

**PENGARUH PROMOSI, ULASAN PRODUK, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN
PERBANKAN SYARIAH DIGITAL PADA MAHASISWA UIN
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

SHINTA MARIZKA

NIM 4219084

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**PENGARUH PROMOSI, ULASAN PRODUK, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN
PERBANKAN SYARIAH DIGITAL PADA MAHASISWA UIN
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

SHINTA MARIZKA

NIM 4219084

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shinta Marizka

NIM : 4219084

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Reviu Produk, dan Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Menggunakan Layanan Perbankan Syariah Digital

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 12 Oktober 2025
Yang Menyatakan,



Shinta Marizka

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr Shinta Marizka

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c q. Ketua Program Studi Perbankan

syana PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i :

Nama : **Shinta Marizka**
NIM : **4219084**
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Reviu Produk, dan Kemudahan terhadap Minat Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Menggunakan Layanan Perbankan Syariah Digital**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 24 Oktober 2025

Pembimbing,


Drajat Stiawan M.Si

NIP 198301 182015031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Shinta Marizka**

NIM : **4219084**

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Ulasan produk, dan kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Perbankan Syariah Digital Pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan**

Dosen Pembimbing : **Drajat Setiawan, M.Si.**

Telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 05 November 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Penguji I

Dewan Penguji

Penguji II


Muhammad Aris Safi'i M.E.I.
NIP. 198510122015031804


Syifa Rohmah, M.M.
NIP. 199408222022032001



Pekalongan, 14 November 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. AM. Muhi Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

Hidup itu pilihan, lebih baik terlambat menyelesaikan daripada tidak selesai. Kita punya garisnya masing-masing. Asalkan kita mau berusaha dan tidak menyerah pasti sesuatu itu akan dapat tercapai.

Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa mau berusaha. Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah.

(BJ. Habibie)

Mimpimu adalah milikmu; raihlah setinggi mungkin. Setiap impian patut diperjuangkan. Tujuan setinggi apa pun dapat tercapai jika diiringi dengan usaha dan keyakinan yang sepadan.

(Maudy Ayunda)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Kuat Slamet (Alm) yang semasa hidupnya telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk meraih pendidikan setinggi-tingginya serta untuk Ibu tercinta, Ibu Chadliroh yang tak pernah lelah memberikan kasih sayang, memberikan support, selalu mendukung semua keputusan dalam hidup saya, serta tidak pernah putus mendoakan kebaikan untuk anaknya.
2. Keluarga tercinta Bani Kasdani dan Bani Sugiri yang tidak pernah lelah menasehati serta membantu mengambil keputusan dan mendukung saya dalam segala hal.
3. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing Skripsi saya, Bapak Drajat Setiawan, M.Si., yang telah memberikan arahan, dukungan dan bimbingan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Dosen Pembimbing Akademik saya, Bapak Ali Amin Isfandiar, M.Ag., yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan arahan kepada penulis sejak awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Teruntuk adek tercinta, Izza Novifatul Laila yang telah memberikan dukungan dan menghibur penulis saat penulis sedang ada masalah baik di dunia perkuliahan maupun kehidupan penulis.
7. Teruntuk sahabat saya Saskia Putri Nur Ilmi, terimakasih telah menyediakan pundak dan menemani penulis saat penulis membutuhkan teman untuk curhat dan memberikan bantuan kepada penulis, terimakasih telah menjadi sahabat sekaligus kakak aku sendiri.
8. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, dorongan semangat, serta motivasi yang berharga kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman prodi Perbankan Syariah angkatan 2019 yang sudah memberikan semangat dan bersedia bertukar informasi serta berdiskusi bersama dalam setiap tahapan yang penulis lalui dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri, Shinta Marizka yang mau dan mampu untuk berjuang dan bertahan, serta selalu berusaha kuat, dan tidak pernah menyerah walaupun banyak godaan yang datang, terimakasih karena sudah tetap bertahan dan tetap kuat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Saya berharap segala bentuk kebaikan, support, serta bantuan dari berbagai pihak tersebut dapat diberikan balasan kebaikan dan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik untuk kehidupan dan masa depan penulis maupun untuk penelitian selanjutnya.

ABSTRAK

SHINTA MARIZKA Pengaruh Promosi, Ulasan Produk, dan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Layanan Perbankan Syariah Digital pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah menciptakan transformasi besar di berbagai bidang, termasuk sektor perbankan. Di Indonesia, industri perbankan syariah tumbuh dengan cepat, dengan total aset mencapai Rp700 triliun pada tahun 2023 dan pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 12% (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Namun, adopsi layanan perbankan syariah digital di kalangan mahasiswa masih relatif rendah. Survei Bank Indonesia (2023) mengungkapkan bahwa hanya 35% mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah digital, sedangkan 65% masih mengandalkan perbankan konvensional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, Ulasan produk, dan kemudahan terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah digital di kalangan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh tiga variabel kunci, yaitu promosi, Ulasan produk, dan kemudahan, terhadap minat mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dalam menggunakan layanan perbankan syariah digital. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain survei. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif semester 3 hingga 4 yang telah mengenal atau berinteraksi dengan layanan perbankan syariah digital. Sebanyak 100 responden berpartisipasi mengisi kuesioner yang disebar. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan analisis statistik dengan Software SPSS 27.0, yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), serta uji hipotesis berupa uji regresi linier berganda, uji t (parsial), dan uji F (simultan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, Ulasan produk, dan kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah digital. Kemudian secara simultan, promosi, Ulasan produk, dan kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah digital. Promosi yang efektif, Ulasan produk yang positif dari pengguna lain, dan persepsi kemudahan dalam mengoperasikan platform digital secara individual berkontribusi besar dalam membentuk ketertarikan mahasiswa.

Kata kunci: Promosi, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Minat Penggunaan

ABSTRACT

SHINTA MARIZKA The Influence of Promotions, Product Reviews, and Convenience on Interest in Using Digital Sharia Banking Services among UIN Students K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

The rapid development of digital technology has created a major transformation in various fields, including the banking sector. In Indonesia, the Islamic banking industry is growing rapidly, with total assets reaching IDR 700 trillion in 2023 and an average annual growth of 12% (Financial Services Authority, 2023). However, the adoption of digital sharia banking services among students is still relatively low. A Bank Indonesia survey (2023) revealed that only 35% of students use digital sharia banking services, while 65% still rely on conventional banking. The purpose of this study is to determine the influence of promotion, product reviews, and convenience on the interest of students at UIN K.H. Abdurrahman Wahid in using digital sharia banking services.

This research specifically aims to examine and analyze the influence of three key variables promotion, product reviews, and convenience on the interest of students at UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan in using digital sharia banking services. The research approach used is quantitative with a survey design. The sampling technique was purposive sampling, with the criteria being active students from semester 3 to 14 who have been familiar with or interacted with digital sharia banking services. One hundred respondents participated in filling out the distributed questionnaires. The collected data was then processed using statistical analysis with SPSS Software 27.0, which included validity and reliability tests, classical assumption tests (normality, multicollinearity, heteroscedasticity), and hypothesis testing in the form of multiple linear regression analysis, t-test (partial), and F-test (simultaneous).

The results show that promotion, product reviews, and convenience influence students' interest in using digital sharia banking services. Then simultaneously, promotion, product reviews, and convenience influence students' interest in using digital sharia banking services. Effective promotion, positive product reviews from other users, and the perception of ease in operating the digital platform individually contribute significantly to shaping student interest.

Keywords: Promotion, Product Review, Convenience, Interest in use.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat- Nya saya dapat menyelesaikan skripsi **“Pengaruh Promosi, Ulasan Produk, dan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Layanan Perbankan Syariah Digital pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Setiawan M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Setiawan M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ali Amin Isfandiar M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Seluruh dosen dan karyawan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah banyak membantu penulis selama melakukan studi dan memperoleh data yang diperlukan.

8. Para mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat dan teman-teman prodi Perbankan Syariah yang telah bersedia berdiskusi dan bertukar informasi dalam setiap tahapan yang dilalui penulis sehingga memudahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 12 Oktober 2025

Penulis,

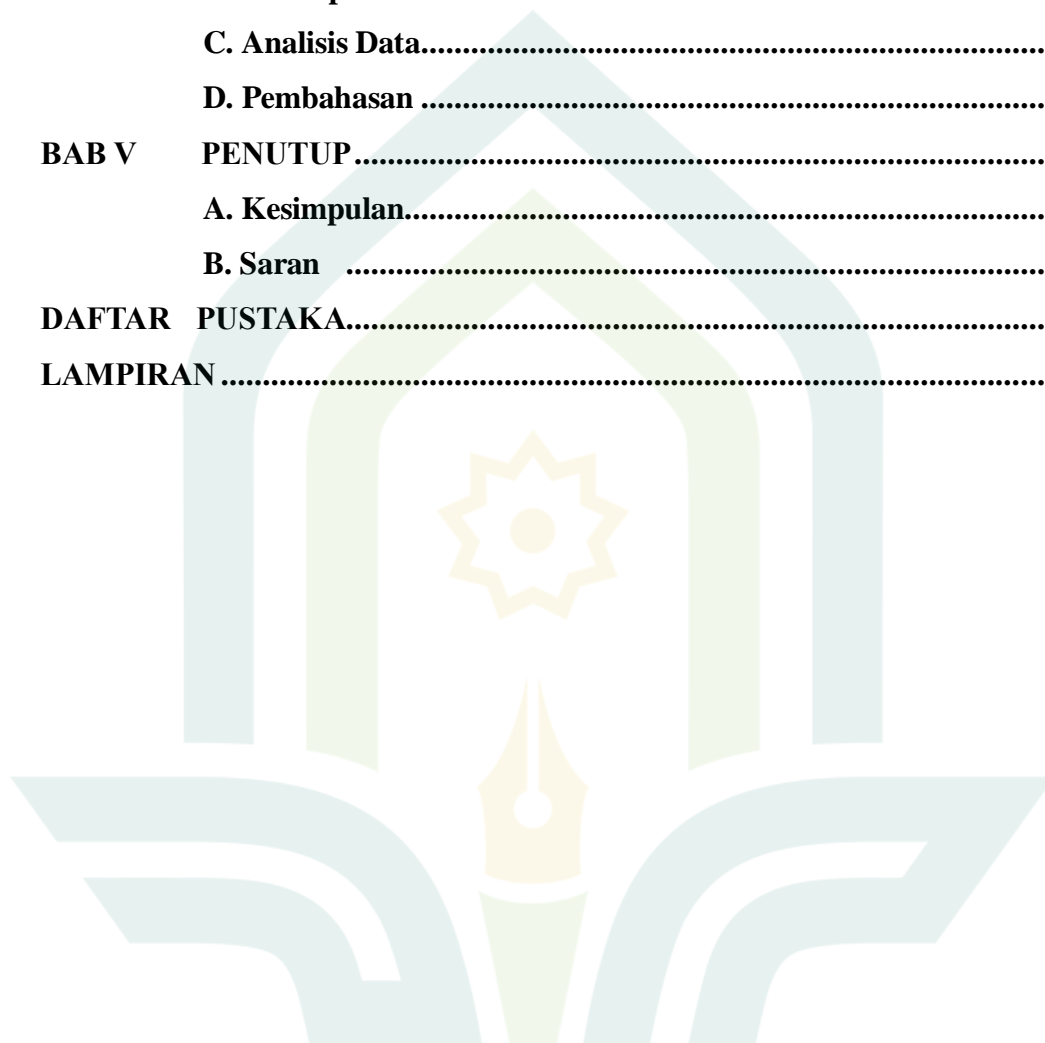


Shinta Marizka

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
TRANSLITERASI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Landasan Teori	9
B. Telaah Pustaka	20
C. Kerangka Berpikir	24
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Sumber Data.....	28
C. Pendekatan Penelitian.....	28
D. Setting Penelitian	29

	E. Populasi dan Sampel.....	29
	F. Variabel Penelitian	31
	G. Teknik Pengumpulan Data	34
	H. Metode Analisis Data	36
BAB IV	DATA DAN PEMBAHASAN	42
	A. Gambaran umum objek penelitian	42
	B. Deskripsi Data Penelitian	45
	C. Analisis Data.....	51
	D. Pembahasan	61
BAB V	PENUTUP.....	66
	A. Kesimpulan.....	66
	B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....		68
LAMPIRAN		I



TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah berdasarkan Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Pedoman transliterasi ini digunakan untuk menulis kata-kata dalam Bahasa Arab yang belum diintegrasikan ke dalam Bahasa Indonesia, serta kata-kata dalam Bahasa Arab yang diserap ke dalam Bahasa Indonesia, sebagaimana tercantum dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Garis besar pedoman transliterasi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Ara dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut adalah daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	z	zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab terdiri dari vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (difftong), mirip dengan vokal Bahasa Indonesia.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda (harkat) transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

Contoh:

كَتَبَ	-kataba
فَعَلَ	-fa'ala
ذُكِرَ	-žukira
يَذْهَبُ	-yazhabu
سُئِلَ	-su'ila
كَيْفَ	-kaifa
هَؤُلَ	-hauila

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Contoh:

قَالَ	- qāla
رَمَى	- ramā
قِيلَ	- qīla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

- a. **Ta'marbutah hidup:** Yang mendapat harakat fathah, kasrah, atau dhammah, transliterasinya adalah "t".
- b. **Ta'marbutah mati:** Yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Jika ta'marbutah pada kata terakhir diikuti kata dengan sandang "al" dan bacaan kedua kata terpisah, maka transliterasikan dengan "h".

Contoh:

طِفَالُ الْأُرُوضَةِ	- raudah al-atfāl (atau raudatulatfāl)
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah (atau al-Madīnatul-Munawwarah)
طَلْحَةَ	- talḥah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dilambangkan dengan tanda dalam tulisan Arab, dalam transliterasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda tersebut.

Contoh :

رَبَّنَا	- rabbana
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-ḥajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال, tetapi dalam transliterasi dibedakan berdasarkan huruf syamsiyah atau qamariyah:

- a. Kata sandang yang Diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

- c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempan

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
الْبَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuḏūna
النَّوْءُ	- an-nau'
إِشْيَاءُ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أَكَلَا	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya, setiap kata (fi'il, isim, atau harf) ditulis terpisah. Namun, kata-kata tertentu yang dalam tulisan Arab dirangkaikan karena ada

huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi juga dirangkaikan.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	- Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	- Wa auf al-kaila wal-mizān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلُ	- Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	- Bismillāhimajrehāwamursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	- Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā’a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital digunakan sesuai EYD, yaitu untuk huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Jika nama diri didahului kata sandang, kapital diterapkan pada huruf awal nama diri, bukan kata sandang. Penggunaan huruf kapital khusus untuk "Allah" hanya jika tulisan Arabnya lengkap dan disatukan dengan kata lain. Jika ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	- Wa mā Muhammadun illā rasūl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	- Inna wwalabaitinwuḍi’ alinnāsilallażībibakkatamubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	- Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fihil Qur’ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	- Walaqadra’āhubil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	- Alhamdulillāhirabbilil-‘ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

- Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

- Lillāhil-amrujami'an

- Wallāhabikullisyai'in 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman Tajwid.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3.2 Skala Pengukuran dan Skor Penilaian	36
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan fakultas.....	48
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan semester	49
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pernah menggunakan layanan perbankan syariah digital	50
Tabel 4.6 Uji Validitas Promosi	51
Tabel 4.7 Uji Validitas Ulasan Produk	52
Tabel 4.8 Uji Validitas Kemudahan	52
Tabel 4.9 Uji Validitas Minat Penggunaan	52
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.11 Uji Normalitas	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.13 Uji Heterokedastisitas	56
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial)	57
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna internet	1
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Diagram jenis kelamin	46



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	I
LAMPIRAN 2 Surat izin Penelitian	V
LAMPIRAN 3 Tabulasi Data X1 (Promosi)	VI
LAMPIRAN 4 Tabulasi Data X2 (Ulasan Produk)	X
LAMPIRAN 5 Tabulasi Data X3 (Kemudahan)	XIV
LAMPIRAN 6 Tabulasi Data Y (Minat Penggunaan)	XVIII
LAMPIRAN 7 Uji Kualitas Data	XXII
LAMPIRAN 8 Uji Asumsi Klasik	XXVII
LAMPIRAN 9 Dokumentasi penyebaran Kuesioner	XXX
LAMPIRAN 10 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	Error! Bookmark not defined.



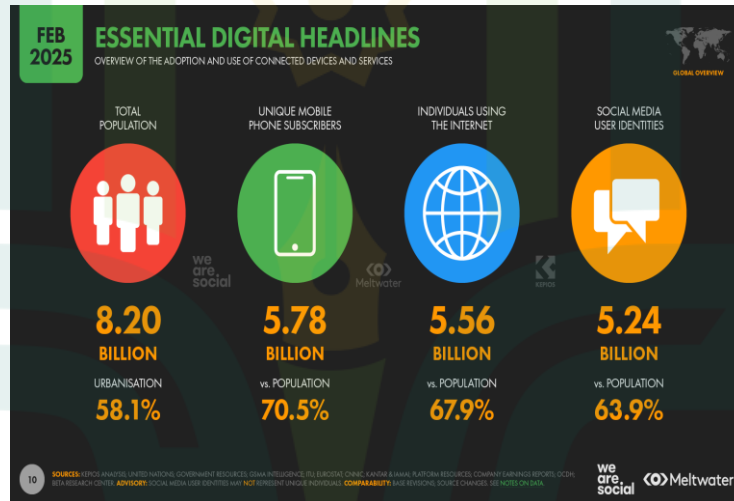
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah menciptakan transformasi besar di berbagai bidang, termasuk sektor perbankan (Rakhman & Fahri, 2024). Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi cara bertransaksi tetapi juga mengubah seluruh ekosistem layanan keuangan, termasuk perbankan syariah (Rakhman & Fahri, 2024). Proses digitalisasi berperan sebagai pendorong utama dalam evolusi perilaku konsumen, model operasional bisnis, dan strategi pengembangan layanan perbankan syariah (Hasan & Ali, 2022).

Berdasarkan data We Are Social (2025) yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 212 juta jiwa atau sekitar 74,6% dari total masyarakat Indonesia.



Gambar 1.1 Data pengguna internet

Sumber : we are social (2025)

Fenomena ini menandakan masyarakat Indonesia sudah semakin terbiasa menggunakan internet dalam aktivitas berbasis digital, termasuk transaksi perbankan melalui perbankan digital (Lestari, 2024). Perbankan digital memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan keuangan dengan lebih cepat dan efisien tanpa harus datang langsung ke kantor

cabang perbankan syariah. (Fauziah & Nasution, 2023). Hal ini menjadi bukti nyata bahwa inovasi teknologi financial (fintech) terus mendorong industri perbankan beradaptasi untuk tetap relevan di era perkembangan dunia digital. Layanan digital seperti mobile banking, internet banking, dan e-wallet telah terintegrasi sepenuhnya ke dalam rutinitas harian masyarakat kontemporer (Lestari, 2024). Transformasi digital tersebut juga membawa dampak yang besar bagi perkembangan perbankan syariah digital yang semakin pesat (Alamsyah, 2023).

Di Indonesia, industri perbankan syariah tumbuh dengan cepat, dengan total aset mencapai Rp700 triliun pada tahun 2023 dan pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 12% (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Peningkatan ini menunjukkan bahwa perbankan syariah semakin diterima dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Islam karena perbankan syariah dapat dijadikan alternatif layanan keuangan syariah dan prinsip perbankan syariah juga sesuai dengan nilai-nilai syariah. Sebagai salah satu pilar penting dalam perekonomian, perbankan syariah mengalami perubahan seiring kemajuan zaman. Menurut Ismail (2011), perbankan syariah dapat diartikan sebagai sebuah sistem perbankan yang mengedepankan mekanisme operasional berbasis prinsip syariah dalam melingkupi lembaga dan aktivitas bisnis, begitu pula mengenai bank syariah dan unit usaha syariah.

Bank syariah berperan sebagai perantara antara investor yang menyediakan dananya dan entitas yang membutuhkan pendanaan, dengan memastikan bahwa transaksi dilakukan tetap dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Lestari, 2024). Seiring kemajuan teknologi digital, perbankan syariah menghadapi tantangan sekaligus peluang yang besar dalam menerapkan prinsip syariah dengan inovasi digital (Rakhman & Alim, 2023). Digitalisasi perbankan syariah memungkinkan lembaga keuangan menawarkan produk yang lebih efisien, transparan, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda (Yusuf, 2023). Meningkatnya akses internet dan penggunaan smartphone telah mendorong popularitas layanan perbankan

syariah digital, terutama di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa (Fitriani, 2021).

Secara global, perbankan syariah digital telah berkembang pesat di negara-negara Muslim seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab, di mana fintech syariah mencapai pangsa pasar 20-30% (World Bank, 2023). Di Malaysia, misalnya, aplikasi seperti Maybank Islamic dan CIMB Islamic telah mengintegrasikan fitur AI untuk rekomendasi investasi syariah, menarik jutaan pengguna muda. Sementara itu, di Indonesia, meskipun pertumbuhan cepat dengan aset Rp700 triliun, tantangan seperti literasi digital dan kepercayaan masih menghambat adopsi. Data dari McKinsey (2024) menunjukkan bahwa 60% pengguna fintech di Asia Tenggara adalah generasi muda, namun di Indonesia, hanya 40% yang memilih opsi syariah.

Hal ini menekankan pentingnya penelitian ini untuk mendorong inklusi keuangan syariah di kalangan mahasiswa, yang bisa menjadi agen perubahan masyarakat. Meskipun pertumbuhan positif, perbankan syariah digital di Indonesia menghadapi tantangan seperti regulasi yang belum sepenuhnya mendukung inovasi (OJK, 2023), risiko keamanan siber, dan persaingan dengan bank konvensional yang lebih mapan. Namun, peluangnya besar dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia bisa menjadi leader fintech syariah global..

Fenomena ini membuka peluang bagi lembaga keuangan untuk memperluas pasar sekaligus meningkatkan inklusi keuangan. Melalui aplikasi seperti BSI Mobile, Bank Muamalat Mobile, atau BRI Syariah Mobile, nasabah kini dapat melakukan transaksi keuangan tanpa terbatas waktu. (Wahyu, 2020). Teknologi informasi telah mengalami kemajuan yang signifikan pada berbagai bidang, termasuk sektor perbankan (Pratama & Hidayat, 2022). Di era digital ini, aplikasi perbankan syariah menjadi pilihan menarik bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, karena kemudahan akses dan beragam fitur yang ditawarkan Yani et al. (2024).

Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z (lahir antara 1995-2010) merupakan segmen pengguna yang memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi. Mereka tumbuh dalam lingkungan digital yang semakin

berkembang yang membuat mereka terbiasa menggunakan aplikasi berbasis digital dalam berbagai segi kehidupan, termasuk pendidikan, hiburan, dan keuangan. Mahasiswa sebagai kelompok muda yang melek akan teknologi digital menjadi target utama layanan perbankan digital (Davis, 1989). Kehadiran aplikasi mobile banking berbasis syariah menjadi alternatif yang menarik karena menawarkan kemudahan akses, fitur layanan lengkap, serta nilai-nilai sesuai prinsip Islam. Namun, rendahnya tingkat pemanfaatan layanan ini menunjukkan perlunya analisis mendalam mengenai hal apa saja yang membentuk minat mahasiswa dalam menggunakannya (AAOFI Standard, 2015).

Survei Bank Indonesia (2023) mengungkapkan bahwa hanya 35% mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah digital, sedangkan 65% masih mengandalkan perbankan konvensional. Rendahnya tingkat penggunaan perbankan syariah digital ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan perilaku pengguna itu sendiri. Aplikasi perbankan syariah sebenarnya telah menawarkan banyak fitur menarik seperti pembiayaan syariah, zakat, infaq, sedekah digital, serta pembayaran tagihan berbasis prinsip syariah. Namun, pemanfaatannya belum optimal dikarenakan sebagian mahasiswa belum terlalu memahami perbedaan mendasar antara sistem perbankan konvensional dan perbankan syariah (Yani et al., 2024).

Penelitian sebelumnya mengidentifikasi beberapa unsur-unsur yang menyebabkan mahasiswa tertarik menggunakan perbankan syariah digital, seperti kemudahan, ulasan produk, dan dukungan dari public figure. Rozza & Salsabila (2024) membuktikan bahwa promosi digital dan word of mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile. Berdasarkan temuan kajian, promosi digital dan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) terbukti memberikan pengaruh positif terhadap minat calon nasabah dalam konteks perbankan syariah, meskipun kajian ini tidak memasukkan variabel kemudahan. Nawawi & Ananda (2024) menyatakan bahwa pemasaran digital melalui media sosial, konten edukatif, dan testimoni pengguna (*user review*) secara signifikan meningkatkan

kesadaran mahasiswa terhadap layanan perbankan syariah digital sebesar 25%. Selain itu, faktor kemudahan juga berperan penting seperti menurut studi yang dilakukan oleh Mujib & Amin (2023) menyimpulkan bahwa promosi dan kemudahan penggunaan mampu memengaruhi minat nasabah terhadap layanan QRIS sebesar 35%.

Dari tinjauan literatur tersebut, terlihat bahwa sebagian besar penelitian hanya fokus pada satu atau dua variabel. Oleh karena itu, untuk memenuhi celah tersebut, maka penelitian ini dirancang dengan menganalisis pengaruh promosi, Ulasan produk, dan kemudahan secara bersamaan terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah digital pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Pekalongan dengan fokus pada mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid sebagai subjek utama. Hal ini didasarkan pada temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa tingkat minat nasabah terhadap perbankan syariah masih relatif rendah, dengan persentase sebesar 35% berdasarkan data responden terbatas (Ambarwati, 2023). Namun, data tersebut hanya mencakup satu angkatan dan satu program studi, sehingga tidak dapat dianggap sebagai representasi komprehensif dari seluruh populasi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Selain itu, penelitian sebelumnya lebih fokus pada aspek layanan perbankan syariah konvensional, sedangkan kajian ini mengutamakan layanan perbankan syariah berbasis digital. Oleh karena itu, diperlukan survei baru untuk mengumpulkan data yang akurat dan mewakili populasi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan secara keseluruhan, serta untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan perbankan syariah digital. Penelitian ini tidak sekadar mereplikasi kajian sebelumnya, tetapi memberikan kontribusi inovatif yang signifikan bagi kemajuan layanan perbankan syariah digital.

Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, sebagai salah satu perguruan tinggi dengan basis mahasiswa yang mayoritas muslim, memiliki potensi besar untuk adopsi layanan

perbankan syariah digital (Ahmad, 2021). Dari penjelasan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Promosi, Ulasan Produk, dan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Layanan Perbankan Syariah Digital pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah promosi mempengaruhi minat mahasiswa, UIN K.H. Abdurrahman Wahid menggunakan layanan perbankan syariah digital?
2. Apakah ulasan produk memiliki dampak signifikan terhadap minat mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid dalam mengadopsi layanan perbankan syariah digital?
3. Apakah tingkat kemudahan platform digital memengaruhi ketertarikan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap layanan perbankan syariah digital?
4. Seberapa signifikan pengaruh gabungan antara promosi, Ulasan produk, dan kemudahan terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah digital pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian :

Tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu

- a. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak promosi terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah digital pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- b. Menelaah dan mengkaji pengaruh Ulasan produk terhadap ketertarikan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dalam mengadopsi layanan perbankan syariah digital.
- c. Mengkaji dan mengevaluasi peran kemudahan platform digital dalam membentuk minat mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap layanan perbankan syariah digital.
- d. Mengukur dan menganalisis besaran pengaruh secara simultan dari promosi, Ulasan produk, dan kemudahan terhadap minat

penggunaan layanan perbankan syariah digital pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

2. Manfaat Penelitian :

a. Manfaat Teoritis :

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman peneliti mengenai perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perbankan syariah digital yang tengah berkembang pesat di era modern.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai acuan atau sumber referensi bagi kajian lanjutan terkait layanan perbankan syariah digital.
- 3) referensi atau bahan rujukan untuk studi lanjutan yang berkaitan dengan topik layanan perbankan syariah digital.

b. Manfaat Praktis :

a) Bagi Penyedia Layanan Perbankan Syariah Digital

Temuan penelitian ini dapat memberikan insight mengenai faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan konsumen dalam bertransaksi melalui platform digital perbankan syariah.

b) Bagi Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Diharapkan mahasiswa lebih bijak dalam memilih layanan perbankan digital yang menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariah.

c) Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat menjadi sumber bacaan yang memperkaya pemahaman dan memberikan kontribusi positif bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

D. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan dalam proposal ini yaitu sebagai berikut.

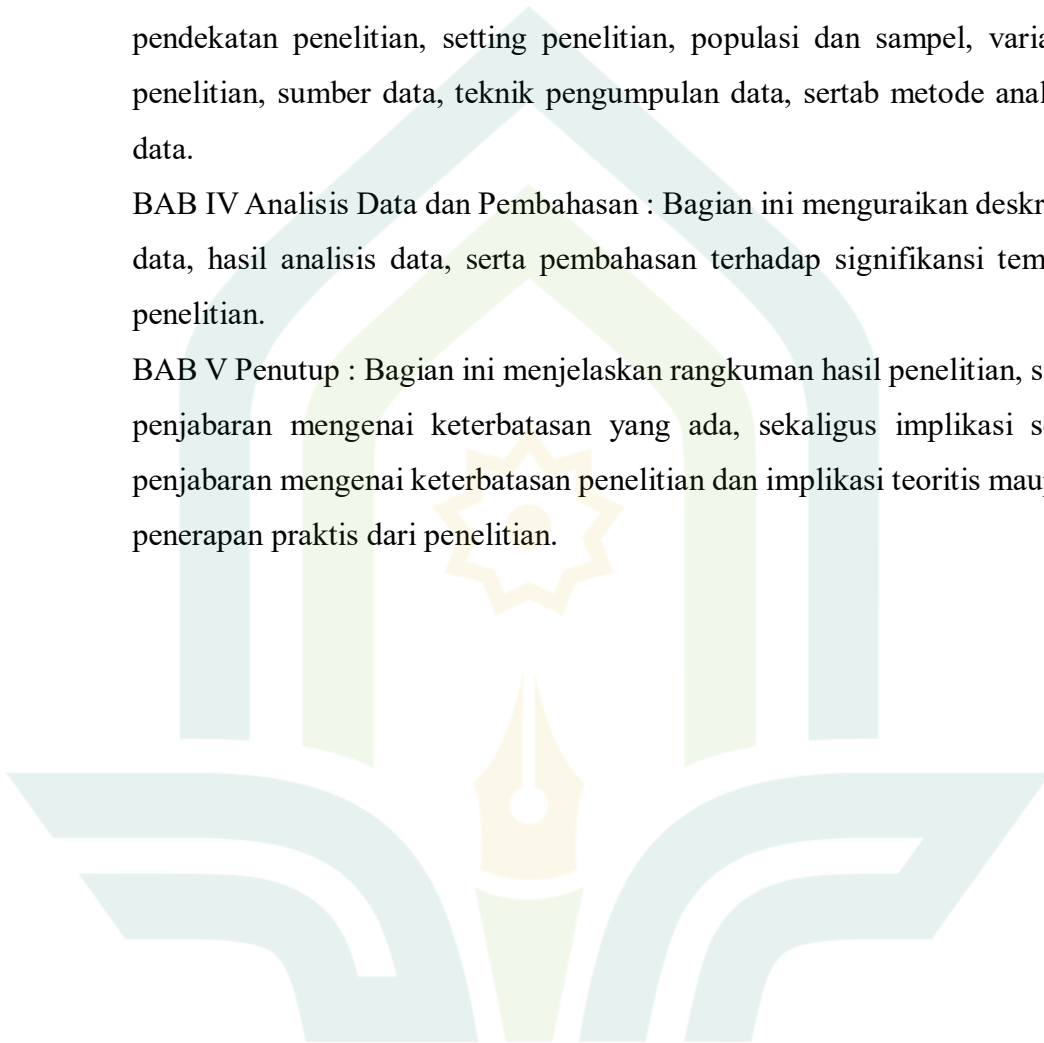
BAB I Pendahuluan : Berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, serta sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II Landasan Teori : Bagian ini memuat landasan teori, telaah pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis. Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang diangkat oleh penulis.

BAB III Metode Penelitian : Bagian ini memuat jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan : Bagian ini menguraikan deskripsi data, hasil analisis data, serta pembahasan terhadap signifikansi temuan penelitian.

BAB V Penutup : Bagian ini menjelaskan rangkuman hasil penelitian, serta penjabaran mengenai keterbatasan yang ada, sekaligus implikasi serta penjabaran mengenai keterbatasan penelitian dan implikasi teoritis maupun penerapan praktis dari penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian mengenai pengaruh promosi, Ulasan produk, dan kemudahan terhadap minat mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid menggunakan layanan perbankan syariah digital, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah digital pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berdasarkan data hasil analisis nilai koefisien $\beta = 0,238$, dan hasil pengujian parsial (uji t) = 7,006, serta nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti semakin tinggi atau intensif promosi perbankan syariah digital dikalangan mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan syariah digital.
2. Ulasan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah digital pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berdasarkan data hasil analisis nilai koefisien $\beta = 0,257$, dan hasil pengujian parsial (uji t) = 7,861, serta nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut berdasarkan hasil berarti ulasan produk yang positif dari orang lain dapat meningkatkan minat mahasiswa terhadap layanan perbankan syariah digital.
3. Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah digital pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berdasarkan data hasil analisis $\beta = 0,347$ dan hasil pengujian parsial (uji t) = 7,476, serta nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti semakin mudah minat layanan perbankan syariah digital, semakin tinggi pula minat mahasiswa terhadap layanan tersebut.

4. Secara simultan, promosi, ulasan produk, dan kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah digital pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berdasarkan data hasil analisis yang ditunjukkan oleh nilai F sebesar 47,503 dengan probabilitas 0,000. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan. Nilai $R^2 = 0,595$ yang berarti 59,5% minat penggunaan dapat dijelaskan oleh promosi, ulasan produk, dan kemudahan, sedangkan sisanya (40,5%) dipengaruhi faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang baik, didukung oleh ulasan positif dan kemudahan, dapat secara efektif meningkatkan minat penggunaan layanan perbankan syariah digital pada mahasiswa.

B. Saran

1. Perbankan syariah sebaiknya lebih menekankan lagi strategi promosi, Ulasan produk, dan kemudahan, serta sering memantau efektivitas perbankan syariah melalui survei rutin mahasiswa untuk menyesuaikan layanan perbankan syariah digital dengan tren digital.
2. Sebaiknya para komunitas akademik menggunakan temuan ini untuk mengadakan advokasi mengenai manfaat perbankan syariah digital, agar lebih banyak mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid yang tertarik untuk menggunakan layanan perbankan syariah digital.
3. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel, peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel lain seperti kepercayaan dan keamanan aplikasi dan untuk membuat penelitian lebih kompleks pada perbankan syariah digital.

DAFTAR PUSTAKA

- AAOFI Standard. (2015). *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions Standards*. AAOFI.
- Ahmad, A. (2021). *Adopsi Teknologi Digital di Perguruan Tinggi Islam: Studi Kasus UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan*. Jurnal Pendidikan Islam.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2018). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). Open University Press.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110.
- Alamsyah, A. (2023). *Transformasi Digital Perbankan Syariah di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Syariah.
- Ambarwati, S. (2023). *Minat Mahasiswa terhadap Layanan Perbankan Syariah: Studi di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan*. Skripsi, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Anshori, M. S., & Iswati, S. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atieq, A., & Azizah, N. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Digital Syariah Pegadaian. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 123-145.
- Azizah, N., et al. (2024). Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth dan Kualitas Layanan Financial Technology terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Pemasaran Islam*, 12(1), 67-89.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Survei Penggunaan Layanan Perbankan Digital di Kalangan Mahasiswa*. Bank Indonesia.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Elvera, N., & Yesita, D. (2021). *Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Fauziah, N., & Nasution, R. (2023). *Aksesibilitas Layanan Perbankan Syariah Digital*. Jurnal Keuangan Islam.
- Fitrah, M., & Lutfiyah, N. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Universitas Negeri Malang.
- Fitriani, S. (2021). *Persepsi Generasi Milenial terhadap Layanan Perbankan Syariah Digital*. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 5(3), 77-90.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariani, S. (2021). *Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Islam.
- Hartono, J. (2017). *Analisis Regresi Linier Berganda*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Hartono, J., & Saputro, T. E. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial*. Penerbit Andi.
- Hasan, M., & Ali, R. (2022). *Evolusi Perilaku Konsumen dalam Perbankan Syariah Digital*. Jurnal Manajemen Bisnis.
- Hatch, E., & Farhady, H. (1981). *Research Design and Statistics for Applied Linguistics*. Newbury House.
- Hermawan, A. (2019). *Teknik Sampling dalam Penelitian*. Pustaka Setia.
- Herlina, N. (2019). *Pengolahan Data Penelitian Kuantitatif*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Indrarini, L., & Muthi'ah, S. (2023). Pengaruh Literasi, Kegunaan, dan Kemudahan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah. *Jurnal Keuangan Syariah*, 8(3), 201-220.
- Ismail, A. G. (2011). *Islamic Banking and Finance in Malaysia: System, Issues and Challenges*. Cengage Learning.
- Kerlinger, F. N. (1973). *Foundations of Behavioral Research* (2nd ed.). Holt, Rinehart and Winston.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lackmeir, et al. (dalam Sudjarmika, I. G. L. A., 2017). *Pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Bisnis.
- Lestari, P. (2024). *Fenomena Penggunaan Internet untuk Transaksi Perbankan di Indonesia*. Jurnal Teknologi Informasi.
- McKinsey. (2024). *Fintech Adoption in Southeast Asia: Trends and Insights*. McKinsey & Company.
- Mujib, A., & Amin, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Transaksi Qris pada BSI KCP Rungkup Surabaya. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 45-62.
- Nawawi, R., & Ananda, T. (2024). *Pemasaran Digital dan Kesadaran Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah Digital*. Jurnal Pemasaran Islam.
- Nursal, A., & Oktaviana, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan ShopeePay di Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 134-150.
- OJK (Otoritas Jasa Keuangan). (2023). *Laporan Perkembangan Industri Perbankan Syariah*. OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Statistik Perbankan Syariah Indonesia*. OJK.
- Pratama, D., & Hidayat, R. (2022). *Kemajuan Teknologi Informasi dalam Sektor Perbankan*. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi.
- Purnomo, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Keuangan Digital*, 3(2), 78-95.
- Rahman Khan, M. (2017). *Data Collection Methods in Social Sciences*. Springer.
- Rakhman, A., & Fahri, M. (2024). *Transformasi Digital di Sektor Perbankan dan Perbankan Syariah*. Jurnal Inovasi Keuangan.
- Rifa'i, A. (2021). *Teknik Sampling dalam Penelitian Kuantitatif*. Universitas Islam Negeri.
- Rosita, S. (2024). *Prinsip Dasar Perbankan Syariah*. Jurnal Ekonomi Islam.
- Rozza, I., & Salsabila, R. (2024). Pengaruh Promosi Media Digital dan Word of Mouth terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile dari Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 11(1), 23-40.

- Rahman, M. F., & Alim, N. (2023). *Digital Banking Syariah: Inovasi, Efisiensi, dan Kepatuhan Syariah di Era Disrupsi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(2), 101–118.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Siyoto, S., & Ali, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sodik, M., & Zulmiati, N. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI. *Jurnal Perbankan Syariah*, 7(3), 156-175.
- Sudjarmika, I. G. L. A. (2017). *Pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wahyu, A. (2020). *Aplikasi Perbankan Syariah Digital: Kemudahan Akses Tanpa Batas Waktu*. *Jurnal Keuangan Syariah*.
- We Are Social. (2025). *Digital Report Indonesia 2025*. We Are Social.
- World Bank. (2023). *Islamic Fintech: Global Trends and Opportunities*. World Bank.
- Yani, A., et al. (2024). *Aplikasi Perbankan Syariah sebagai Pilihan Generasi Muda*. *Jurnal Perbankan Islam*.
- Yusuf, M. (2023). *Peran Teknologi Digital dalam Penguatan Daya Saing Bank Syariah di Era Industri 4.0*. *Al-Iqtishad Journal of Islamic Economics*, 15(1), 89–104.
- Zainal, V., et al. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial dan Humaniora*. Rajawali Pers.