

Menumbuhkan Minat Menabung Mahasiswa: Pengaruh Literasi Keuangan Islam, Motivasi, Digitalisasi, dan Kepercayaan

Siti Halimah Hasibuan¹, Anriza Witi Nasution^{2*}, Zuhendry³, Muhammad Zuardi⁴, Nuraini⁵

^{1,2*,3,4,5} Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Medan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

Email: sitih6749@gmail.com¹, anrizanasution@polmed.ac.id^{2*}, zuhendry@polmed.ac.id³, muhhammadzuardi@polmed.ac.id⁴, nuraini@polmed.ac.id⁵

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan Islam, motivasi menabung, digitalisasi layanan, dan kepercayaan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 60 responden yang merupakan mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen skala Likert. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan Islam (t hitung = 2,842; $Sig.$ = 0,006) dan kepercayaan (t hitung = 5,001; $Sig.$ = 0,000) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Motivasi menabung (t hitung = 0,373; $Sig.$ = 0,711) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, sedangkan digitalisasi layanan (t hitung = -2,166; $Sig.$ = 0,035) berpengaruh negatif dan signifikan. Secara simultan, keempat variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Nilai koefisien determinasi (R -square) sebesar 0,633 menunjukkan bahwa 63,3% variasi minat menabung dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen tersebut, sedangkan sisanya (36,7%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Literasi Keuangan Islam; Motivasi Menabung; Digitalisasi Layanan; Kepercayaan; Minat Menabung.

Abstract. This study aims to examine the influence of Islamic financial literacy, saving motivation, service digitalization, and trust on students' interest in saving at Bank Syariah Indonesia. Primary data were collected through questionnaires distributed to 60 students of the Islamic Finance and Banking Study Program at Medan State Polytechnic. The study employed a quantitative approach using a Likert-scale instrument. The collected data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26. The findings indicate that Islamic financial literacy (t hitung = 2,842; $Sig.$ = 0,006) and trust (t hitung = 5,001; $Sig.$ = 0,000) have a positive and significant effect on students' interest in saving, while saving motivation (t hitung = 0,373; $Sig.$ = 0,711) has no significant effect. Conversely, service digitalization (t hitung = -2,166; $Sig.$ = 0,035) shows a negative and significant effect on saving interest. Simultaneously, the four independent variables jointly have a positive and significant influence on saving interest at Bank Syariah Indonesia. The coefficient of determination (R^2) of 0.633 suggests that 63.3% of the variation in saving interest can be explained by the four independent variables, while the remaining 36.7% is attributed to other factors not examined in this study.

Keywords: Islamic Financial Literacy; Saving Motivation; Service Digitalization; Trust; Interest in Saving.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak kedua di dunia. Berdasarkan data World Population Review (2020) yang dilansir CNBC Indonesia, tercatat sekitar 236 juta jiwa atau 84,35% dari total populasi memeluk agama Islam. Di Kota Medan jumlah penduduk Muslim mencapai 1.641.401 jiwa (BPS, 2022). Meskipun mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, pemanfaatan produk dan layanan perbankan syariah masih tergolong rendah (Sari, 2025). Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai hasil merger tiga bank syariah (Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah) pada tahun 2021, saat ini menjadi bank syariah terbesar di Indonesia. Hingga kuartal III 2024, BSI mencatat total aset Rp370,72 triliun atau tumbuh 15,91% secara year on year (Lidyana, 2025). Perkembangan tersebut juga terlihat dari peningkatan pangsa pasar perbankan syariah yang naik dari 6,18% pada 2019 menjadi 7,44% pada 2023 (OJK, 2024).

Selain itu, jumlah rekening Dana Pihak Ketiga (DPK) meningkat dari 42,3 juta rekening pada 2021 menjadi 61,7 juta rekening pada 2025. Meski tren menunjukkan pertumbuhan nyata, peran perbankan syariah tetap kecil dibandingkan bank konvensional (LPS, 2025; OJK, 2025b). Rendahnya pangsa pasar mencerminkan kurangnya minat masyarakat memanfaatkan layanan perbankan syariah. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 oleh Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan literasi keuangan konvensional mencapai 65,43%, sementara literasi keuangan syariah hanya 39,11%. Inklusi keuangan syariah pun rendah, yakni 12,88%, jauh di bawah inklusi konvensional yang mencapai 75,02% (OJK, 2024). Rendahnya literasi dan inklusi keuangan syariah menjadi salah satu penyebab lemahnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Tingkat literasi keuangan pada pelajar dan mahasiswa tercatat 61,76%, masih di bawah rata-rata nasional (OJK, 2025). Mengutip Mercusuar dari siaran pers OJK dan BPS pada 2 Agustus 2024, pada generasi muda berusia 15 hingga 25 tahun (gen Z), literasi keuangan hanya 25,54%, sedangkan inklusi keuangan syariah berada

pada 6,61% (Mercusuar, 2024). Pemahaman keuangan dan penggunaan layanan perbankan syariah pada generasi muda masih rendah, yang berpotensi memengaruhi minat menabung mereka. Literasi Keuangan Islam mencakup pemahaman prinsip-prinsip keuangan syariah disertai keterampilan mengelola keuangan untuk kesejahteraan dunia dan akhirat (Bank Indonesia, 2020). Penelitian Dinc *et al.* (2021) menegaskan skala literasi keuangan Islam ideal memerlukan empat dimensi: pengetahuan, sikap, perilaku, dan kesadaran yang membedakannya dari literasi konvensional. Beberapa studi sebelumnya membuktikan literasi keuangan Islam berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, termasuk minat menabung (Siswoyo *et al.*, 2022). Semakin tinggi literasi keuangan Islam seseorang, semakin besar pula minat menabung di bank syariah. Motivasi menabung adalah dorongan individu menyediakan dana cadangan serta merencanakan kebutuhan jangka panjang (Jemada, 2020). Motivasi menabung menjadi strategi perencanaan keuangan masa depan, sehingga diyakini mendorong minat menabung.

Digitalisasi layanan, sebagai transformasi dari proses tradisional ke platform digital, meningkatkan efisiensi dan kenyamanan (Rachmad *et al.*, 2024). Digitalisasi berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas (Siswoyo *et al.*, 2022). Layanan digital diharapkan meningkatkan kenyamanan dan minat mahasiswa menabung di bank syariah. Kepercayaan terbentuk dari interaksi sosial yang melibatkan pertukaran informasi, gagasan, dan nilai, serta menjadi dasar hubungan pelanggan-penyedia layanan (Wardhana, 2024). Kepercayaan tinggi memperkuat loyalitas nasabah serta minat menabung (Nurrohmah & Purbayati, 2020). Minat digambarkan sebagai keadaan seseorang sebelum bertindak, yang dapat memprediksi perilaku finansial (Nurholisah *et al.*, 2024). Minat menabung dipengaruhi literasi keuangan, uang saku, dan gaya hidup. Individu dengan literasi keuangan baik cenderung memiliki minat menabung lebih tinggi (Ovika *et al.*, 2024). Penelitian Ardiansyah *et al.* (2023) menunjukkan literasi ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sebaliknya, Siswoyo *et al.* (2022) menemukan literasi keuangan syariah berpengaruh positif

terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas. Fatimah & Zariah (2022) membuktikan motivasi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Widyawaty (2024) menegaskan kualitas layanan digital berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BSI, sementara Riyanti *et al.* (2023) menyatakan kepercayaan juga berpengaruh signifikan. Mahasiswa sebagai agen perubahan diharapkan memberi dampak positif pada pertumbuhan tabungan di bank syariah, khususnya BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, sebagai bagian dari inklusi keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh literasi keuangan Islam, motivasi menabung, digitalisasi layanan, dan kepercayaan terhadap minat menabung mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan di Bank Syariah Indonesia.

- 1) H₁: Literasi Keuangan Islam berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.
- 2) H₂: Motivasi Menabung berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.
- 3) H₃: Digitalisasi Layanan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.
- 4) H₄: Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.
- 5) H₅: Literasi Keuangan Islam, Motivasi Menabung, Digitalisasi Layanan, dan Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Islam (LKI), Motivasi Menabung (MM), Digitalisasi Layanan (DL), dan Kepercayaan (K) terhadap Minat Menabung (MMG) mahasiswa di Bank Syariah Indonesia (BSI). Populasi penelitian adalah mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan yang belum memiliki rekening tabungan di BSI. Pemilihan populasi ini karena mahasiswa

tersebut dianggap telah memiliki literasi keuangan syariah yang memadai. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga sampel diambil dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria belum memiliki rekening di BSI. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah 60 responden, sesuai ketentuan Roscoe dalam *Research Methods for Business* yang menyatakan ukuran sampel layak antara 30–500 responden. Jumlah responden dinilai memadai untuk analisis regresi linier berganda yang melibatkan empat variabel independen dan satu dependen, karena memenuhi ketentuan minimal 10 kali jumlah variabel (Sugiyono, 2020). Data yang digunakan terdiri dari data primer melalui kuesioner online dan data sekunder berupa literatur terkait. Instrumen penelitian diuji dengan uji validitas (r hitung $>$ r tabel) dan reliabilitas (Cronbach's Alpha $>$ 0,60). Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi) serta regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 26. Pengujian hipotesis meliputi uji t untuk pengaruh parsial, uji F untuk pengaruh simultan, koefisien determinasi (R^2) untuk menilai kontribusi variabel independen terhadap dependen, serta koefisien korelasi Pearson untuk mengukur keeratan hubungan antar variabel.

Definisi operasional variabel dijabarkan melalui indikator pengukuran: Literasi Keuangan Islam diukur dari kesadaran terhadap istilah ekonomi syariah, lembaga keuangan sosial syariah, produk dan jasa halal, pengelolaan keuangan syariah, kemampuan numerik, sikap terhadap masa depan; Motivasi Menabung dari ketekunan menghadapi tugas, ketahanan menghadapi tugas, minat terhadap masalah; Digitalisasi Layanan dari kecepatan, aksesibilitas, keandalan sistem, efisiensi biaya operasional, transparansi, partisipasi; Kepercayaan dari kompetensi, kebaikan hati, integritas, keandalan, keterbukaan, ketergantungan, kejujuran, daya tarik; serta Minat Menabung dari kesadaran, pengetahuan, kesukaan, preferensi, keyakinan, dan niat pembelian.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Penelitian menargetkan mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan yang belum memiliki rekening tabungan di Bank Syariah Indonesia. Kuesioner disebarakan secara daring melalui Google Form kepada 60 responden, lalu diolah untuk menguraikan profil responden. Berdasarkan jenis kelamin, perempuan mendominasi dengan 48 orang (80%), sementara laki-laki 12 orang (20%). Distribusi semester menunjukkan semester 2 terbanyak (41%), diikuti semester 4 dan 6 (masing-masing 22%), serta semester 8 (15%).

Dari segi kelas, PS 2A menyumbang 25% dan PS 6B 20%; sisanya tersebar di kelas lain dengan porsi lebih rendah. Semua responden (100%) berasal dari Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah sesuai populasi. Tak satu pun (100%) memiliki rekening tabungan di BSI. Dari sisi ekonomi, uang saku mayoritas berada di rentang Rp500.000–Rp1.000.000 per bulan (29 orang, 48%), diikuti <Rp500.000 (16 orang, 26%), serta Rp1.000.001–Rp2.000.000 (13 orang, 22%). Penghasilan orang tua mayoritas Rp1.500.001–Rp3.000.000 per bulan (38%), lalu Rp3.000.001–Rp5.000.000 (23%).

Pekerjaan ayah terbanyak wiraswasta/pengusaha (25%) dan pedagang/karyawan swasta (20%); ibu mayoritas ibu rumah tangga (65%). Keluarga responden umumnya bergantung pada penghasilan ayah. Pengeluaran bulanan terbanyak Rp500.000–Rp1.000.000 (26 responden, 44%), diikuti <Rp500.000 (18 responden, 30%).

Kebiasaan menabung rutin setiap bulan mencapai 47 responden (78%), tidak rutin 13 responden (22%). Nominal tabungan bulanan terbanyak <Rp100.000 (60%), lalu Rp100.001–Rp300.000 (26%). Rencana ke depan menunjukkan 85% responden berniat membuka rekening di BSI, dan 85% ingin rekening tabungan tambahan di BSI. Responden didominasi perempuan semester awal dari keluarga menengah. Kebiasaan menabung rutin meski nominal kecil mencerminkan kesadaran keuangan yang cukup. Minat tinggi membuka rekening BSI membuka kesempatan bagi bank memperluas basis nasabah mahasiswa.

Uji Validitas

Uji validitas mengukur kemampuan butir pernyataan kuesioner dalam menangkap variabel. Seluruh 58 butir dinyatakan valid karena nilai korelasi melebihi r tabel (0,2144) pada signifikansi 0,05.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Islam (LKI)	LKI 1	0,713	0,2144	Valid
	LKI 2	0,814	0,2144	Valid
	LKI 3	0,589	0,2144	Valid
	LKI 4	0,681	0,2144	Valid
	LKI 5	0,623	0,2144	Valid
	LKI 6	0,751	0,2144	Valid
	LKI 7	0,793	0,2144	Valid
	LKI 8	0,735	0,2144	Valid
	LKI 9	0,840	0,2144	Valid
	LKI 10	0,823	0,2144	Valid
	LKI 11	0,794	0,2144	Valid
	LKI 12	0,710	0,2144	Valid
Motivasi Menabung (MM)	MM 1	0,862	0,2144	Valid
	MM 2	0,739	0,2144	Valid
	MM 3	0,753	0,2144	Valid
	MM 4	0,732	0,2144	Valid
	MM 5	0,842	0,2144	Valid
	MM 6	0,715	0,2144	Valid

Digitalisasi Layanan (DL)	DL 1	0,776	0,2144	Valid
	DL 2	0,806	0,2144	Valid
	DL 3	0,867	0,2144	Valid
	DL 4	0,768	0,2144	Valid
	DL 5	0,616	0,2144	Valid
	DL 6	0,838	0,2144	Valid
	DL 7	0,863	0,2144	Valid
	DL 8	0,775	0,2144	Valid
	DL 9	0,856	0,2144	Valid
	DL 10	0,813	0,2144	Valid
	DL 11	0,888	0,2144	Valid
	DL 12	0,874	0,2144	Valid
Kepercayaan (K)	K 1	0,760	0,2144	Valid
	K 2	0,826	0,2144	Valid
	K 3	0,789	0,2144	Valid
	K 4	0,747	0,2144	Valid
	K 5	0,778	0,2144	Valid
	K 6	0,766	0,2144	Valid
	K 7	0,792	0,2144	Valid
	K 8	0,788	0,2144	Valid
	K 9	0,853	0,2144	Valid
	K 10	0,815	0,2144	Valid
	K 11	0,880	0,2144	Valid
	K 12	0,866	0,2144	Valid
	K 13	0,810	0,2144	Valid
	K 14	0,824	0,2144	Valid
	K 15	0,813	0,2144	Valid
	K 16	0,830	0,2144	Valid
Minat Menabung (MMG)	MMG 1	0,604	0,2144	Valid
	MMG 2	0,703	0,2144	Valid
	MMG 3	0,756	0,2144	Valid
	MMG 4	0,750	0,2144	Valid
	MMG 5	0,818	0,2144	Valid
	MMG 6	0,792	0,2144	Valid
	MMG 7	0,798	0,2144	Valid
	MMG 8	0,743	0,2144	Valid
	MMG 9	0,825	0,2144	Valid
	MMG 10	0,846	0,2144	Valid
	MMG 11	0,756	0,2144	Valid
	MMG 12	0,615	0,2144	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70,

sehingga instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Item	Keterangan
Literasi Keuangan Islam	0,923	12	Reliabel
Motivasi Menabung	0,862	6	Reliabel
Digitalisasi Layanan	0,950	12	Reliabel
Kepercayaan	0,965	16	Reliabel
Minat Menabung	0,926	12	Reliabel

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Pengujian menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S) serta analisis grafik (P-P

Plot/Histogram). Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0,05, sedangkan jika < 0,05 berarti data tidak berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	.24596458
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.142
	Negative	-.073
Test Statistic		.142
Asymp.Sig.(2-tailed)		.004 ^c
a.Test distribution is Normal		
b.Calculated from data		
c.Liliefors Significance Correction		

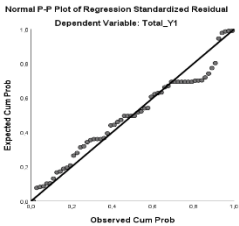
Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi 0,04 (<0,05), sehingga residual tidak berdistribusi normal. Untuk mengatasinya, data dapat dinormalisasi dengan

metode Monte Carlo agar distribusi residual mendekati normal sehingga analisis lanjutan tetap valid.

Tabel 4. Hasil Uji Metode Monte Carlo

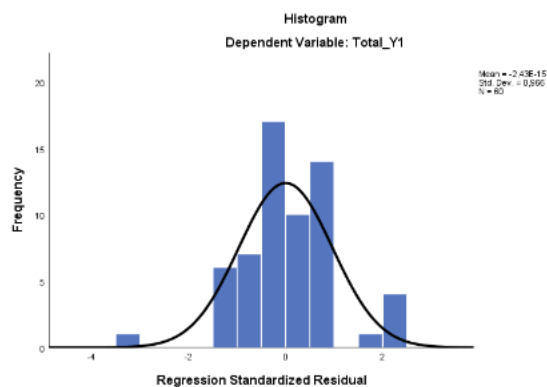
One-Sample Kolmogorov-Smirnov		Test
		Unstandard Ized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	.24596458
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.142
	Negative	-.073
Test Statistic		.142
Asymp.Sig.(2- tailed)		.004
Monte Carlo	Sig	.1654
Sig.(2-tailed)	95% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan data awal tidak normal (Sig. 0,04 < 0,05), namun melalui pendekatan Monte Carlo diperoleh nilai Sig. 0,165 > 0,05 sehingga data residual berdistribusi normal dan memenuhi asumsi regresi linier berganda.



Gambar 1. Grafik P-P Plot

Berdasarkan P-P Plot dan histogram, residual cenderung mengikuti distribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.



Gambar 2. Grafik Histogram

Berdasarkan grafik histogram diatas dapat dilihat bahwa kurva membentuk seperti lonceng, maka nilai residual dinyatakan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antarvariabel independen dalam suatu model. Identifikasi dilakukan melalui nilai Tolerance dan VIF, dengan kriteria: Tolerance $\leq 0,10$ atau $VIF \geq 10$ menunjukkan adanya multikolinearitas, sedangkan Tolerance $> 0,10$ atau $VIF < 10$ menunjukkan model bebas dari masalah multikolinearitas (Ghozali, 2018).

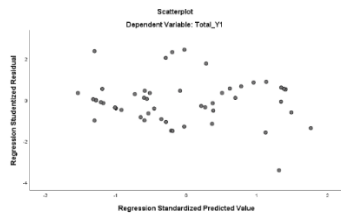
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan Islam (LKI)	0,487	2,052	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Motivasi Menabung (MM)	0,444	2,251	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Digitalisasi Layanan (DL)	0,185	5,404	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kepercayaan (K)	0,214	4,675	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji, seluruh variabel independen memiliki nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,10$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi adanya perbedaan varian residual antarobservasi dalam model regresi. Model regresi yang baik memenuhi asumsi homoskedastisitas agar estimasi koefisien regresi tetap efisien. Berdasarkan scatterplot, titik-titik menyebar secara acak di sekitar sumbu Y = 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot

Uji Autokorelasi

Model regresi yang ideal adalah yang bebas dari autokorelasi. Salah satu metode yang umum digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (DW), yang mengukur ada tidaknya korelasi serial antar residual (Ghozali, 2018). Apabila $du < d < 4 - du$ maka dapat dinyatakan tidak adanya gangguan autokorelasi. Hasil uji autokorelasi sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

N	D	DL	DU	4-DL	4-DU
60	1,874	1,444	1,727	2,556	2,373

Tabel tersebut menunjukan bahwa $1,727 < 1874 < 2,373$ maka dapat dinyatakan bahwa tidak adanya gangguan autokorelasi.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,398	,333		1,195	,237
	Literasi Keuangan Islam	,351	,124	,332	2,842	,006
	Motivasi Menabung	,039	,103	,046	,373	,711
	Digitalisasi Layanan	-,402	,186	-,411	-2,166	,035
	Kepercayaan	,881	,176	,883	5,001	,000

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi linier berganda:

$$\text{MMG} = 0,398 + 0,351 \text{ LKI} + 0,039 \text{ MM} - 0,402 \text{ DL} + 0,881 \text{ K} + e$$

Konstanta sebesar 0,398 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen bernilai tetap, maka Minat Menabung (MMG) berada pada angka 0,398. Literasi Keuangan Islam (LKI) memiliki koefisien positif sebesar 0,351, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan LKI satu satuan akan meningkatkan Minat Menabung sebesar 0,351 yang berarti semakin baik pemahaman mahasiswa terhadap prinsip keuangan syariah, semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung di bank syariah. Selanjutnya, Motivasi Menabung (MM) juga menunjukkan pengaruh positif dengan koefisien 0,039, artinya setiap peningkatan satu satuan MM akan meningkatkan MMG sebesar 0,039, pengaruhnya relatif kecil dan tidak signifikan, menandakan bahwa dorongan internal belum menjadi faktor utama dalam keputusan menabung. Berbeda halnya dengan Digitalisasi Layanan (DL) yang memberikan pengaruh negatif dengan koefisien -0,402, sehingga setiap kenaikan DL satu satuan diperkirakan menurunkan MMG sebesar 0,402, hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan persepsi terhadap digitalisasi justru menurunkan minat menabung mahasiswa, kemungkinan adanya keraguan terhadap keamanan, kompleksitas layanan digital serta pengalaman secara langsung dalam menggunakan layanan digital. Sementara itu, variabel Kepercayaan (K) memiliki koefisien positif yang paling besar, yaitu 0,881, yang berarti peningkatan satu satuan K akan mendorong kenaikan Minat Menabung sebesar 0,881, menunjukkan bahwa

kepercayaan terhadap bank syariah merupakan faktor paling dominan dalam mendorong minat menabung mahasiswa.

Uji Statistik t

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dengan tingkat signifikansi 0,05, variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai sig < 0,05 dan t hitung > t tabel. Tabel distribusi t dicari dengan α = 0,05 dengan derajat kebebasan df (n-k) atau (60-5) = 55, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,673. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 7, diperoleh bahwa Literasi Keuangan Islam (t hitung = 2,842; Sig. = 0,006) dan Kepercayaan (t hitung = 5,001; Sig. = 0,000) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Sementara itu, Motivasi Menabung (t hitung = 0,373; Sig. = 0,711) tidak berpengaruh signifikan karena nilai t hitung < t tabel dan sig > 0,05. Berbeda halnya dengan Digitalisasi Layanan yang menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Menabung (t hitung = -2,166; Sig. = 0,035). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Literasi Keuangan Islam dan Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung, Motivasi Menabung tidak berpengaruh signifikan, sedangkan Digitalisasi Layanan berpengaruh negatif signifikan terhadap Minat Menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.

Uji Koefisien Korelasi

Tingkat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat diketahui melalui nilai koefisien korelasi dari hasil Uji Pearson. Interpretasi nilai korelasi mengikuti klasifikasi:

0,00–0,199 menunjukkan hubungan sangat lemah; 0,20–0,399 lemah; 0,40–0,599 sedang/cukup; 0,60–0,799 kuat; dan 0,80–1,00 sangat kuat.

Tabel 8. Hasil Uji Pearson Correlation

		LKI	MM	DL	K	MMG
LKI	Pearson Correlation	1	,646**	,667**	,590**	,609**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
MM	Pearson Correlation	,646**	1	,691**	,671**	,569**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
DL	Pearson Correlation	,667**	,691**	1	,882**	,621**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60
K	Pearson Correlation	,590**	,671**	,882**	1	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60
MMG	Pearson Correlation	,609**	,569**	,621**	,747**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Islam (0,609), Digitalisasi Layanan (0,621), dan Kepercayaan (0,747) memiliki hubungan kuat dengan Minat Menabung, sedangkan Motivasi Menabung (0,569) berada pada kategori hubungan sedang/cukup. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keempat variabel bebas (LKI, MM, DL, dan K) sama-sama memiliki hubungan positif dengan variabel terikat (MMG), yang berarti jika salah satu variabel bebas meningkat, maka minat

menabung juga cenderung meningkat, dan begitu pula sebaliknya.

Uji Statistik F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:179). Adapun hasil pengujian F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Statistik F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,160	4	1,540	23,728	,000 ^b
	Residual	3,569	55	,065		
	Total	9,729	59			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Islam, Motivasi Menabung, Digitalisasi Layanan, Kepercayaan

Berdasarkan hasil pengujian tersebut diperoleh nilai F hitung sebesar 23,728 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 2,54, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan

Islam, Motivasi Menabung, Digitalisasi Layanan, dan Kepercayaan secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) menunjukkan proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai R² mendekati 0 mengindikasikan kemampuan

penjelasan model yang rendah, sedangkan nilai mendekati 1 menunjukkan kemampuan penjelasan yang tinggi (Ghozali, 2018).

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 ^a	,633	,606	,2548

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai korelasi (R) sebesar 0,796 yang menandakan adanya hubungan sangat kuat antara variabel independen dengan minat menabung. Nilai R² sebesar 0,633 mengindikasikan bahwa 63,3% variasi minat menabung dapat dijelaskan oleh keempat variabel, sementara 36,7% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji t, variabel Literasi Keuangan Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia (t hitung 2,842 > t tabel 1,673; sig. 0,006 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki mahasiswa, semakin besar pula minat mereka untuk menabung di bank syariah. Temuan ini didukung dengan literasi keuangan Islam yang sudah baik yang terlihat dari hasil jawaban kuisioner bahwa mahasiswa sudah memahami konsep riba, maysir dan gharar serta akad-akad transaksi syariah termasuk produk bank syariah. Menghindari transaksi riba dan mempertimbangkan nilai-nilai syariah dalam bertransaksi juga sudah dilakukan. Mahasiswa juga mengetahui bahwa setiap bank syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang memastikan bank syariah melaksanakan *syariah compliance*. Mahasiswa juga sudah memahami tentang ZISWAF dan mengetahui lembaga keuangan social apa saja yang mengelolanya, seperti BAZNAS, Dompot Dhuafa dan lainnya. Mahasiswa juga sudah mulai mencoba untuk Menyusun perencanaan keuangannya sendiri termasuk berusaha untuk menabung, ini menunjukkan sikap yang positif untuk mempersiapkan masa depan. Mempertimbangkan nilai-nilai syariah saat bertransaksi juga telah dilakukan. Pertimbangan

ini dapat pula dipengaruhi oleh besaran pendapatan orangtua yang berada di golongan ekonomi menengah, sehingga menyadari pentingnya menabung yang dibuktikan dengan pernyataan responden bahwa selalu berusaha untuk rutin menabung walaupun jumlahnya kecil. Literasi keuangan yang sudah dimiliki ini tentunya mempengaruhi minat menabung mahasiswa di bank syariah, ini terbukti dari 88% mahasiswa berencana memiliki tabungan di BSI. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Nasution & AK, 2019) yang menunjukkan bahwa faktor pendidikan ayah dan ibu, serta pendapatan orang tua, merupakan penentu utama kesadaran literasi keuangan syariah mahasiswa di Sumatera Utara.

Kondisi ekonomi keluarga berperan penting dalam membentuk literasi mahasiswa yang pada akhirnya mendorong minat mereka menabung di bank syariah. Temuan ini sejalan dengan klasifikasi (Bank Indonesia, 2020) yang menyebutkan bahwa individu dengan tingkat “well literate” memiliki pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan sesuai prinsip syariah, termasuk menjauhi riba, boros, dan praktik spekulatif dan diperkuat oleh QS. Al-Furqan ayat 67 tentang pengelolaan harta secara seimbang. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan (Jumiyanti, 2023) dan (Firdiana, 2021) yang membuktikan literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung, meskipun berbeda dengan studi penelitian (Ardiansyah *et al.*, 2023) yang menemukan hasil tidak signifikan. Literasi keuangan Islam dapat dipandang sebagai faktor penting dalam mendorong minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil uji t, Motivasi menabung tidak berpengaruh signifikan (t hitung 0,373 < t tabel 1,673; sig. 0,711 > 0,05). Mahasiswa memang membuat target untuk tetap menabung

setiap bulan dan selalu mencari cara untuk meningkatkan jumlah Tabungan. Mereka berusaha tetap menabung walaupun kondisi keuangan kadang kala mengalami tekanan. Ini menjadi menarik karena mereka berusaha berstrategi dalam mengelola keuangan agar dapat menabung. Namun, kondisi ini tidak cukup untuk mendorong minat menabung mahasiswa di bank syariah dikarenakan memang berdasarkan karakteristiknya mahasiswa ini memiliki keterbatasan dari segi jumlah uang sakunya yang berada dikisaran Rp500.000–Rp1.000.000 perbulan. Jumlah uang saku yang terbatas tersebut menyebabkan mahasiswa hanya menabung dalam jumlah kecil sehingga mereka hanya menyimpan dana tabungannya sendiri dan menganggap belum saatnya menabung di BSI. Namun disisi lain mereka berminat menabung di BSI.

Temuan ini sejalan dengan teori (Jemada, 2020) yang menyatakan motivasi menabung dipahami sebagai dorongan individu dalam merencanakan masa depan. Perbedaan hasil penelitian ini dengan temuan (Siswoyo *et al.*, 2022), yang menemukan pengaruh signifikan motivasi terhadap minat menabung, dapat dijelaskan oleh karakteristik responden yang berbeda, khususnya mahasiswa dalam hal ini belum memiliki penghasilan tetap. QS. Al-Isra': 27 menegaskan pentingnya menghindari pemborosan, namun dalam konteks penelitian ini, kondisi finansial melemahkan pengaruh motivasi. Dapat disimpulkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki dorongan internal untuk menabung, keterbatasan dana menjadi faktor sehingga motivasi menabung tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan uji t, variabel Digitalisasi Layanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia ($t_{hitung} -2,166 < -1,673$; sig. $0,035 < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun indikator kemudahan, kecepatan, efisiensi, dan fitur layanan digital BSI sudah baik menurut mahasiswa, namun digitalisasi belum menjadi faktor utama pendorong mahasiswa untuk menabung. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik responden yang sebagian besar masih memiliki keterbatasan uang saku (Rp500.000–Rp1.000.000 per bulan) dan jumlah Tabungan yang masih sedikit,

sehingga apresiasi terhadap layanan digital tidak otomatis berujung pada keputusan menabung. Penelitian yang dilakukan oleh (Rinjani *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa penerapan fitur-fitur inovatif, seperti teknologi biometrik dan kecerdasan buatan, berpotensi meningkatkan minat gen z dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Namun, dalam konteks penelitian ini, meskipun mahasiswa mengakui kemudahan dan inovasi layanan digital BSI, keterbatasan tabungan serta belum adanya pengalaman langsung menggunakan rekening di bank syariah menyebabkan inovasi tersebut belum sepenuhnya mendorong minat menabung secara nyata. Sejalan dengan teori (Rachmad *et al.*, 2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi layanan merupakan transformasi dari sistem tradisional ke platform berbasis teknologi informasi untuk meningkatkan akses, efisiensi, dan kualitas layanan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Riztami Ramadhani (Siswoyo *et al.*, 2022) yang menunjukkan pengaruh positif digitalisasi terhadap keputusan investasi tabungan emas, serta penelitian (Widyawaty, 2024) yang menemukan bahwa layanan digital mendorong minat nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah. Dalam perspektif Islam, inovasi teknologi bagian dari fitrah manusia (QS. Al-Hujurat: 13), namun penggunaannya harus diarahkan pada kemaslahatan. Oleh karena itu, meskipun layanan digital telah baik, faktor ekonomi dan kepercayaan masih menjadi penentu utama minat menabung. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan ($t_{hitung} 5,001 > 1,673$; sig. $0,000 < 0,05$). Mahasiswa merasa BSI memiliki kompetensi yang baik, kebaikan hati (*benevolence*), serta konsistensi bank dalam memenuhi janji. Artinya, mahasiswa menaruh kepercayaan terhadap integritas, keamanan, serta kepatuhan Bank Syariah Indonesia pada prinsip syariah. Kepercayaan dalam konteks perbankan syariah berakar pada keyakinan bahwa bank bertindak amanah dan sesuai syariat. Sejalan dengan teori Wardhana yang menyatakan bahwa kepercayaan muncul ketika pelanggan yakin penyedia layanan bertindak demi kepentingan terbaik mereka (Wardhana, 2024). Dalam penelitian ini, faktor kepercayaan juga diperkuat oleh pernyataan bahwa mahasiswa memiliki kebiasaan menabung serta

88% diantaranya berencana membuka rekening di BSI. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ayati & Arfatun, 2023) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Dalam perspektif Islam, kepercayaan berkaitan dengan prinsip amanah (QS. An-Nisa: 58), sehingga semakin tinggi keyakinan mahasiswa terhadap integritas dan sistem syariah BSI, semakin besar pula minat mereka menabung. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Islam, Motivasi Menabung, Digitalisasi Layanan, dan Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia, dengan nilai $F_{hitung} 23,728 > F_{tabel} 2,54$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Indikator dominan pada aspek *Liking* dan *Conviction*, yang mencerminkan keyakinan mahasiswa terhadap prinsip syariah BSI. Karakteristik responden juga mendukung temuan ini, di mana mayoritas berencana membuka rekening meskipun uang saku terbatas dan nominal tabungan bulanan relatif kecil (<Rp100.000). Temuan ini selaras dengan teori minat yang menyatakan bahwa minat (*interest*) merupakan kondisi sebelum seseorang melakukan tindakan yang menjadi dasar memprediksi perilaku di masa depan (Nurholisah *et al.*, 2024). Dari perspektif Islam, menabung dipandang sebagai bentuk pengendalian diri dan persiapan masa depan, sebagaimana ditegaskan dalam Q.S. An-Nisa ayat 9. Penelitian ini menegaskan bahwa minat mahasiswa untuk menabung di BSI dipengaruhi oleh kombinasi tingkat literasi keuangan Islam, motivasi menabung, pemanfaatan digitalisasi layanan, serta kepercayaan terhadap integritas dan kepatuhan syariah Bank Syariah Indonesia. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,633 menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut mampu menjelaskan 63,3% variasi minat menabung mahasiswa, sedangkan sisanya 36,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial diperoleh bahwa literasi keuangan Islam dan kepercayaan berpengaruh positif serta

signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia, sedangkan motivasi menabung tidak berpengaruh signifikan. Sementara itu, digitalisasi layanan justru berpengaruh negatif namun signifikan terhadap minat menabung.

Secara simultan, keempat variabel independen tersebut, yaitu literasi keuangan Islam, motivasi menabung, digitalisasi layanan, dan kepercayaan, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah Indonesia. Sebagai rekomendasi, Bank Syariah Indonesia perlu meningkatkan edukasi literasi keuangan Islam, memperkuat kepercayaan nasabah melalui transparansi dan pelayanan konsisten, serta mengoptimalkan layanan digital agar lebih sesuai dengan kebutuhan mahasiswa */user-friendly* atau menawarkan program cashback. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas jumlah sampel dan menggunakan pendekatan kualitatif guna memahami lebih dalam penyebab pengaruh negatif digitalisasi layanan terhadap minat menabung.

Daftar Pustaka

- Alsenita, F. (2020). Analisis Keputusan Berasuransi berdasarkan Faktor Motivasi Menabung, Literasi Keuangan dan Persepsi Individu. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 91-106.
- Ardiansyah, R., Sitompul, R. T., & Zuhirsyan, M. (2023). MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH POLMED: STUDI KASUS PADA MAHASISWA KEUANGAN DAN PERBANKAN POLITEKNIK NEGERI MEDAN. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 4(1), 40-50. <https://doi.org/10.51510/konsep.v4i1.1129>.
- Ayati, A., & Arfatun, A. (2023). The Influence of Sharia Financial Literacy, Trust, Islamic Branding and Religiousity on Interest in Saving in Sharia Banks. *Proceeding ISETH (International*

- Summit on Science, Technology, and Humanity*), 2788-2797.
<https://doi.org/10.23917/iseth.5426>.
- DELA, N. S. (2025). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PENGETAHUAN DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Dinc, Y., Çetin, M., Bulut, M., & Jahangir, R. (2021). Islamic financial literacy scale: an amendment in the sphere of contemporary financial literacy. *ISR4 International Journal of Islamic Finance*, 13(2), 251-263.
- Fatimah, S., & Zariah, S. (2022). Pengaruh Motivasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Al-Muqayyad*, 5(1), 1-10.
- Firdiana, E., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *jurnal ekonomika dan bisnis Islam*, 4(1), 99-109.
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p99-109>.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Jumiyanti. (2023). Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap peningkatan minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabupaten Barru.
- Madjid, M. N., & Habibah, G. A. (2023). PENGARUH BAGI HASIL DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH KOTA JAMBI. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 3(1), 56-70.
- Nasution, A. W., & Fatira, M. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40.
- Nurholisah, S., Dewy, R. M. C., & Permana, R. (2024). PENGARUH PERSEPSI DAN RELIGIUSITAS MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH. *Islamic Banking & Economic Law Studies (I-BEST)*, 3(2), 146-159.
<https://doi.org/10.36769/ibest.v3i2.692>.
- 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)*, 3(2), 140-153.
<https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>.
- Ovika, S. K. W. G., Priambudi, T. W., & Martono, S. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung: Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(1), 275-294.
- Rachmad, Y. E., Ilham, R., Indrayani, N., Manurung, H. E., Judijanto, L., Laksono, R. D., & Sa'dianoor, S. D. (2024). *Layanan Dan Tata Kelola E-Government: Teori, Konsep Dan Penerapan*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Rinjani, A. N., Nandika, K. A., Dahnaily, S., Nafisiyah, M., & Fauziyah, I. S. (2024). Pengaruh Bank Digital Terhadap Minat Gen Z. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(4), 210-215.
- Siswoyo, R. R., & Agus, R. (2022). Pengaruh Digitalisasi, Motivasi Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Berinvestasi Tabungan Emas Di Pegadaian. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1), 653-662.

Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Dr. Ir. Sutopo (ed.)). Alfabeta.

Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in the Digital Era 4.0—Edisi Indonesia*. Penerbit CV. Eureka Media Aksara.