

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi Digital, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Layanan Emas Digital Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Uniska MAB)

M. Asy Syaibani Akbar¹, Parman Komarudin², Iman Setya Budi³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Indonesia
Email: m.asysyaibaniakbar@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of Islamic financial literacy, digital promotion, perceptions of security, perceptions of ease of use, and trust on students' interest in using Bank Syariah Indonesia's digital gold services. This study employs a quantitative approach using an explanatory research design. Data were collected through the distribution of questionnaires to students in the Sharia Economics Program at Muhammad Arsyad Al Banjari Islamic University of Kalimantan, using probability sampling via the simple random sampling method. The study sample consisted of 74 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression with the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results indicate that, individually, Islamic financial literacy, perceived security, perceived ease of use, and trust do not have a significant effect on students' interest in using Bank Syariah Indonesia's digital gold services. Conversely, digital promotion has a positive and significant effect on students' interest, with a significance value of 0.001. Simultaneously, Islamic financial literacy, digital promotion, perceived security, perceived ease of use, and trust have a significant effect on students' interest in using Bank Syariah Indonesia's digital gold service. The adjusted R-squared value of 0.401 indicates that these five variables are able to explain. Conversely, digital promotion has a positive and significant effect on student interest, with a significance value of 0.001. Collectively, Islamic financial literacy, digital promotion, perceived security, perceived ease of use, and trust significantly influence students' interest in using Bank Syariah Indonesia's digital gold services. The Adjusted R-Square value of 0.401 indicates that these five variables account for 40.1% of the variation in student interest, while the remaining 59.9% is influenced by other factors outside the research model. The results show that, in the context of digital gold service usage, digital promotion is the most dominant factor influencing student interest compared to the other variables.

Keywords: *Islamic Financial Literacy, Digital Promotion, Perception Of Security, Perception Of Ease Of Use, Trust, Interest.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, promosi digital, persepsi keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (explanatory research). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* melalui metode *simple random sampling*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 74 responden. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan syariah, persepsi keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia. Sebaliknya, promosi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dengan nilai signifikansi 0,001. Secara simultan, literasi keuangan syariah, promosi digital, persepsi keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,401 menunjukkan bahwa kelima variabel mampu menjelaskan 40,1% variasi minat mahasiswa, sedangkan 59,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam konteks penggunaan layanan emas digital, promosi digital menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat mahasiswa dibandingkan variabel lainnya.

Kata kunci: *Literasi Keuangan Syariah, Promosi Digital, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Minat.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi pada berbagai sektor, termasuk industri jasa keuangan. Digitalisasi memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses berbagai layanan keuangan secara cepat, efisien, dan fleksibel. Perbankan syariah turut beradaptasi dengan perkembangan tersebut melalui penyediaan layanan keuangan berbasis digital yang tidak hanya mengutamakan kemudahan transaksi, tetapi juga tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Salah satu inovasi yang dikembangkan adalah layanan emas digital yang memungkinkan masyarakat melakukan pembelian, penyimpanan, dan transaksi emas secara daring melalui aplikasi perbankan syariah (Yusmelia dkk., 2024).

Dalam perspektif ekonomi Islam, investasi merupakan aktivitas muamalah yang diperbolehkan selama memenuhi prinsip-prinsip syariah, seperti bebas dari riba, gharar, dan maysir. Investasi juga berkaitan dengan upaya menjaga harta (hifz al-mal) sebagai salah satu tujuan maqashid syariah (Suharsono dkk., 2023;

Verawati, 2024). Emas menjadi salah satu instrumen investasi yang banyak diminati karena memiliki nilai yang relatif stabil dan mampu mempertahankan nilai kekayaan dalam jangka panjang. Perkembangan teknologi kemudian melahirkan layanan emas digital yang memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berinvestasi tanpa harus memiliki emas dalam bentuk fisik (A'yun, 2025).

Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) menghadirkan layanan emas digital sebagai alternatif investasi yang mudah diakses melalui aplikasi digital. Layanan ini diharapkan mampu meningkatkan inklusi keuangan syariah sekaligus memperluas akses masyarakat terhadap instrumen investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Meskipun demikian, tingkat pemanfaatan layanan emas digital di kalangan mahasiswa masih menunjukkan variasi. Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah merupakan kelompok yang telah memperoleh pembelajaran mengenai konsep dan produk keuangan syariah, namun pemahaman tersebut belum tentu diikuti dengan minat menggunakan layanan emas digital. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara tingkat pengetahuan dan perilaku penggunaan layanan keuangan syariah.

Minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital diduga dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah literasi keuangan syariah, yaitu kemampuan individu dalam memahami konsep, prinsip, dan produk keuangan syariah sehingga mampu mengambil keputusan keuangan secara tepat (Haryanti & Azmi, 2023). Selain itu, promosi digital juga menjadi faktor penting karena penyampaian informasi melalui media digital dapat meningkatkan pengetahuan dan ketertarikan masyarakat terhadap suatu (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Faktor lain yang tidak kalah penting adalah persepsi keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan, yang sering dikaitkan dengan penerimaan masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis teknologi (Rohmawati & Rosyada, 2025; Utami dkk., 2023).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian Yusmelia dkk (2024) dan Nasution (2024) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan keuangan syariah berbasis digital. Penelitian Sadiyah & Puspa (2024) menunjukkan bahwa promosi digital berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Di sisi lain, penelitian Utami dkk (2023) dan Fadhillah (2025) menyatakan bahwa persepsi keamanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan layanan digital Bank Syariah Indonesia. Sementara itu, penelitian Astutik (2023) dan Muthi'ah & Indrarini (2023) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang mendorong minat menggunakan layanan keuangan digital.

Meskipun demikian, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan inkonsistensi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan keuangan digital berbasis syariah. Selain itu, penelitian yang secara

khusus mengkaji layanan emas digital Bank Syariah Indonesia dengan objek mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari masih terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada mobile banking, fintech syariah, maupun dompet digital syariah. Perbedaan objek penelitian tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian yang masih perlu dikaji sehingga menjadi kebaruan dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, promosi digital, persepsi keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (explanatory research). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis statistik, sehingga dapat menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2017). Sementara itu, penelitian eksplanatori bertujuan menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel independen dan variabel dependen secara empiris (Ferdinand, 2021).

Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin. Populasi penelitian berjumlah 287 mahasiswa yang terdiri atas mahasiswa reguler dan nonreguler. Penentuan sampel menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi responden (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 74 responden (Machali, 2021).

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan dokumen yang relevan dengan penelitian (Adnyana, 2021; Sumbodo dkk., 2024). Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima tingkat untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian (Sugiyono, 2017). Variabel independen dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan syariah (X1), promosi digital (X2), persepsi keamanan (X3), persepsi kemudahan penggunaan (X4), dan kepercayaan (X5), sedangkan variabel dependen adalah minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia.

Data dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, data terlebih dahulu diuji melalui uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2021). Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui uji parsial (t-test), uji simultan (F-test), dan uji koefisien determinasi (Adjusted R Square) untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, sehingga instrumen tersebut layak digunakan dalam proses pengumpulan data (Putri, 2022).

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	1	0,688	0,229	Valid
	2	0,712	0,229	Valid
	3	0,836	0,229	Valid
	4	0,808	0,229	Valid
Promosi Digital (X2)	1	0,879	0,229	Valid
	2	0,877	0,229	Valid
	3	0,78	0,229	Valid
	4	0,763	0,229	Valid
Persepsi Keamanan (X3)	1	0,827	0,229	Valid
	2	0,887	0,229	Valid
	3	0,904	0,229	Valid
	4	0,758	0,229	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X4)	1	0,906	0,229	Valid
	2	0,932	0,229	Valid
	3	0,891	0,229	Valid
	4	0,856	0,229	Valid
Kepercayaan (X5)	1	0,828	0,229	Valid
	2	0,813	0,229	Valid
	3	0,79	0,229	Valid
	4	0,625	0,229	Valid
Minat Penggunaan (Y)	1	0,952	0,229	Valid
	2	0,948	0,229	Valid

3	0,881	0,229	Valid
---	-------	-------	-------

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Literasi Keuangan Syariah, Promosi Digital, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Minat Mahasiswa memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,229. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian sehingga dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach Alpha (Putri, 2022).

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,757	Reliabel
Promosi Digital (X2)	0,844	Reliabel
Persepsi Keamanan (X3)	0,864	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,918	Reliabel
Kepercayaan (X5)	0,749	Reliabel
Minat Penggunaan (Y)	0,918	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (nilai standar alpha) sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 ($>0,05$) sehingga residual penelitian berdistribusi normal (Sahir, 2021).

Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10, yaitu Literasi Keuangan Syariah (Tolerance = 0,589; VIF = 1,698), Promosi Digital (Tolerance = 0,525; VIF = 1,905), Persepsi Keamanan (Tolerance = 0,439; VIF = 2,279), Persepsi Kemudahan Penggunaan (Tolerance = 0,492; VIF = 2,034), dan Kepercayaan (Tolerance = 0,498; VIF = 2,007). Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dan tidak mengalami gejala multikolinearitas (Sahir, 2021).

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual dalam model

regresi (Machali, 2021). Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi Literasi Keuangan Syariah sebesar 0,056, Promosi Digital 0,065, Persepsi Keamanan 0,744, Persepsi Kemudahan Penggunaan 0,109, dan Kepercayaan 0,384. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi seluruh asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan pengembangan dari regresi linear sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Selain itu, analisis regresi linear berganda juga digunakan untuk melihat hubungan prediktif, hubungan kausal, serta menganalisis data penelitian yang bersifat kuantitatif (Mardiatmoko, 2020).

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t	Sig.
Konstanta	-0,425	-0,135	0,893
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,025	0,187	0,852
Promosi Digital (X2)	0,409	3,903	0,001
Persepsi Keamanan (X3)	-0,174	-0,788	0,433
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X4)	0,175	1,516	0,134
Kepercayaan (X5)	0,290	1,110	0,271

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,425 + 0,025X_1 + 0,409X_2 - 0,174X_3 + 0,175X_4 + 0,290X_5$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa variabel Promosi Digital memiliki koefisien regresi positif terbesar, yaitu 0,409, yang mengindikasikan bahwa peningkatan promosi digital cenderung meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia. Sebaliknya, variabel Persepsi Keamanan memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0,174, sedangkan variabel Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan memiliki koefisien regresi positif.

Hasil Uji t

Uji parsial (*uji t*) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Suatu variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Mardiatmoko, 2020).

Tabel 4 Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,187	0,852	Tidak berpengaruh signifikan
Promosi Digital (X2)	3,903	0,001	Berpengaruh positif signifikan
Persepsi Keamanan (X3)	- 0,788	0,433	Tidak berpengaruh signifikan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X4)	1,516	0,134	Tidak berpengaruh signifikan
Kepercayaan (X5)	1,110	0,271	Tidak berpengaruh signifikan

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa dari lima variabel independen yang diuji, hanya Promosi Digital (X2) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia, dengan nilai t sebesar 3,903 dan nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$). Sementara itu, variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) memperoleh nilai signifikansi 0,852, Persepsi Keamanan (X3) sebesar 0,433, Persepsi Kemudahan Penggunaan (X4) sebesar 0,134, dan Kepercayaan (X5) sebesar 0,271, yang seluruhnya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima, sedangkan hipotesis pertama (H_1), ketiga (H_3), keempat (H_4), dan kelima (H_5) ditolak.

Hasil Uji F

Uji simultan (*uji F*) digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_a) diterima apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of	d	Mean	F	Si
Regression	256.487	5	51.297	10.766	<,001b
Residual	324.000	68	4.765		
Total	580.486	73			

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai F hitung sebesar 10,766 dengan nilai signifikansi $<0,001$ ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah, Promosi Digital, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam

menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia. Dengan demikian, hipotesis keenam (H_6) diterima, yang berarti kelima variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen secara simultan (Mardiatmoko, 2020).

Tabel 6 Hasil Uji Koefisiens Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,665	0,442	0,401	2,18282

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,401 atau 40,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah, Promosi Digital, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia sebesar 40,1%, sedangkan 59,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi digital merupakan satu-satunya variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia. Sementara itu, literasi keuangan syariah, persepsi keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa. Meskipun demikian, secara simultan literasi keuangan syariah, promosi digital, persepsi keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan emas digital Bank Syariah Indonesia. Kelima variabel tersebut mampu menjelaskan 40,1% variasi minat mahasiswa, sedangkan 59,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Daftar Pustaka

- Adnyana, I. M. D. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*.
- Astutik, E. S. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, dan Fitur Layanan terhadap Minat Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2018 dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah* [INSTITUT Agama Islam Negeri Kudus]. <http://repository.iainkudus.ac.id/9976/>

- A'yun, I. (2025). Investasi Emas Digital di Indonesia; Tinjauan Sistemik Maqashid Syariah. *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics*, 4(2), 203–220. <https://doi.org/10.35878/jiose.v4i2.1828>
- Fadhillah, A. R. (2025). *Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Oleh Generasi Z* [Politeknik Negeri Jakarta]. <https://repository.pnj.ac.id/31977/1/Bagian%20Identitas%20Skripsi%20%26%20Pembukaan%20%28Bab%201%29%20dan%20Penutup%C2%A0%28Bab%C2%A05%29.pdf>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ferdinand, A. (2021). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen* (5 ed.).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23*.
- Haryanti, P., & Azmi, M. F. (2023). Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Fintech Syari'ah Mahasiswa Gen Z. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 289–302. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v5i2.1260>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. <https://online.fliphtml5.com/fgxqg/spyq/>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%20%28Pa%20nduan%20Praktis%20Merencanakan%2C%20Melaksa.pdf>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Muthi'ah, F., & Indrarini, R. (2023). Pengaruh Literasi, Kegunaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(01). <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.3987>
- Nasution, D. S. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Layanan Financial Technology* [Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan]. <http://etd.uinsyahada.ac.id/10867/1/1740200147.pdf>
- Putri, A. I. Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile*

- Banking* [Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro].
<https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/6919/1/ADE%20INTAN%20YONATA%20PUTRI%20NPM.%201804102002%20%281%29%20-%20Ade%20intan.pdf>
- Rohmawati, N. S., & Rosyada, M. (2025). Penggunaan Fintech Syariah Dan Investasi Online Dalam Tinjauan Teori Kepercayaan Dan Risiko. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 237–243.
- Sadiah, M., & Puspa, D. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 25–43.
<https://doi.org/10.37252/jebi.v3i2.913>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*.
<https://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafri.pdf>
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225(87), 48–61.
- Suharsono, S., Aini, K., & Irbah, A. N. (2023). Keberadaan Prinsip (Maqashid Al-Syariah) Hifdzul Mal Dalam Kegiatan Investasi Konvensional Non Maisir. *Investama: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 135–146.
<https://doi.org/10.56997/investamajurnalekonomidanbisnis.v9i2.1006>
- Sumbodo, Y. P., Marzuki, Yudhantara, S. M., & Widiastuti. (2024). *Metode Penelitian Panduan Lengkap Untuk Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran*.
<http://repository.mediapenerbitindonesia.com/433/1/%281%29%20-%20Metode%20Penelitian.pdf>
- Utami, W., Rofika, I. D., Kamelia, T., Budiarti, Y., Mushlihah, T., Aminin, H., Azizah, R. A. N., & Septiani, N. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan BSI (Bank Syariah Indonesia) Mobile. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(1), 1–22. <https://doi.org/10.22515/academica.v7i1.7414>
- Verawati, H. (2024). Analisis Hukum Islam Terhadap Implementasi Investasi Emas Syariah. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 3(6), 945–965.
<https://doi.org/10.56799/peshum.v3i6.6802>
- Yusmelia, A., Suryadi, N., & Nasrah, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(2), 504–514. [https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7\(2\).17597](https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7(2).17597)

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi Digital, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Layanan Emas Digital Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Uniska MAB)

M. Asy Syaibani Akbar, Parman Komarudin, Iman Setya Budi