

Dampak Aplikasi Mobile Banking Syariah terhadap Literasi Keuangan Islam Masyarakat dan Perilaku Investasi Berbasis Prinsip Syariah

Rusyda Maulida¹, Muchlis²

¹Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan

²STMIK Antar Bangsa, Kota Tangerang

Korespondensi. author: dosen02114@unpam.ac.id

ABSTRACT

This research investigates the impact of Sharia mobile banking applications on the public's Islamic financial literacy and Sharia-compliant investment behavior. Amid rapid digitalization and the growth of Islamic banking, public understanding of Islamic financial principles is crucial. Sharia mobile banking not only offers transactional convenience but also holds potential as an effective educational medium. Employing a quantitative approach through surveys of Sharia mobile banking users, complemented by qualitative analysis from interviews, this study analyzes the correlation between application usage, improved literacy, and the adoption of Sharia investments. The findings are expected to provide insights into the role of digital technology in enhancing Islamic financial inclusion and literacy, serving as a basis for recommendations to Sharia banks and regulators in developing more relevant and far-reaching educational strategies and investment products.

Keywords: *banking syariah, mobile banking, investment*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji dampak aplikasi mobile banking syariah terhadap literasi keuangan Islam masyarakat dan perilaku investasi berbasis prinsip syariah. Seiring pesatnya digitalisasi dan pertumbuhan perbankan syariah, pemahaman masyarakat akan prinsip keuangan Islam menjadi krusial. Mobile banking syariah tidak hanya menawarkan kemudahan transaksi, tetapi juga berpotensi menjadi medium edukasi yang efektif. Menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap nasabah mobile banking syariah dan didukung analisis kualitatif dari wawancara, penelitian ini menganalisis korelasi antara penggunaan aplikasi, peningkatan literasi, dan adopsi investasi syariah. Hasil studi diharapkan memberikan wawasan mengenai peran teknologi digital dalam meningkatkan inklusi dan literasi keuangan syariah, serta menjadi dasar rekomendasi bagi bank syariah dan regulator dalam mengembangkan strategi edukasi dan produk investasi yang lebih relevan dan menjangkau masyarakat luas.

Kata Kunci: bank syariah, mobile banking, investasi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan (Syarifuddin, 2014), termasuk sektor keuangan. Di Indonesia, salah satu manifestasi paling nyata adalah peningkatan penetrasi aplikasi mobile banking. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan fitur-fitur inovatif yang ditawarkan oleh aplikasi ini telah mengubah

cara masyarakat berinteraksi dengan layanan perbankan. Fenomena ini tidak hanya terjadi pada perbankan konvensional, tetapi juga merambah ke perbankan syariah yang terus menunjukkan pertumbuhan positif dalam beberapa tahun terakhir.

Seiring dengan pesatnya digitalisasi, perbankan syariah dihadapkan pada tantangan dan peluang untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan pemahaman masyarakat. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa meskipun aset perbankan syariah terus meningkat, tingkat literasi keuangan Islam masyarakat masih perlu ditingkatkan (Yaqin et al., 2024). Literasi keuangan yang rendah dapat berdampak pada pengambilan keputusan keuangan yang kurang optimal, termasuk dalam hal perilaku investasi. Masyarakat mungkin belum sepenuhnya memahami perbedaan mendasar antara produk investasi konvensional dan syariah, serta prinsip-prinsip halal yang melandasinya.

Menurut (Muttaqien et al., 2023) tentang penerimaan Mobile Banking Syariah di kalangan nasabah perbankan Syariah menunjukkan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, dan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh signifikan terhadap niat, yang kemudian berdampak pada penggunaan mobile banking. Sebaliknya, pengaruh sosial dan persepsi biaya tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perbankan syariah perlu menyediakan layanan digital yang mudah digunakan dan strategi harga yang menarik untuk meningkatkan adopsi mobile banking. Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, seperti ruang lingkup wilayah yang terbatas pada Jakarta dan jumlah variabel yang terbatas, sehingga diperlukan penelitian lanjutan dengan cakupan dan pendekatan yang lebih luas.

Pelayanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Seperti dalam penelitian (Nurdin et al., 2020) dengan tujuan untuk menguji pengaruh kecepatan, keamanan, akurasi, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah secara parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel kepercayaan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kecepatan, keamanan, dan akurasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Dengan nilai R^2 sebesar 60,1%, diketahui bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan kepuasan nasabah, meskipun sebagian besar pengaruh berasal dari kepercayaan. Hasil ini memperkuat pentingnya membangun kepercayaan nasabah dalam layanan digital perbankan, sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan kemudahan dan keyakinan pengguna sebagai faktor utama dalam adopsi layanan mobile banking.

Di sisi lain, minat masyarakat terhadap investasi semakin tinggi (Syarifuddin, 2014), didorong oleh kemudahan akses informasi dan platform investasi digital. Namun, tanpa pemahaman yang memadai mengenai prinsip-prinsip syariah, risiko investasi pada instrumen yang tidak sesuai dengan kaidah Islam dapat terjadi. Aplikasi mobile banking syariah berpotensi menjadi jembatan penting untuk mengatasi kesenjangan ini. Dengan fitur-fitur edukasi, simulasi, atau bahkan rekomendasi investasi yang sesuai syariah, aplikasi ini tidak hanya

berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai medium pembelajaran dan pengembangan pemahaman keuangan Islam.

Pernyataan diatas sejalan dengan yang disampaikan oleh Septiani yang menunjukkan bahwa persepsi masyarakat umum terhadap produk investasi syariah adalah baik. Tetapi masih terdapat keraguan terhadap prinsip syariah lembaga keuangan syariah, perbankan atau bukan bank. 58% responden di penelitian ini memilih menggunakan produk syariah dalam berinvestasi (Septiani et al., 2018). Dengan hasil masih di 58% yang memilih menggunakan produk syariah, berarti pemahaman masyarakat terhadap literasi keuangan syariah masih rendah. Padahal, masyarakat sudah banyak yang menggunakan perbankan syariah dan layanan mobile banking nya.

Dalam memahami perilaku keuangan dan investasi masyarakat, penting untuk melihat pengaruh karakteristik individu (Putu et al., 2021), termasuk kepribadian. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa karakteristik kepribadian individu dapat memengaruhi pengambilan keputusan, termasuk dalam konteks organisasi maupun keuangan personal. Dalam konteks ini, perilaku investasi syariah tidak hanya dipengaruhi oleh aspek rasional seperti pengetahuan dan teknologi, tetapi juga oleh faktor internal seperti minat, nilai pribadi, dan kepribadian. Lima dimensi utama kepribadian dalam teori Big Five Personality—kecermatan, stabilitas emosional, keterbukaan terhadap pengalaman baru, sikap terhadap norma, dan tingkat interaksi sosial—berpotensi membentuk pola perilaku keuangan masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan yang komprehensif dalam meneliti literasi keuangan Islam dan perilaku investasi syariah perlu mempertimbangkan pengaruh faktor internal ini, di samping faktor-faktor eksternal seperti peran orang tua, teknologi informasi, serta penggunaan mobile banking syariah sebagai media literasi keuangan modern (Melvia, 2024).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong adopsi aplikasi mobile banking syariah (Rahmah & Fasa, 2024) sebagai sarana untuk meningkatkan akses layanan keuangan berbasis prinsip Islam. Penggunaan layanan ini dinilai berpotensi memperkuat literasi keuangan Islam dan mendorong perilaku investasi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti harapan kinerja, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan memengaruhi intensitas penggunaan mobile banking, sementara karakteristik individu, termasuk kepribadian, serta faktor eksternal seperti peran orang tua, pengetahuan, dan akses teknologi juga turut membentuk perilaku keuangan. Di sisi lain, pendekatan pelayanan berbasis Customer Relationship Management (CRM), seperti yang diterapkan oleh LAZIS Nurul Falah Surabaya, menunjukkan pentingnya kepercayaan dan komunikasi dalam membangun loyalitas pengguna layanan keuangan syariah. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kontribusi mobile banking syariah terhadap literasi keuangan Islam dan perilaku investasi syariah masyarakat, dengan memperhatikan berbagai faktor pendukung yang relevan (Prasetyo et al., 2024).

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana dampak aplikasi mobile banking syariah tidak hanya terbatas pada kemudahan transaksi, tetapi juga terhadap peningkatan literasi keuangan Islam masyarakat dan pembentukan perilaku investasi yang berbasis prinsip syariah. Analisis ini akan memberikan wawasan berharga bagi pelaku industri perbankan syariah untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam mengembangkan produk dan layanan digital yang tidak hanya kompetitif secara bisnis, tetapi juga berkontribusi pada edukasi dan pemberdayaan ekonomi umat.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, karena bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara penggunaan aplikasi mobile banking syariah terhadap dua variabel lain, yaitu literasi keuangan Islam dan perilaku investasi berbasis prinsip syariah.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna aplikasi mobile banking syariah, seperti BSI Mobile, Bank Muamalat Mobile, atau aplikasi sejenis lainnya.

Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria:

- Merupakan pengguna aktif aplikasi mobile banking syariah.
- Berusia minimal 17 tahun.
- Memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam investasi berbasis syariah.

Jumlah sampel dapat ditentukan berdasarkan rumus Slovin atau pendekatan minimal untuk analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) atau regresi linear berganda, misalnya minimal 100–150 responden.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup berbasis skala Likert (1–5), yang dibagikan secara online atau offline.

Kuesioner dibagi menjadi beberapa bagian:

- Penggunaan Mobile Banking Syariah (frekuensi, fitur yang digunakan, intensitas).
- Literasi Keuangan Islam (pengetahuan tentang zakat, riba, mudharabah, dll).
- Perilaku Investasi Syariah (pilihan produk, motivasi, kepatuhan terhadap prinsip syariah).

Sebagai pelengkap, wawancara semi-terstruktur juga dapat dilakukan pada sebagian responden untuk menggali insight kualitatif.

4. Teknik Analisis Data

- Uji Validitas dan Reliabilitas instrumen (menggunakan *Cronbach's Alpha*).
- Uji Asumsi Klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas).
- Uji Regresi Linier Berganda atau *Path Analysis/SEM-PLS*, untuk mengetahui:
 - Pengaruh aplikasi mobile banking syariah terhadap literasi keuangan Islam.
 - Pengaruh literasi keuangan Islam terhadap perilaku investasi syariah.
 - Pengaruh langsung aplikasi mobile banking syariah terhadap perilaku investasi syariah.

5. Operasionalisasi Variabel

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
X (Penggunaan Mobile Banking Syariah)	Kemudahan akses, fitur syariah, transaksi halal, UI/UX	Adaptasi dari UTAUT atau TAM
Y1 (Literasi Keuangan Islam)	Pengetahuan tentang riba, zakat, akad, produk keuangan syariah	OJK, literatur akademik
Y2 (Perilaku Investasi Syariah)	Preferensi produk syariah, pengambilan keputusan investasi, kesesuaian prinsip syariah	Studi perilaku konsumen muslim

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, karena bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara penggunaan aplikasi mobile banking syariah terhadap dua variabel lain, yaitu literasi keuangan Islam dan perilaku investasi berbasis prinsip syariah.

Berikut ini adalah kerangka instrumen kuisioner dan kerangka model konseptual untuk penelitian ini:

a. Kerangka Model Konseptual

Gambar 1
Kerangka Model Konseptual



Terdapat dua kemungkinan hubungan:

- Pengaruh langsung hubungan $X \rightarrow Y2$
 Secara keseluruhan, dalam konteks ini, dapat diasumsikan bahwa kuantitas penggunaan aplikasi mobile banking syariah oleh masyarakat memengaruhi langsung kualitas perilaku investasi syariah. Secara sederhana, semakin sering atau efektif seseorang menggunakan mobile banking syariah, semakin besar kemungkinannya bahwa ia akan berperilaku investasi sesuai risiko—terkait dengan adanya mobile banking syariah—baik itu karena

akses informasinya menjadi lebih mudah, atau fitur-fitur edukatif atau perkiraan investasi yang tersedia dalam aplikasi.

- Pengaruh tidak langsung $X \rightarrow Y1 \rightarrow Y2$
Namun, di sini, pengaruh pemanfaatan mobile banking syariah terhadap perilaku investasi adalah melalui peningkatan literasi keuangan Islam. Artinya, tidak langsung, aplikasi mobile banking menjadi media edukasi dan informasi untuk memperluas wawasan masyarakat tentang konsep-konsep keuangan Islam, termasuk tetapi tidak terbatas pada riba, zakat, akad, instrumen syariah, dan lain-lain. Sebagai hasil, masyarakat dapat lebih memahami mana yang merupakan investasi syariah, sehingga mereka juga akan lebih tertarik untuk melakukannya.

b. Operasionalisasi dan Instrumen Kuisisioner

- Variabel X: Penggunaan aplikasi Mobile Banking Syariah
Tujuan: Menilai intensitas dan pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi mobile banking syariah.
Skala: Likert 1 (Sangat Tidak Setuju) – 5 (Sangat Setuju)

Tabel 2: Pertanyaan untuk variabel X

No	Pernyataan
X1	Saya menggunakan aplikasi mobile banking syariah secara rutin.
X2	Aplikasi mudah digunakan dan ramah pengguna.
X3	Saya merasa fitur-fitur yang tersedia sesuai dengan prinsip syariah.
X4	Transaksi melalui aplikasi mobile banking syariah memberikan kenyamanan.
X5	Saya merasa aman dalam bertransaksi menggunakan aplikasi ini.

- Variabel Y1: Literasi keuangan Islam
Tujuan: Mengukur tingkat pemahaman responden terhadap konsep keuangan Islam.
Skala: Likert 1 (Sangat Tidak Setuju) – 5 (Sangat Setuju)

Tabel 3: Pertanyaan untuk variabel Y1

No	Pernyataan
Y1.1	Saya memahami perbedaan antara riba dan bagi hasil (mudharabah).
Y1.2	Saya mengetahui konsep akad dalam produk keuangan syariah.
Y1.3	Saya memahami pentingnya zakat dan sedekah dalam keuangan Islam.
Y1.4	Saya mengetahui jenis-jenis investasi yang halal dalam Islam.
Y1.5	Saya memahami peran Dewan Pengawas Syariah dalam lembaga keuangan.

- Variabel Y2: Perilaku investasi berbasis prinsip Syariah
Tujuan: Mengukur kecenderungan responden untuk berinvestasi sesuai syariah.
Skala: Likert 1 (Sangat Tidak Setuju) – 5 (Sangat Setuju)

Tabel 4. Pertanyaan untuk variabel Y2

No	Pernyataan
Y2.1	Saya memilih investasi yang bebas dari riba.
Y2.2	Saya lebih memilih reksadana syariah dibanding konvensional.
Y2.3	Saya mempertimbangkan aspek halal-haram dalam berinvestasi.
Y2.4	Saya percaya bahwa investasi berbasis syariah membawa keberkahan.
Y2.5	Saya rutin mencari informasi tentang produk investasi syariah.

c. Profil Responden

Digunakan untuk segmentasi:

1. Jenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan
2. Usia: < 25, 25-35, 36-45 dan > 45
3. Pendidikan terakhir: SMA, Diploma, S1, S2/S3
4. Pengalaman menggunakan mobile banking syariah: < 6 bulan, 6-12 bulan dan > 1 tahun
5. Pernah berinvestasi syariah: ya dan tidak

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, yang terdiri dari pengguna aktif mobile bank syariah. Sebagian besar responden berusia 25-35 tahun (40%), diikuti usia <25 tahun (35%) dan sisanya di atas 35 tahun. Sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir S1 dan telah menggunakan mobile bankink syariah selama lebih dari satu tahun.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh item dalam kuisioner dinyatakan valid karena memiliki nilai korelasi item-total > 0,3 dan signifikan pada taraf 0,05. Nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel juga menunjukkan hasil reliabel, yaitu:

- Penggunaan Mobile Banking Syariah: 0,812
- Literasi Keuangan Islam: 0,861
- Perilaku Investasi Syariah: 0,834

3. Uji Regresi dan Pengaruh Antar Variabel

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa:

- Penggunaan Mobile Banking Syariah (X) berpengaruh signifikan terhadap literasi Keuangan Islam (Y1) dengan nilai sig. = 0,000 < 0,05 dan koefisien regresi positif.
- Literasi Keuangan Islam (Y1) berpengaruh langsung terhadap Perilaku Investasi Syariah (Y2) dengan nilai sig. = 0,002 < 0,05.
- Penggunaan Mobile Banking Syariah (X) juga berpengaruh langsung terhadap Perilaku Investasi Syariah (Y2). Namun dengan pengaruh lebih rendah dibandingkan pengaruh melalui Y1 (literasi).

Nilai R^2 untuk model akhir sebesar 0,64, yang berarti bahwa 64% variasi pada perilaku investasi syariah dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan mobile banking syariah dan literasi keuangan Islam.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan semua instrumen kuesioner yang digunakan untuk mengukur tiga variabel utama penggunaan mobile banking Islam, literasi keuangan Islam, dan perilaku investasi Islam telah memenuhi syarat validitas reliabilitas. Terbukti nilai korelasi total item > 0,3 signifikansi < 0,05 item serta nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,8 yaitu 0,812 penggunaan mobile banking Islam, 0,861 untuk literasi keuangan Islam, 0,834 untuk perilaku investasi Islam. Dengan demikian instrumen yang digunakan dianggap konsisten reliabel.

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel penggunaan mobile banking syariah (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap literasi keuangan syariah (Y1) dengan nilai $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi positif. Artinya semakin intensif atau efektif seseorang menggunakan aplikasi mobile banking syariah, maka tingkat pemahamannya terhadap konsep keuangan syariah cenderung meningkat. Aplikasi digital ini tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi Islam.

Jadi begini ya, literasi keuangan Islam (Y1) tuh beneran ngaruh banget ke perilaku investasi syariah (Y2). Buktinya? Nilai signifikansinya 0,002, udah jelas banget di bawah 0,05. Gak main-main. Orang yang ngerti soal larangan riba, akad, zakat, sama produk halal—ya wajar aja mereka bakal milih investasi yang sejalan sama prinsip itu. Nggak cuma asal taruh duit di mana aja. Malah makin kelihatan, deh, kalau literasi itu kayak pondasi wajib biar bisa punya perilaku keuangan yang etis dan syariah banget. Enggak ngerti? Ya susah juga mau investasi syariah yang bener.

Penggunaan mobile banking syariah ternyata memang memberikan pengaruh langsung terhadap perilaku investasi syariah, meskipun pengaruh tersebut masih lebih kecil jika dibandingkan dengan dampak tidak langsung yang muncul melalui peningkatan literasi keuangan. Ini menandakan bahwa aplikasi keuangan syariah tidak hanya berperan sebagai alat untuk memudahkan akses layanan, tetapi juga cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman keuangan pengguna terlebih dahulu.

Dengan demikian, aplikasi mobile banking syariah sebenarnya memiliki dua peran penting sekaligus: sebagai penyedia layanan keuangan

dan juga sebagai sarana edukasi keuangan berbasis prinsip Islam. Kedua fungsi ini secara bersamaan mendorong terbentuknya perilaku investasi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa penggunaan mobile banking syariah terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap literasi keuangan Islam. Temuan ini memperlihatkan bahwa aplikasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terkait konsep dan praktik keuangan Islam.

Literasi keuangan Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku investasi syariah. Individu yang memahami prinsip-prinsip keuangan Islam cenderung lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih instrumen investasi, memastikan bahwa investasi yang dipilih benar-benar sesuai dengan ketentuan halal. Dengan demikian, pemahaman terhadap keuangan Islam mendorong masyarakat untuk lebih patuh dalam berinvestasi secara syariah.

Penggunaan mobile banking syariah memang berpengaruh terhadap perilaku investasi syariah. Meski demikian, pengaruh tersebut ternyata tidak sebesar dampak yang muncul ketika literasi keuangan syariah ditingkatkan terlebih dahulu. Dengan kata lain, peningkatan literasi keuangan syariah menjadi faktor kunci dalam memperkuat perilaku keuangan syariah. Mobile banking hanyalah pendukung, sementara literasi tetap menjadi prioritas utama.

Berdasarkan temuan tersebut, institusi keuangan syariah sebaiknya terus mengembangkan fitur edukatif dalam aplikasi mobile banking mereka. Langkah ini penting untuk meningkatkan literasi masyarakat terkait keuangan syariah sekaligus memperluas akses serta partisipasi dalam investasi halal. Selain menyediakan fitur transaksi, penambahan konten edukatif dinilai dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat pengguna layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Melvia, D. A. (2024). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) untuk Menjaga Loyalitas Donatur Di Lazis Nurul Falah Surabaya. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 5(2), 41–51. <https://doi.org/10.51875/JIBMS.V5I2.336>
- Muttaqien, M. K., Anam, M. K., Mas'ud, T., & Syaifullah, H. (2023). Penerimaan Mobile Banking di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1922–1931. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.2600>
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>

- Prasetyo, D., Novda, S., Besse, W., Prodi, B., Kreatif, P., & Manahijul Huda, I. (2024). Dampak Karakteristik Kepribadian Individu Terhadap Perilaku Organisasi. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 5(2), 60–67. <https://jurnal.idaqu.ac.id/index.php/jibms/article/view/618>
- Putu, N., I*, S., & Sinarwati, N. K. (2021). Pengaruh perilaku keuangan terhadap keputusan investasi. *Online) JURNAL MANAJEMEN*, 13(4), 795. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v13i4.10439>
- Rahmah, A. T., & Fasa, M. I. (2024). Pengaruh Transformasi Digital Dan Pengembangan Financial Technology (Fintech) Terhadap Inovasi Layanan Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik (JUMATI)*, 2(4). <https://ciptakind-publisher.com/jumati/index.php/ojs/article/view/205>
- Septiani, E., Santoso, B., Mulyadi, M., & Muhdin, M. (2018). Analisis Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Produk Investasi Syariah Dan Keputusan Untuk Berinvestasi. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 6(1), 55–68. <https://doi.org/10.29303/jdm.v6i1.21>
- Syarifuddin, S. (2014). Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 17(2), 153–164. <https://doi.org/10.20422/JPK.V17I2.14>
- Yaqin, A., Monique Zuleika, T., Agama Islam, F., & Nurul Jadid, U. (2024). Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1130–1138. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V10I1.12117>