebagai indikator dalam mengukur literasi keuangan syariah seseorang.

Peningkatan literasi keuangan syariah juga menjadi fokus di lingkungan pendidikan tinggi, termasuk UIN Sumatera Utara. Universitas sebagai institusi akademik Islam seharusnya dapat membentuk mahasiswa yang memiliki kesadaran dan pemahaman tinggi terhadap keuangan syariah. OJK dan Kementerian Pendidikan Tinggi pun mendorong pendekatan literasi melalui perguruan tinggi. Sabila menekankan bahwa perencanaan keuangan merupakan kompetensi penting yang perlu dikenalkan sejak usia muda (Sabilla et al., 2025).

Namun, kondisi di lapangan menunjukkan ketimpangan antara idealitas dan realitas. Mahasiswa UINSU umumnya hanya menggunakan produk perbankan syariah seperti tabungan karena keperluan administratif, misalnya untuk pembayaran kuliah atau pencairan beasiswa. Produk lain seperti pembiayaan, deposito, dan layanan e-banking syariah belum banyak dimanfaatkan. Minimnya penggunaan ini memunculkan pertanyaan: apakah tingkat literasi keuangan syariah yang rendah dalam hal pengetahuan, sikap, dan perilaku menjadi penyebab utama mahasiswa belum sepenuhnya memanfaatkan produk perbankan syariah secara sadar?

Penelitian-penelitian sebelumnya mendukung asumsi bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Delvi Delviana Saragi dan Dewi Rahmi (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Unisba dalam menggunakan produk perbankan syariah. Melalui analisis regresi logistik biner, ditemukan bahwa kombinasi indikator pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan secara bersama-sama meningkatkan peluang mahasiswa untuk memilih layanan syariah dibandingkan konvensional. Di antara ketiga indikator tersebut, kemampuan muncul sebagai faktor yang paling dominan karena didukung oleh kemudahan fasilitas pembayaran perkuliahan serta kecakapan individu dalam mengelola anggaran pribadi. Menariknya, meskipun mahasiswa memahami dasar hukum perbankan syariah, mereka ditemukan masih kurang mendalami aspek teknis seperti sistem akad dan bagi hasil. Secara keseluruhan, variabel literasi keuangan syariah ini memberikan kontribusi sebesar 52,4% dalam memengaruhi keputusan penggunaan produk perbankan syariah (Saragi & Rahmi, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Lailatul Maulidya, Husni Awali, dan Pratomo Cahyo Kurniawan (2025) mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah termasuk pemahaman prinsip larangan riba, gharar, dan maysir memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Studi ini menekankan bahwa minat berperan sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan antara literasi dan keputusan penggunaan, sehingga peningkatan pengetahuan memerlukan dorongan minat serta kepercayaan agar bertransformasi menjadi tindakan nyata. Selain memberikan manfaat finansial dan ketenangan spiritual melalui keselarasan nilai agama, penelitian ini menyarankan strategi edukasi berbasis pendekatan sosio-kultural dengan melibatkan tokoh masyarakat serta media sosial guna meningkatkan efektivitas literasi dan adopsi produk syariah (Maulidya et al., 2024). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Zuriatul Azizah, dkk (2025), hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah yang memadai, didukung oleh pemanfaatan teknologi finansial, berkontribusi signifikan dalam meningkatkan perilaku keuangan yang inklusif, etis, dan bertanggung jawab di kalangan mahasiswa. Namun, tantangan seperti rendahnya tingkat literasi, kesenjangan digital, keterbatasan infrastruktur, dan preferensi layanan informal masih menjadi hambatan utama. Simpulan penelitian menegaskan perlunya strategi terpadu yang meliputi penguatan pendidikan literasi keuangan Syariah, inovasi teknologi finansial adaptif, serta kolaborasi lintas sektor untuk mencapai inklusi keuangan Syariah yang berkelanjutan di kalangan mahasiswa (Zuriatul Azizah, Mila Kusmala Dewi, Yoga Pratama, 2025).

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu karena secara khusus menyoroti mahasiswa UIN Sumatera Utara yang seharusnya menjadi pelopor dalam penggunaan produk keuangan syariah, namun kenyataannya masih banyak yang lebih memilih perbankan konvensional. Banyak mahasiswa lebih memilih produk perbankan konvensional karena dinilai lebih praktis dan populer, meskipun bertentangan dengan prinsip syariah yang diajarkan dalam perkuliahan. Hal ini memunculkan pertanyaan besar: apakah pemahaman mahasiswa terhadap konsep keuangan syariah benar-benar memadai? Atau justru terdapat kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki dengan sikap dan perilaku aktual mereka dalam mengambil keputusan keuangan?

Menurut Kotler dalam (Tuti Anggraini, 2023), proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: (1) Pengenalan kebutuhan, ketika konsumen menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang harus dipenuhi; (2) Pencarian informasi, di mana konsumen mulai mencari berbagai informasi tentang produk yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut; (3) Evaluasi alternatif, yaitu tahap konsumen membandingkan berbagai pilihan produk berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan; dan (4) Keputusan pembelian, ketika konsumen akhirnya memilih dan membeli produk yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhannya.

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan perbankan antara lain meliputi bauran pemasaran, kualitas pelayanan, serta berbagai aspek lainnya seperti kepercayaan, kemudahan akses, citra lembaga keuangan, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan nasabah. Bauran pemasaran mencakup strategi promosi, harga, tempat, dan produk, sedangkan pelayanan berkaitan dengan sikap petugas, kecepatan layanan, dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi (Hasanah et al., 2022). Menemukan keunggulan produk (manfaat inti) dan produk yang sebenarnya (produk tambahan) merupakan bagian dari proses yang harus dipahami oleh pemasar ketika memasarkan suatu produk (Hasanah et al., 2022).

Dalam penelitian ini, digunakan teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory) oleh Kotler dan Armstrong dalam (Amri & Kunci, 2025), pengetahuan (knowledge) merujuk pada pemahaman mahasiswa terhadap



konsep dasar keuangan syariah, termasuk prinsip larangan riba, mekanisme akad-akad syariah, serta perbedaan mendasar antara produk syariah dan konvensional. Pengetahuan ini menjadi fondasi utama yang memungkinkan mahasiswa membuat keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Selanjutnya, sikap (attitude) mencerminkan orientasi nilai dan keyakinan mahasiswa terhadap keuangan syariah, seperti rasa percaya pada keadilan sistem syariah, kesadaran religius dalam menghindari transaksi non-syariah, dan kecenderungan menjadikan produk syariah sebagai pilihan utama. Sementara itu, perilaku (behavior) mengacu pada praktik nyata mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan syariah, seperti membuka rekening tabungan syariah, memanfaatkan mobile banking syariah, hingga memilih pembiayaan berbasis akad Islam. Dengan demikian, ketiga indikator ini saling melengkapi: pengetahuan memberikan dasar pemahaman, sikap membentuk kecenderungan psikologis, dan perilaku menjadi bukti konkret internalisasi literasi keuangan syariah dalam kehidupan mahasiswa.

Penelitian sebelumnya banyak menyoroti pentingnya literasi keuangan dalam konteks umum, namun belum banyak yang secara spesifik menelaah bagaimana literasi keuangan syariah, yang terdiri dari pengetahuan, sikap, dan perilaku, memengaruhi keputusan mahasiswa khususnya di lingkungan kampus Islam. Dengan melihat fenomena ini, terdapat gap antara idealisme akademik dan praktik keuangan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menggali sejauh mana literasi keuangan syariah mahasiswa UIN Sumatera Utara berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam menggunakan produk perbankan syariah. Temuan dari studi ini diharapkan dapat menjadi dasar penguatan kurikulum dan strategi literasi keuangan berbasis nilai-nilai Islam yang lebih aplikatif.

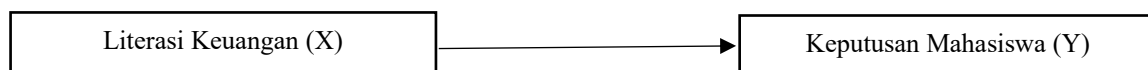
Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah di lingkungan UIN Sumatera Utara. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis seberapa besar pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan syariah mahasiswa berkontribusi terhadap pengambilan keputusan mereka. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi dasar penyusunan strategi literasi yang lebih efektif dan mendorong mahasiswa menjadi pengguna aktif dan sadar akan pentingnya keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dan praktis dalam pengembangan ekonomi Islam, khususnya terkait pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dan literasi keuangan dengan menghadirkan bukti empiris pada konteks mahasiswa UINSU, sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya di perguruan tinggi Islam. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan bagi institusi pendidikan dan industri perbankan syariah dalam merancang strategi edukasi, kebijakan, serta program peningkatan literasi keuangan syariah yang lebih efektif guna mendorong peningkatan penggunaan produk perbankan syariah dan memperkuat inklusi keuangan di kalangan generasi muda.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Pada Gambar 1, terlihat objek penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen/bebas dan dependen/terikat. Variabel independen atau bebas dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan (X), sedangkan variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Mahasiswa (Y).

Berdasarkan keterangan tersebut, kerangka berfikirnya bahwa X merupakan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa menggunakan produk Perbankan Syariah Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif eksplanatori (Adil et al., 2025) yang bertujuan untuk menguji hubungan antara literasi keuangan dengan keputusan mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), yang menjadi objek kajian karena relevansi dan fokusnya terhadap penggunaan produk perbankan syariah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), yang berjumlah 450 mahasiswa. Populasi ini dipilih karena memiliki keterkaitan langsung dengan objek penelitian, yaitu penggunaan produk perbankan syariah. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut: (Subagyo & Kristian, 2023)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (1)$$

$$n = \frac{450}{1+450(0,1)^2} = \frac{450}{1+450(0,01)} = \frac{450}{1+4,5} = 81,81$$



Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 82 mahasiswa. Namun, untuk meningkatkan keakuratan dan reliabilitas data, peneliti memutuskan untuk menambah jumlah responden menjadi 100 mahasiswa.

Keterangan dalam perhitungan menunjukkan bahwa n merupakan ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian, N adalah jumlah populasi yang terdiri dari 450 mahasiswa, sedangkan e merupakan tingkat kesalahan atau margin of error yang ditetapkan sebesar 10% atau setara dengan 0,1 sebagai batas toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah incidental sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan dinyatakan bersedia menjadi responden, tanpa perencanaan atau kriteria khusus sebelumnya. Dalam hal ini, responden yang dipilih adalah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UINSU yang telah memiliki pengalaman atau pengetahuan terkait produk-produk perbankan syariah, seperti tabungan syariah, pembiayaan, atau layanan perbankan digital berbasis syariah. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) melalui penyebaran kuesioner dengan skala likert 1-5 sebagai instrumen utama pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2016) teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode, yaitu: kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengukur tingkat literasi keuangan dan keputusan mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah; observasi untuk mengamati perilaku keuangan mahasiswa secara langsung; dan dokumentasi sebagai pelengkap data sekunder yang relevan.

Untuk menjamin kualitas data yang diperoleh, dilakukan uji validitas dengan menggunakan analisis korelasi Pearson Product Moment serta uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach Alpha, dengan nilai $\alpha \geq 0,6$ sebagai batas minimum yang dapat diterima. Data yang telah memenuhi syarat valid dan reliabel selanjutnya dianalisis melalui beberapa tahap, yaitu uji asumsi klasik (normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis menggunakan uji t . Teknik analisis ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik data serta bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan antara literasi keuangan dan keputusan mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah secara sadar, rasional, dan terencana.

2.1 Literasi Keuangan

Secara umum, literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami konsep dan risiko keuangan, mengelola keuangan pribadi, serta mengambil keputusan keuangan yang bijak dan efektif demi mencapai kesejahteraan hidup. Literasi ini mencakup pengetahuan tentang cara mengatur pemasukan dan pengeluaran, memahami produk dan layanan keuangan, serta menyusun perencanaan keuangan yang tepat untuk masa depan. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik, individu akan lebih mampu membuat keputusan finansial yang rasional, menghindari risiko utang berlebihan, dan memanfaatkan peluang keuangan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan hidupnya. (Titin Kartini, et.al, 2022)

Menurut Kadek Prita Ary, et.al (2022), menyatakan definisi dari literasi keuangan adalah sebagai modal bagi manusia yang terdiri dari pengetahuan dan kemampuan yang dapat diterapkan dalam aktivitas keuangan yang berpengaruh terhadap perilaku keuangan dan kesejahteraan keuangan. Menurut (Susi Retna, 2020), literasi keuangan adalah suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill) konsumen dan keyakinan (confidence) konsumen maupun masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Masyarakat diberikan bekal edukasi yang memadai dan mencukupi untuk mengambil keputusan keuangan dengan lebih baik, sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan memberikan manfaat yang lebih besar.

2.2 Perbankan Syariah

Menurut Muhammad Masruron et.al (2021), perbankan syariah adalah sistem perbankan yang menjalankan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Perbankan ini tidak menggunakan sistem bunga (riba), melainkan menerapkan konsep bagi hasil, jual beli, dan sewa sesuai dengan kaidah muamalah Islam. Bank syariah berfungsi sebagai lembaga keuangan yang menyalurkan dana dari masyarakat yang kelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan yang adil dan bebas dari unsur haram seperti riba, gharar (ketidakjelasan), dan maisir (judi). Dalam pelaksanaannya, perbankan syariah mengedepankan keadilan, transparansi, dan kerja sama untuk mendukung perekonomian yang beretika dan sesuai dengan ajaran Islam.

Menurut Miftakhur Rokhman (2022), Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan seluruh kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yang menekankan keadilan, transparansi, dan bebas dari unsur riba (bunga), gharar (ketidakpastian), serta maisir (perjudian). Dalam praktiknya, bank syariah menggunakan akad-akad syariah seperti mudharabah (kerja sama bagi hasil), musyarakah (kemitraan), murabahah (jual beli dengan margin keuntungan), dan ijarah (sewa). Bank ini melayani berbagai aktivitas keuangan seperti penghimpunan dana, pembiayaan usaha, dan jasa keuangan lainnya, dengan tetap mengacu pada fatwa atau pedoman dari lembaga yang berwenang dalam menetapkan ketentuan hukum Islam di bidang keuangan. Bank syariah hadir sebagai alternatif sistem keuangan yang tidak hanya mengejar profit, tetapi juga memperhatikan aspek spiritual dan etika sesuai tuntunan Islam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN



3.1 Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

No	Variabel	r _{hitung}	r _{valid}	Kesimpulan
1	Literasi Keuangan	0,505	0.1966	Valid
2		0,627	0.1966	Valid
3		0,655	0.1966	Valid
4		0,394	0.1966	Valid
5		0,410	0.1966	Valid
6		0,659	0.1966	Valid
7		0,565	0.1966	Valid
8		0,614	0.1966	Valid
9		0,534	0.1966	Valid
10		0,536	0.1966	Valid
11	Keputusan Menggunakan Perbankan	0,812	0.1966	Valid
12		0,863	0.1966	Valid
13		0,902	0.1966	Valid
14		0,902	0.1966	Valid
15		0,808	0.1966	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Literasi Keuangan dan Keputusan Menggunakan Perbankan Syariah memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabel (r-valid) sebesar 0,1966. Untuk variabel Literasi Keuangan yang terdiri dari 10 item pernyataan, nilai r-hitung berkisar antara 0,394 hingga 0,659, dan semuanya melebihi nilai r-valid, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam instrumen literasi keuangan mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat dan konsisten.

Selanjutnya, untuk variabel Keputusan Menggunakan Perbankan Syariah yang terdiri dari 5 item, nilai r-hitung berkisar antara 0,808 hingga 0,902. Nilai-nilai tersebut juga jauh lebih besar daripada r-valid 0,1966, yang berarti bahwa seluruh item pada variabel ini juga valid dan layak digunakan dalam penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner untuk kedua variabel telah memenuhi kriteria validitas dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang sah dalam pengumpulan data penelitian.

3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas Literasi Keuangan

Cronbach's AlphaN of Items	
.740	10

Tabel 3. Uji Reliabilitas Keputusan Penggunaan Perbankan Syariah

Cronbach's AlphaN of Items	
.909	5

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 untuk variabel Literasi Keuangan, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,740 dengan jumlah item sebanyak 10. Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen pengukuran untuk variabel literasi keuangan memiliki tingkat reliabilitas yang cukup baik, karena nilai alpha berada di atas ambang batas minimum 0,70 yang umumnya digunakan sebagai standar kelayakan instrumen. Hal ini berarti bahwa butir-butir pertanyaan dalam kuesioner literasi keuangan saling konsisten dalam mengukur aspek yang dimaksud.

Sementara itu, pada Tabel 3 untuk variabel Keputusan Penggunaan Perbankan Syariah, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,909 dengan jumlah item sebanyak 5. Nilai ini menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi, karena alpha > 0,90 mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang sangat kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua instrumen baik untuk literasi keuangan maupun keputusan penggunaan memiliki reliabilitas yang memadai dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini.

3.3 Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.32730848
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.111



		Unstandardized Residual
	Negative	-.110
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai residual tidak terstandarisasi, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linear klasik. Dalam hal ini, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Selain itu, jumlah sampel yang digunakan dalam pengujian adalah sebanyak 100 responden, dengan nilai mean residual sebesar 0,0000000 dan standar deviasi sebesar 5,3273. Nilai rata-rata residual yang mendekati nol juga menunjukkan bahwa penyebaran galat (kesalahan prediksi) dalam model cukup simetris. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas ini, maka model regresi yang digunakan dapat dikatakan layak untuk digunakan dalam pengambilan keputusan statistik selanjutnya.

3.4 Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Literasi Keuangan	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil output pada Tabel 5 Coefficients, nilai statistik kolinearitas untuk variabel Literasi Keuangan menunjukkan bahwa nilai Tolerance sebesar 1.000 dan VIF (Variance Inflation Factor) juga sebesar 1.000. Kedua nilai ini digunakan untuk menguji apakah terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi, yaitu kondisi ketika variabel independen saling berkorelasi tinggi satu sama lain. Dalam konteks ini, nilai tolerance yang berada pada angka 1.000 mengindikasikan bahwa tidak ada korelasi antara variabel literasi keuangan dengan variabel independen lainnya. Begitu juga dengan nilai VIF yang sebesar 1.000, yang berarti tidak terdapat peningkatan varians akibat adanya hubungan antar variabel bebas. Secara umum, multikolinearitas dianggap tidak menjadi masalah jika nilai tolerance berada di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah multikolinearitas, sehingga variabel literasi keuangan dapat dianggap valid dan layak untuk dianalisis lebih lanjut dalam hubungannya terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah.

3.5 Uji Regresi Sederhana

Tabel 6. Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.917	2.210			8.107.000
Literasi Keuangan	2.047	.066	-.071		2.708.001

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 17,917 + 2,047X$$

Di mana Y merupakan keputusan penggunaan produk perbankan syariah dan X adalah literasi keuangan. Nilai konstanta sebesar 17,917 menunjukkan bahwa jika literasi keuangan bernilai nol, maka nilai keputusan penggunaan produk perbankan syariah berada pada angka 17,917. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 2,047 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam literasi keuangan akan meningkatkan keputusan penggunaan produk perbankan syariah sebesar 2,047 poin. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

3.6 Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7. Uji Hipotesis

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.917	2.210			8.107.000
Literasi Keuangan	2.047	.066	-.071		2.708.001



Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, variabel literasi keuangan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah. Nilai t-hitung yang diperoleh dari hasil analisis regresi sebesar 2,708 memiliki nilai positif, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel literasi keuangan dan keputusan penggunaan produk perbankan syariah bersifat positif. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakan produk perbankan syariah. Dalam pengujian hipotesis, nilai t-hitung ini dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,66023. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah.

3.7 Pembahasan

Hasil uji t parsial menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai t-hitung sebesar 2,708, lebih besar dari t-tabel sebesar 1,66023. Nilai signifikansi sebesar 0,001 juga lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah oleh mahasiswa UINSU.

Hasil penelitian ini selaras dengan temuan hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa studi terdahulu yang mengonfirmasi peran krusial literasi keuangan dalam memengaruhi keputusan penggunaan layanan perbankan syariah. Temuan ini didukung oleh penelitian Saragi & Rahmi (2022) yang menunjukkan pengaruh positif signifikan literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa dengan kontribusi sebesar 52,4%, di mana indikator kemampuan menjadi faktor dominan dalam pengelolaan anggaran. Sejalan dengan itu, Maulidya et al. (2025) menekankan bahwa pemahaman terhadap prinsip larangan riba, gharar, dan maysir secara signifikan meningkatkan minat dan keputusan penggunaan melalui dorongan kepercayaan dan strategi edukasi sosio-kultural. Lebih lanjut, Zuriatul Azizah, Mila Kusmala Dewi, Yoga Pratama, (2025) mengungkapkan bahwa literasi keuangan yang memadai dan pemanfaatan teknologi finansial berkontribusi pada perilaku keuangan yang etis dan inklusif, meskipun tantangan seperti rendahnya literasi dan kesenjangan infrastruktur masih menjadi hambatan utama dalam mencapai inklusi keuangan syariah yang berkelanjutan.

Sementara itu, penelitian Tri Novita Syahfitri, Dilla Ariska, Salsabila Syafa Azrah (2023), meneliti pengaruh pengetahuan keuangan dan keagamaan syariah terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah, dengan variabel bebas meliputi pengetahuan keuangan Islam, merek Islam, dan religiusitas, serta variabel terikat berupa keputusan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi mahasiswa aktif ISP angkatan 2021–2022 dan 2022–2023 yang bertransaksi di perbankan syariah, berjumlah 150 responden, dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Hasilnya menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah. Menariknya, variabel religiusitas meskipun berpengaruh positif, ternyata tidak memiliki signifikansi yang kuat terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Temuan ini memberikan gambaran bahwa keputusan mahasiswa untuk memilih layanan perbankan syariah lebih banyak dipengaruhi oleh tingkat pemahaman finansial syariah dibandingkan faktor religiusitas semata.

Dalam konteks teori perilaku konsumen (Consumer Behavior Theory) yang digunakan sebagai landasan teori, literasi keuangan berperan sebagai faktor internal yang memengaruhi proses pengambilan Keputusan (Schiffman, Leon G., Wisenblit, 2019). Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung mampu memahami risiko, manfaat, dan prinsip dasar dari produk keuangan syariah sehingga pengambilan keputusan mereka menjadi lebih rasional dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

Lebih lanjut, meskipun UINSU merupakan institusi pendidikan Islam, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang menggunakan produk perbankan syariah hanya karena alasan administratif, seperti pencairan beasiswa atau pembayaran kuliah. Hal ini mengindikasikan adanya literasi keuangan syariah yang belum merata di kalangan mahasiswa, sehingga pendekatan literasi yang lebih sistematis melalui program kampus dan sinergi dengan lembaga keuangan syariah menjadi sangat relevan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi temuan-temuan dari studi terdahulu, tetapi juga memberikan kontribusi baru dalam memahami sejauh mana literasi keuangan berperan dalam keputusan mahasiswa terhadap penggunaan produk keuangan yang berbasis nilai-nilai Islam. Literasi keuangan bukan hanya pengetahuan teknis, tetapi menjadi bagian dari proses internalisasi nilai dalam perilaku konsumsi keuangan.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah oleh mahasiswa UINSU. Hal ini dibuktikan melalui uji t parsial, di mana nilai t-hitung sebesar 2,708 lebih besar dari t-tabel 1,66023 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin besar kemungkinannya dalam membuat keputusan yang tepat dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Pengaruh positif dari literasi keuangan ini terlihat dalam meningkatnya kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya prinsip-prinsip keuangan syariah, seperti transparansi, keadilan, dan penghindaran dari praktik riba. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih kritis dalam menilai produk keuangan dan mampu memilih layanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, sebagai bentuk tindak lanjut, disarankan agar



pihak kampus, khususnya Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, meningkatkan program-program edukasi keuangan syariah melalui seminar, workshop, maupun integrasi materi literasi keuangan dalam kurikulum perkuliahan. Dengan upaya tersebut, diharapkan mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna produk perbankan syariah yang aktif, tetapi juga mampu menjadi agen literasi keuangan di lingkungan sekitarnya. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat pengembangan kajian literasi keuangan dalam perspektif ekonomi Islam dengan menghadirkan bukti empiris pada konteks mahasiswa perguruan tinggi Islam. Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi strategis bagi institusi pendidikan dan lembaga perbankan syariah dalam merancang program edukasi dan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran guna meningkatkan penggunaan produk perbankan syariah serta mendorong perluasan inklusi keuangan syariah di kalangan generasi muda. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada variabel literasi keuangan, sehingga belum mampu menjelaskan faktor-faktor lain secara komprehensif sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi yang masih rendah. Kedua, populasi dan sampel penelitian hanya terbatas pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi untuk kelompok mahasiswa atau masyarakat di wilayah lain. Terakhir, pengumpulan data yang hanya menggunakan kuesioner mandiri berpotensi menimbulkan subjektivitas responden dalam pengisiannya. Oleh karena itu, keterbatasan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan penelitian di masa depan. Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, peneliti merumuskan beberapa saran yaitu: Bagi industri perbankan syariah, diharapkan dapat meningkatkan edukasi yang lebih teknis dan aplikatif kepada kelompok mahasiswa, khususnya mengenai rincian akad dan transparansi sistem bagi hasil, agar literasi yang dimiliki mahasiswa dapat bertransformasi menjadi keputusan penggunaan produk secara nyata. Selain itu, bagi institusi pendidikan, penguatan kurikulum berbasis literasi keuangan syariah yang praktis sangat diperlukan untuk membekali mahasiswa dalam pengelolaan keuangan yang sesuai prinsip syariah. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambah variabel lain yang tidak diteliti dalam riset ini, seperti religiusitas, kualitas layanan digital (mobile banking), pengaruh lingkungan sosial, maupun persepsi risiko, serta memperluas populasi responden agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.

REFERENCES

- Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Lamonge, A. S., Ristiyana, R., Saputri, F. R., Jayatmi, I., Satria, E. B., Permana, A. A., Rohman, M. M., Arta, D. N. C., Bani, M. D., Bani, G. A., Haslinah, A., & Wijoyo, E. B. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik*.
- Ahmad Rayendra, Fatimah Yunus, G. S. (2025). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Pascasarjana Uinfas Bengkulu: Perbandingan Antara Bank Syariah Dan Bank Konvensional. *Pareto: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, (8), 55–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.32663/36mgj939>
- Alma, U., & Yogyakarta, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. 1(1), 42–53.
- Alpiani, M., Alfariis, M. S., & Azmi, M. F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Fintech Syariah Pada Mahasiswa Uin Jakarta. 1(1), 1–20.
- Amri, A., & Kunci, K. (2025). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Keuangan Digital terhadap Inklusi Keuangan : Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kota Tangerang dengan Media Sosial sebagai Moderator. 8(1). <https://doi.org/10.36778/jesy.v8i1.1940>
- Apriandi, A. A., & Yusuf, M. (2025). Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Permata Land Jambi) Influence Of Financial Literacy And Trust On Decisions To Save In Syariah Banks (Study on the Permata Land Jambi Community). 5(2), 346–365. <https://doi.org/10.30631/4wc6j864>
- Cahyaningtyas, S. R., Ramadani, R. S., & Isnaini, Z. (2020). Edukasi Literasi Keuangan Kepada Masyarakat Desa. *Abdimas Independen*, 1(2), 86–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/independen.v1i2.19>
- Chania, S., & Farhani, N. H. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Perilaku Keuangan sebagai Moderasi. 4(2), 6876–6883. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1773>
- Delima Afriyanti, N. F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Masyarakat Kelurahan Kerinci Kota Kecamatan Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan Riau. *Jurnal Ilmu-Ilmu KeIslaman*, (3), 38–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.56184/jam.v3i1.449>
- Dini Erika, S. M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah: Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Umsu. *AL_kharaj, Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, 6(7), 5205–5219. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2196>
- Eny Widiaty. (2025). Keputusan Penggunaan Produk Perbankan Syariah: Peran Literasi Keuangan: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam Institut Agama Islam Nurul Hakim. *Jurnal Ekonomi Dan Kajian Keislaman*, 5(1), 49–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.57215/muslimpreneur.v5i1.521>
- Februari, B., Lathief, M., Nasution, I., Islam, U., Uin, N., Utara, S., ... Serdang, D. (2024). Communication Skill Analysis in Marketing of iB Hijrah Savings. 11(1), 83–92. <https://doi.org/https://doi.org/10.54956/eksyar.v11i1.603>
- Ferawati, R., & Bariatun, L. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Sosialisasi , Dan Jenis Kelamin Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah Pada. 5, 39–51. <https://doi.org/10.30631/makesya.v5i1.3044>
- Habibi, M. R. (2022). Peran Perbankan Syari ' Ah Dalam Perkembangan Perekonomian Di Indonesia Bank Syariah dibagi menjadi dua bagian , yakni Bank Umum berlandaskan Syariah dan Unit Usaha berlandaskan Syariah . Keduanya berada dibawah naungan Undang Undang soal Surat Berharga S. 12, 1–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/maliyah.2022.12.1.1-25>
- Hasanah, N., Anggraini, T., & Harahap, R. D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: MES Management Journal, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.56709/mesman.v2i1.36>



- Hatmawan & Riyanto. (2022). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: CV Budi Utama.
- Hayati, N. F., Anggraini, T., Latief, M., & Nasution, I. (2025). The Influence Of Consumer Behavior And Sharia Financial Literacy On Interest In Using Fintech P2p Lending Among Febi Uinsu Students. 18(4), <https://doi.org/10.21107/pamator.v18i4.32063>
- Istamarina, S., M. E. A., Septiani, M., & Anita, N. (2025). Dampak Literasi Keuangan Syariah dan Brand image terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah : Studi pada Generasi Z. 12(01), 1591–1598. <https://jurnal.itc.web.id/index.php/jebd/article/view/2241>
- Jamila, K. R. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan iB SimPel Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan.
- Kadek Prita Ary Astini, G. W. P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi (Studi Eksperimen di Gugus V Mandara Giri Kec. Kubutambahan). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(02), 991–1002. <https://doi.org/https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/49445/23218>.
- Maghfiroh, N., & Arwani, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pemanfaatan Teknologi Digital terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah. 4(2), 421–426. <https://e-journal.uingsdur.ac.id/sahmiyya/article/view/12650>
- Maulidya, L., Awali, H., & Kurniawan, P. C. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. 4(2), 427–434. <https://e-journal.uingsdur.ac.id/sahmiyya/article/view/12655>
- Masruron, M. (2021). Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19. *Al Birru*, 1(1), 1–20. <https://doi.org/https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/albirru/article/download/525/386/2560>.
- Muhammad Feri Okta Distira, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M., & Batubara. (2023). Pengaruh Pengambilan Keputusan Investasi Dan Kelayakan Investasi Saham Pada Perbankan Syariah Di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3(2), 616–625. <https://doi.org/https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/albirru/article/download/525/386/2560>
- Muhammad Iqbal Asyari Lubis, Tuti Anggraini, Aqwa Naser Daulay. (2025). Religiosity, Trust, and Literacy Drive Islamic Finance Adoption. *Academia Open*, 10(2), 1–17. <https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.11066>
- Mustaidah, Z., & Sadiyah, M. (2025). Pengaruh Halal Lifestyle , Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank. 8. [https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8\(1\).21946](https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8(1).21946)
- Novia Ramadan, S. N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Tabungan Negara (Btn Kc Syariah Medan). *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)*, 3(3), 569–579. Retrieved from <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>
- Nurfaliza, V. I. (2025). Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat. 5(3). <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i3.1829>
- Nurhayati, D. A., Safitri, N., Ridwan, R. M., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., & Lampung, K. B. (2025). Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menabung di bank syariah pada siswa sekolah menengah atas. 3(12). <https://doi.org/10.62281/hhhr7t54>
- Nurhab, M. I., & Nurhab, B. (2025). Literasi keuangan syariah sebagai determinan minat menabung mahasiswa pada bank syariah indonesia. 498–510. <https://doi.org/10.64626/jmbo.v4i2.553>
- Nuri, F., Fathania, W., & Anindya, K. N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Generasi Z melalui Platform Online. 22(1), 739–746. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol22.iss1.art8>
- Philip, & Armstrong. (2013). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Airlangga.
- Pratama, N., & Lestari, P. (2024). *Yogyakarta 2024*.
- Sabilla, M. J., Business, I., Islam, U., Salatiga, N., Java, C., & City, S. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan bauran pemasaran syariah terhadap keputusan nasabah dengan trust sebagai mediasi. 5(1), 50–63. <https://doi.org/10.30984/maqrizi.v5i1.1198>
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Islamic Branding , dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah : Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. 5(2), 226–244. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>.
- Saragi, D. D., & Rahmi, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Mahasiswa S-1 Unisba dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. 87–94. <https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.1180>
- Siregar, R., & Silalahi, S. (2025). Pengaruh Gaya Hidup , Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. 11(2), 80–100. <https://doi.org/10.36835/qiema.v11i2.4641>
- Subagyo, A., & Kristian, I. (2023). *Metode penelitian kualitatif*.
- Schiffman, Leon G., Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior (12th ed.)*. Pearson Education.
- Syamsuri, A. M. A., & Noor, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Perencanaan Keuangan, Dan Kesadaran Aspek Syariah Pada Mahasiswa Rumpun Ekonomi Syariah Di Indonesia Terhadap Keputusan Menggunakan Perbankan Syariah. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 241-254.
- Titin Kartini, U. M. (2022). Literasi Keuangan (Financial Literacy) Mahasiswa Indekos Calon Pendidik Ekonomi Fkip Universitas Jember. *Jurnal Promosi Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 10(2), 154–164. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24127/pro.v10i2.6722>
- Tri Novita Syahfitri, Dilla Ariska, Salsabila Syafa Azrah, R. I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fai UMSU). *IJMA*, 4(1). <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/index>
- Tuti Anggraini. (2023). Pengaruh Kemudahan Akses Pembiayaan, Sosialisasi Produk Dan Literasi Nasabah Terhadap Eksistensi Bank Syariah Indonesia (BSI) di Pedesaan. *JIEI*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8347>
- Zuriatul Azizah, Mila Kusmala Dewi, Yoga Pratama, N. F. H. (2025). Literasi Keuangan Syariah Dan Teknologi Finansial: Pengaruhnya Terhadap Inklusi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(4), 2501–2509. <https://doi.org/10.70248/jmie.v2i4.2418>
- Zhara Hafizha, T. A. (2023). Pengaruh Personal Branding Sumber Daya Insani Perbankan Syariah Terhadap Digitalisasi Banking di Era Industri 4.0. *JIEI*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7942>