

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Generasi Z melalui *Platform Online*

Fathya Nuri Wiwadja Fathania¹, Khoirina Noor Anindya^{2*}

¹ Universitas Islam Indonesia, ² Universitas Islam Indonesia

*Corresponding email: khoirina.noor.anindya@uii.ac.id

Abstract

Financial literacy is financial knowledge basic for making rational financial decisions. In this case, the financial literacy of generation Z or students receive various workshops conducted by the government, institutions and companies that collaborate with universities, especially to increase interest in investing or investing. Students can also explore information about Islamic banking services and products through the online platform provided. This study aims to test the effect of financial literacy on saving intention at Islamic banks using an online platform. The study uses a quantitative approach with the SPSS analytic tool. By distributing questionnaires and involving 113 respondents, the results of the study stated that financial literacy has a positive effect on the saving interest among generation Z at Islamic banks through an online platform.

Keywords: Financial Literacy, Saving Intention; Gen Z, Sharia Bank, Online Platform

Abstract

Literasi keuangan adalah pengetahuan keuangan yang dapat menjadi dasar untuk melakukan pengambilan keputusan keuangan secara rasional. Dalam hal ini literasi keuangan generasi Z atau mahasiswa didapatkan dari berbagai macam workshop yang dilakukan oleh pemerintah maupun lembaga atau perusahaan yang bekerjasama dengan Perguruan Tinggi terutama untuk meningkatkan minat menabung atau berinvestasi. Mahasiswa juga dapat menggali informasi mengenai layanan dan produk perbankan syariah melalui platform online yang disediakan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung pada bank syariah menggunakan *platform online*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis SPSS. Dengan penyebaran kuisioner dan melibatkan 113 responden, hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menabung para generasi Z pada bank syariah melalui *platform online*.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Minat Menabung, Generasi Z, Bank Syariah, *Platform Online*

I. PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang mempengaruhi kestabilan ekonomi sebuah negara adalah sektor keuangan yaitu perbankan. Perbankan merupakan sektor yang mempercepat laju pertumbuhan bisnis dengan memberikan layanan kepada masyarakat sebagai mediator antara pihak yang kelebihan dan kekurangan dana. Negara Indonesia memiliki 2 sistem perbankan yaitu sistem konvensional dan syariah. Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, meningkatkan peluang perbankan syariah untuk

semakin meningkatkan pangsa pasarnya. Hal tersebut juga menjadi faktor pendorong berkembangnya industri keuangan syariah di Indonesia (Hasibuan & Wahyuni, 2020). Pada tahun 1991, berdiri Bank Muamalat Indonesia menandai munculnya perbankan syariah, kemudian bermunculan bank lainnya misalnya BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan sebagainya (Mohamma & Agilga, 2022).

Dengan berjalannya waktu, digitalisasi dan transformasi industri dapat menyebabkan peningkatan persaingan di industri perbankan. Transformasi industri menuju interaksi tanpa batas antara manusia dan teknologi menuntut organisasi agar konsisten menelurkan inovasi yang jitu guna menghadapi volatilitas, ketidakpastian, kompleksitas dan ambiguitas (Sakitri, 2021)

Dalam perspektif yang positif, digitalisasi dapat memperbesar akselerasi penggunaan teknologi dalam dunia perbankan, baik oleh internal bank maupun masyarakat pada umumnya. Teknologi yang berkembang, tidak hanya pada sistem di perbankan namun perkembangan di bidang teknologi dengan adanya teknologi keuangan (*financial technology*) serta akses yang luas untuk mendapatkan berbagai macam informasi mengenai keuangan. Dengan terbukanya akses dan berkembangnya teknologi keuangan, maka kesempatan untuk mempelajari literasi keuangan semakin terbuka lebar. Dengan meningkatnya literasi keuangan maka akan mengindarkan seseorang untuk terjebak dalam praktik investasi yang merugikan dan menipu serta mencari peluang investasi yang lebih baik (Chairani, Bestari, & Hidayat, 2021).

Berkembangnya bidang teknologi keuangan sejalan dengan bertambahnya layanan digital yang disediakan oleh perbankan diantaranya adalah *mobile banking* yang dihubungkan dengan pemaksimalan penggunaan *smartphone* untuk mengakses kebutuhan perbankan. Dengan memiliki *smartphone*, masyarakat dapat membuka rekening tanpa harus pergi ke kantor bank.

Literasi keuangan adalah pengetahuan keuangan yang menghantarkan pada pengambilan keputusan yang matang dengan pertimbangan rasional (Ouchani, Belhassine, & Kammoun, 2021). Literasi masyarakat mengenai bidang keuangan diantaranya jenis investasi, perbedaan antara bank konvensional dan syariah juga meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan bank syariah. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menabung bank syariah (Mulyaningtyas, Soesatyo, & Sakti, 2020).

Hal ini juga terjadi pada generasi muda, khususnya generasi Z yang tidak bisa terlepas dari *gadget* dan *smartphone*. Generasi Z sebagai juga menjadi orang yang realistis dimana generasi Z memiliki kemandirian dalam proses belajar dan mencari informasi serta pengambilan keputusan, sehingga memiliki kendali atas keputusan yang dipilih (Sakitri, 2021). Generasi Z yang memiliki informasi dan pengetahuan atas produk perbankan syariah, baik melalui *workshop* oleh pemerintah, lembaga dan media sosial memiliki tendensi untuk menginvestasikan uangnya atau mengelola uangnya melalui pembukaan rekening secara *online* karena bank telah menyediakan *platform online* yang aksesibilitasnya sangat mudah. Minat menabung adalah dorongan seseorang yang menyebabkan seseorang tersebut dapat menyimpan uangnya di bank yang penarikannya hanya dilakukan sesuai dengan syarat yang disepakati antara nasabah dan pihak bank (Nengsih, Arsa, & Putri, 2021). Dengan demikian, maka fokus penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh literasi keuangan generasi Z terhadap minat menabung pada bank syariah melalui *platform online*.

Landasan Teori Perbankan Syariah

Berdasarkan pasal 1 angka 1 dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, definisi perbankan syariah adalah segala sesuatu tentang bank dan unit usaha syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Khusna & Pratama, 2021).

Karakteristik perbankan syariah atau bank Islam adalah 1) Universal (ketentuan Islam tidak berlaku terbatas pada waktu tertentu saja); 2) Maslahah (Islam membawa manfaat secara komprehensif pada bidang sosial, material dan moral, ekonomi, politik, hukum, sosial, kebudayaan, keamanan, nasional dan internasional); 3) Variatif (Produk perbankan Islam dapat berkembang sesuai dengan hukum Islam); 4) Keadilan dan Transaksi yang Jujur (Transaksi yang adil terhadap semua pihak dan menjaga keseimbangan); 5) Transparan (Perbankan Islam mengadopsi transparansi, disklosur, serta dokumentasi yang baik dibandingkan dengan bank konvensional); 6) Seimbang (Perbankan Islam memberikan kontribusi yang

seimbang untuk pengembangan sektor riil dan UMKM); dan 7) Fasilitas (Pemberian fasilitas yang lengkap kepada nasabah, misalnya penerimaan dan penyaluran Ziswaf dan penerimaan dana kebajikan) (Lathif, 2017).

Sedangkan Produk bank syariah diantaranya adalah 1) Produk perhimpunan dana yaitu tabungan dan deposito; 2) Produk penyaluran dana, yang bisa disebut dengan pembiayaan yaitu murabahah, salam, istishna, musyarakah, dan ijarah; dan 3) Produk pelayanan jasa keuangan yaitu hawalah dan kafalah (Utama, 2021).

Platform pada Perbankan Syariah

Platform-based banking adalah perbankan berbasis platform adalah sekumpulan dasar dari konsep teknologi seperti *Application Programming Interfaces* (API), Platform Digital, Kolaborasi Terbuka dan Ekosistem Platform, Platform Perbankan dan *Separation of Concerns* (SoC) (Arayesh, Rezaeirad, Aidi, & Lamuki, 2021). Definisi tersebut memberikan gambaran bahwa dunia perbankan dapat dikembangkan dengan berbagai macam platform sesuai dengan kebutuhan setiap perusahaan. Dalam konteks perbankan syariah, beberapa perusahaan telah menggunakan prinsip *platform-based banking* untuk memberikan layanan terbaiknya kepada nasabah. Beberapa contoh bank syariah di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Muamalat dan BCA Syariah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui layanan *digital banking*, memberikan platform online yaitu aplikasi “BYOND” yang memiliki fitur utama yaitu BSI Call, Buka Rekening dan Deposito dan top-up E-wallet. Bank Muamalat melalui layanan *e-banking*, memberikan *platform online* yaitu aplikasi “Customer on Board” yang dapat diakses melalui *smartphone* yang memberikan kemudahan nasabah untuk membuka tabungan dimana saja dan kapan saja. Bank Central Asia (BCA) Syariah, melalui layanan perbankan elektronik menyediakan *platform online* yaitu aplikasi “BSya” yang memberikan layanan unggulan yaitu kemudahan rekening *online*, *cardless*, *e-branch* dan berbagai macam fitur Islami misalnya jadwal sholat dan arah kiblat.

Literasi Keuangan

Menurut Bank Indonesia, tingkat Literasi Keuangan terutama dalam hal perbankan dan ekonomi syariah terdiri dari 4 tingkatan yaitu 1) *Well Sufficient*; 2) *Sufficient Literate*; 3) *Less Literate*; dan 4) *Not Literate*. Keempat tingkatan tersebut dihubungkan dengan indikator yaitu kesadaran mengenai istilah ekonomi syariah, produk dan jasa halal, lembaga keuangan sosial, pengelolaan keuangan secara syariah, kemampuan numerik dan sikap pada masa depan (Firdiana & Fikriyah, 2021). Literasi keuangan dapat diartikan sebagai sekumpulan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang individu tentang jasa keuangan baik bank maupun non-bank dan berlandaskan prinsip konvensional maupun syariah, sehingga seorang individu tersebut mampu membuat keputusan berdasarkan pengetahuannya tersebut.

Minat Menabung

Minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu atau suatu rasa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu (Batubara, Pulungan, & Yenty, 2020). Salah satu prinsip yang digunakan dalam mobilisasi dana pada bank syariah adalah titipan (Putri & Aravik, 2021). Masyarakat dapat menitipkan dananya pada bank syariah melalui akad titipan yaitu tabungan wadi'ah. Minat menabung pada bank syariah dapat diartikan sebagai keinginan untuk menyimpan dana pada sebuah bank dengan harapan di kemudian hari mendapatkan imbal hasil sesuai prinsip syariah.

Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir di era digital (Nabila, Utama, Habibi, & Hidayah, 2023). Gen Z lahir pada era 4G dimana realitas daring sudah cukup stabil untuk diakses secara waktu sebenarnya (*realtime*). Kecepatan internet yang tinggi tersebut, mengubah paradigma sosial budaya yang berlaku (Farunik & Ginny, 2023). Generasi Z yang lahir pada era digital dan kecepatan internet yang tinggi juga dimanjakan dengan berbagai macam fasilitas yang tersedia dalam berbagai macam perangkat elektronik, terutama *smartphone*. *Smartphone* yang dimiliki oleh generasi muda terutama, menjadi mereka mudah untuk mengakses segala informasi melalui mesin pencari informasi serta media sosial.

Pengembangan Hipotesis

Literasi keuangan adalah pengetahuan keuangan yang menghantarkan pada pengambilan keputusan yang matang dengan pertimbangan rasional. Terdapat 2 dimensi mengenai literasi keuangan, yang pertama adalah pengetahuan keuangan terkait dengan konsekuensi mengenai program pendidikan dan yang kedua adalah kemampuan untuk menggunakan pengetahuan keuangan dengan tepat untuk membuat keputusan (Ouchani, Belhassine, & Kammoun, 2021).

Literasi keuangan yang digalakkan oleh pemerintah dan Perguruan Tinggi juga menyasar para mahasiswa. Pemerintah memberikan berbagai macam workshop literasi keuangan melalui program Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia. Literasi keuangan juga diselenggarakan oleh berbagai macam lembaga, tak terkecuali industri perbankan syariah kepada masyarakat, pelajar dan mahasiswa. Mahasiswa sebagai generasi muda sejak dini harus memiliki pengetahuan di bidang *personal finance* karena pengetahuan tersebut akan membantu mahasiswa dalam mengatur keuangannya di masa depan (Margaretha & Pambudi, 2015).

Sebagai jasa keuangan yang menerapkan prinsip syariah di negara Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk muslim besar di dunia, maka industri perbankan syariah kian mengembangkan layanannya dengan memberikan layanan dan produk digital. Perbankan syariah meluncurkan berbagai platform online untuk mendekatkan diri kepada calon nasabah maupun memberikan kenyamanan yang lebih baik kepada nasabah, sehingga diharapkan minat menabung masyarakat terutama mahasiswa akan meningkat.

Minat menabung dikaitkan dengan intensi atau keinginan seorang individu untuk menyimpan dananya pada sebuah lembaga jasa keuangan. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat menabung diantaranya adalah literasi keuangan, inklusi keuangan, kegiatan mengatur keuangan, teman sebaya, gaya hidup dan kontrol diri (Krisdayanti, 2020). Dalam hal ini, literasi keuangan merupakan salah 1 faktor utama yang mendorong mahasiswa atau generasi Z yang dekat dengan teknologi digital sehingga generasi Z memiliki tendensi untuk memilih kepraktisan dalam menyimpan uangnya di bank. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka semakin tinggi minat menabung (Nurrohman & Purbayati, 2020). Dengan demikian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H : Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah melalui platform online

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cara survey, dimana sumber data yang digunakan yaitu data primer. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS. Responden yang mengisi adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia dari berbagai fakultas. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner *online* dengan skala likert 1-5 (5 artinya sangat setuju, 4 artinya setuju, 3 artinya netral, 2 artinya tidak setuju dan 1 artinya sangat tidak setuju). Dalam penelitian ini menggunakan 1 variabel dependen yaitu Minat Menabung dan 1 variabel independen yaitu Literasi Keuangan.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
Literasi Keuangan	Pengetahuan Jasa Keuangan Perbankan	1. Layanan Perbankan 2. Produk Perbankan 3. Keuntungan pada Perbankan	(Widowati & Mustikawati, 2018) (Sanjaya & Nasim, 2021)
	Risiko Perbankan	1. Risiko Perbankan 2. Jenis Risiko	
Minat Menabung	Keyakinan tentang Informasi pada Perbankan	1. Pengetahuan pengelolaan keuangan	(Sanjaya & Nasim, 2021)

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
		2. Informasi yang disediakan oleh perbankan	
	Reputasi Bank	1. Reputasi Bank	(Widowati & Mustikawati, 2018)
	Informasi mengenai Kemudahan Pembukaan Rekening	1. Kemudahan akses 2. Keterbukaan informasi platform online	(Rahayu & Widiati, 2024) (Kholik & Soemarso, 2018)
	Kepercayaan Nasabah terhadap Perbankan Syariah	1. Kepercayaan terhadap pengelolaan data pribadi nasabah	(Kholik & Soemarso, 2018)
	Sikap Keuangan mengenai Manfaat Menabung	1. Pemahaman mengenai Manfaat Menabung	(Nurjanah, Surhayani, & Asiah, 2022)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 113 dan dijelaskan dalam beberapa karakteristik dalam tabel deskriptif statistik seperti dalam Tabel 2, Tabel 3, dan Tabel 4. Responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 59.3%. Uang saku dalam menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi responden didominasi pada angka Rp 2.000.000 – Rp 2.999.000, artinya uang saku yang diterima oleh mayoritas mahasiswa kurang lebih sama atau lebih tinggi dibandingkan dengan UMR Kabupaten Sleman yaitu Rp 2.466.000 dan UMR Kota Yogyakarta yaitu Rp 2.655.000. Usia responden didominasi pada angka 22 tahun kemudian usia 22 tahun, artinya responden yang mengisi sebagian besar adalah mahasiswa tingkat akhir.

Tabel 2. Deskriptif Statistik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	46	40,7 %
Perempuan	67	59,3%

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 3. Deskriptif Statistik Responden berdasarkan Uang Saku Per Bulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp 1.000.000	16	14,2 %
Rp 1000.000 – Rp 1.999.000	24	21,2 %
Rp 2.000.000 – Rp 2.999.000	46	40,7 %
> Rp 3000.000	27	23,9 %

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 4. Deskriptif Statistik Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
20	11	9,7 %
21	25	22,1 %
22	38	33,6 %
23	19	16,8%
24	20	17,7 %

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 5. Ouput Regresi

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Model						
1	(Constant)	-.185	1.470		-.126	.900
	Literasi	1.332	.025	.981	53.771	.000
	Keuangan					

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Ouput regresi dengan SPSS (2024)

Tabel 5 membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah. Seorang individu yang memiliki literasi keuangan cenderung memiliki kesadaran untuk menabung di perbankan syariah karena dengan tingginya pengetahuan seseorang maka kesadaran akan perencanaan keuangan dan investasi juga semakin kuat. Perencanaan keuangan melalui menabung merupakan pengetahuan keuangan dasar yang notabene sudah diterima informasinya sejak bangku sekolah.

Literasi keuangan yang terdiri dari 2 dimensi yaitu pengetahuan jasa keuangan perbankan dan risiko pada bank syaria, dimana responden menilai bahwa perbankan syariah memiliki layanan dan produk yang sesuai dengan prinsip syariah dimana prinsip syariah tersebut menggunakan konsep bagi hasil. Konsep bagi hasil memiliki arti risiko dimana apabila perusahaan mendapatkan keuntungan maka bagi hasil yang diberikan kepada nasabah berpotensi dibagikan, adapun perusahaan belum mendapatkan keuntungan sesuai yang diharapkan oleh nasabah, hal tersebut sudah dipahami oleh responden.

Minat menabung yang terdiri dari 5 dimensi yaitu keyakinan tentang informasi pada perbankan, reputasi bank, kemudahan pembukaan rekening, kepercayaan nasabah dan sikap keuangan. Kelima dimensi tersebut mengukur pandangan responden mengenai tendensi atau keinginan untuk mencoba mencari informasi lebih lanjut mengenai data spesifik bank, reputasi bank, cara pembukaan rekening, keamanan data pribadi nasabah dan manfaat dari menabung pada bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan (Tulwaidah, Mubyarto, & Ismail, 2023) yang menyatakan bahwa semakin baik pengetahuan mahasiswa dan keyakinan terhadap lembaga keuangan, produk jasa keuangan, pengetahuan tentang manfaat dan risiko maka dapat meningkatkan minat menyimpan dananya di bank. Mahasiswa atau generasi Z yang memiliki pengetahuan luas terkait dengan jasa keuangan terutama perbankan syariah, memiliki tendensi untuk berinvestasi dengan menyimpan dananya melalui *platform online* karena kemudahan akses yang diberikan oleh perusahaan. Generasi Z yang aktif dan dinamis memiliki kesempatan untuk membuka tabungan dimanapun dan kapanpun tanpa keterbatasan. Hal ini juga sesuai dengan kondisi global dimana segala aktivitas yang dilakukan tanpa batas (Utama, 2021).

IV. KESIMPULAN

Dengan 113 responden yaitu generasi Z, penelitian ini memberikan hasil bahwa literasi keuangan pada generasi Z yang semakin tinggi dapat meningkatkan minat menabung pada bank syariah melalui *platform online*. Dimensi literasi keuangan yaitu pengetahuan mengenai jasa keuangan perbankan dan risikonya yang dimiliki oleh seorang mahasiswa dapat meningkatkan intensi untuk menabung yang ditunjukkan dengan pengetahuan-pengetahuan mengenai fasilitas perbankan *online* dan manfaat menabung. Generasi Z yang sangat erat dengan teknologi terutama *smartphone*, dapat mengakses berbagai macam informasi melalui teknologi terkini serta berbagai macam kemudahan atau fasilitas serta produk yang *user-friendly* melalui *platform online* juga meningkatkan minat generasi Z untuk menabung di bank syariah.

REFERENSI

- Arayesh, M. B., Rezaeirad, M., Aidi, M., & Lamuki, T. G. (2021). Modelling the platform-based banking in commercial banks of Iran. *Journal of Banking Regulation*, 13 July 2021, 1-17.
- Batubara, S. S., Pulungan, D. R., & Yenty, M. (2020). Analisis Determinan Minat Mahasiswa dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah . *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol.20, No.1, 2020, 23-37.
- Chairani, R., Bestari, M. F., & Hidayat, V. S. (2021). Analisa Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi . *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Vol.5, Mo.1, Juni, 2021, 691-698.
- Farunik, C. G., & Ginny, P. L. (2023). Tantangan dan Peluang Bisnis dalam Beradaptasi dengan Pasar Generasi Z. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, Vol.3, No.1, April 2023, 1-10.
- Firdiana, E., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah . *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol.4, No.1, Tahun 2021, 99-109.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(10), 2020, 22-33.
- Kholik, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan E-Banking pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.8, No.2, Juli 2018, 49-57.
- Khusna, N., & Pratama, V. Y. (2021). Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah terhadap Preferensi Menjadi Nasabah Bank Syariah . *Jurnal valuasi: jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.1, No.2, Juli 2021, 310-322.
- Krisdayanti, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Uang Saku, Teman Sebaya, Gaya Hidup dan Kontrol Diri terhadap Minat Menabung Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, Vol.1, No.2, Tahun 2020, 79-91.
- Lathif, M. A. (2017). Karakteristik Islamic Banking dalam Hukum Perbankan Indonesia . *Jurnal Cakrawala Hukum*, Vol.8, No.1, Juni 2017, 1-11.
- Margaretha, F., & Pambudi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi . *JMK*, Vol.17, No.1, Maret 2015, 76-85.
- Mohamma, S. A., & Agilga, O. T. (2022). Analisis Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan pendekatan Masalah Mursalah. *Tasyri' Journal of Islamic Law*; Vol.1, No.2, Juli 2022, 319-350.
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh Pengetahuan tentang Bank Syariah dan Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Siswa di Bank Syariah . *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan* Vol. 8, No.1 , 53-66.

- Nabila, L. N., Utama, F. P., Habibi, A. A., & Hidayah, I. (2023). Aksentuasi Literasi pada Gen-Z untuk menyiapkan Generasi Progresif Era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Education Research*, 4(1), 2023, 27-36.
- Nengsih, T. A., Arsa, & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris kota Jambi. *Journal of Business and Banking*, Vol.11, No.1, Mei-Okt 2021, 93-111.
- Nurjanah, R., Surhayani, S., & Asiah, N. (2022). Faktor Demografi, Literasi Keuangan, Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan pada UMKM Kabupaten Bekasi . *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, Vol.7, No.1, Juni 2022, 1-16.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah . *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, Vol.3, No.2 (2020), 140-153.
- Ouchani, S., Belhassine, O., & Kammoun, A. (2021). Measuring financial literacy: a literature review . *Managerial Finance*, Vol.47, No.2, 2021 , 266-281.
- Prakosa, A., & Sumantika, A. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi teknologi dan Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking. *Jurnal Manajemen*, Vol.9, No.2 (2019), 270-282.
- Putri, N. S., & Aravik, H. (2021). Analisis Produk Tabungan Wadi'ah pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al Falah Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah STEBIS Indo Global Mandiri*, Vol.1, No.1, Maret 2021 , 1-10.
- Rahayu, Y. P., & Widiati, E. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi M-BCA terhadap Kepuasan Nasabah Pembukaan Rekening Online. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*, Vol.35, No.1 (2024), 30-42.
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi! *Forum Manajemen 2021*, journal.prasetiyamulya.ac.id, 1-10.
- Sanjaya, D., & Nasim. (2021). Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5 (2), 2021, 121-126.
- Tulwaidah, R., Mubyarto, N., & Ismail, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. *Jurma: Jurnal Riset Manajemen*, Vol.1, No.1 Maret 2023, 158-171.
- Utama, A. S. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia . *Jurnal Justisia (Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-undangan dan Pranata Sosial)*, Vol.6, No.2 (2021), 113-126.
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, Vol.VII, No.2, 2018, 141-156.