

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A. (1993). *Psikologi Pendidikan*.
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Aisy, S. R., Nugraha, N., & H.S, S. H. (2022). *ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT KNOWLEDGE, BANK REPUTATION, AND BANKING DIGITALIZATION ON SAVING DECISIONS IN SHARIA COMMERCIAL BANK (STUDY ON THE PEOPLE OF SEMARANG CITY)*. 1(2), 26–35.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Al-Hasni, F. (2017). Akad Mudharabah Mutlaqah Dalam Praktik Perbankan Syariah. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 208–222. <https://doi.org/10.20414/mu.v9i2.2019>
- Alam, S. S., Mohd, R., & Hisham, B. (2011). Is religiosity an important determinant on Muslim consumer behaviour in Malaysia? *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 83–96. <https://doi.org/10.1108/175908311111115268>
- Araffi, M., & Haryono, S. (2022). Peran Religiusitas dalam Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 461. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.431>
- Aulia, I., Irianto, & Fariantin, E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Literasi Digital Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah Di Mataram. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 778–783.
- Ayu, S. N., & Erlina, D. Y. (2021). Akad Ijarah dan Akad Wadiah. *Jurnal Keadaban*, 3(2), 13–25.
- Az-Zahra, K. N., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Syariah (Studi pada Mahasiswa S1 Fe Universitas Sriwijaya). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1801–1809. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1995>
- Azizah, K. N., & Syafitri, A. A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Kepatuhan Syariah Masyarakat Kecamatan Kepanjen Kabupaten

- Malang Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Journal Islamic Business and Entrepreneurship*, 1(2), 57–69. <https://doi.org/10.33379/jibe.v1i2.1693>
- Basuki, A. T. (2014). *PENGUNAAN SPSS DALAM STATISTIK*. Danisa Media.
- Busschaert, C., De Bourdeaudhuij, I., Van Holle, V., Chastin, S. F. M., Cardon, G., & De Cocker, K. (2015). Reliability and validity of three questionnaires measuring context-specific sedentary behaviour and associated correlates in adolescents, adults and older adults. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12966-015-0277-2>
- Damanik, E. R. (2013). Bagaimana Product Knowledge dan Product Involvement Memotivasi Konsumen?(Kajian Motivasi Masyarakat Terhadap Pemilihan Jurusan Komunikasi Pemasaran Universitas Bina Nusantara sebagai Tempat Melanjutkan Pendidikan Tinggi). *Humaniora*, 4(2), 1336–1344.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. GUEPEDIA. <https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAAQBAJ>
- Defiansih, D. D. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Pendidikan Keluarga, dan Sosialisasi Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Syariah Dengan Kecerdasan Intelektual Sebagai Variabel Moderasi*. 18(1), 34–51.
- Dhiba, P. F., Nizam, A., & Dianah, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, dan Sikap Terhadap Perilaku Mahasiswa Pengguna Produk Kecantikan Korea Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. *Ekobis Syariah*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v4i2.10050>
- Enur Hotimah, Dede NI, Sri Wahyuningsih, Ari MH, & Eka Maulana. (2024). Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *JPIES: Jurnal Pelita Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(01), 32–42. <https://doi.org/10.71195/ec36xd19>
- Erida, E., & Rangkuti, A. S. (2017). the Effect of Brand Image, Product Knowledge and Product Quality on Purchase Intention of Notebook With Discount Price As Moderating Variable. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 1(1), 26–32. <https://doi.org/10.22437/jb.v1i1.3919>
- Essoo, N., & Dibb, S. (2004). Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study. *Journal of Marketing Management*, 20(7–8), 683–712. <https://doi.org/10.1362/0267257041838728>

- Faiz, M. W., & Firmansyah, F. (2024). The moderating effect of religiosity on intention to use product financing. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 6(1), 50–62. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol6.iss1.art5>
- Faizah, N., & Sa'diyah, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 253–266. <https://journal.unimma.ac.id>
- Fakhruddin, U., & Saepudin, D. (2018). Integrasi dalam Sistem Pembelajaran di Pesantren. *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 7(1), 94. <https://doi.org/10.32832/tadibuna.v7i1.1355>
- Faridah, N. L., Hakim, L., & Sudarwanto, T. (2021). PENGARUH PEMBELAJARAN INSERT EKONOMI SYARIAH, PENGETAHUAN PRODUK, LINGKUNGAN SOSIAL DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 5(Vol. 5 No. 2 (2021): Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah). <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/istithmar.v5i2.81>
- Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan, Himpunan Fatwa DSN MUI hlm. 3 (2000). <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/peraturan/detail/11eae902a2281240bc5d313434363530.html>
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473–486. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Badan penerbit universitas Diponegoro.
- Hamdani, A. N. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA SUDIRMAN KC TULUNGAGUNG*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Hasbullah, N. B. (2023). *pengaruh religiusitas, tingkat literasi keuangan syariah dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah (studi pada generasi Z di kota palopo)*.

- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT DAN MINAT PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Hasibuan, S. K., & Nurbaiti. (2023). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah, dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syari'ah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 275–292.
- Irdawati, Laba, A. R., Amar, M. Y., & Rahim, F. auzi R. (2024). *Literasi Keuangan dan Pengetahuan Produk pada Perilaku Menabung Pekerja Milenial melalui Fintech: Tinjauan Kasus Pengguna Fintech Smartphone* (M. Nasrudin (Ed.); Cetakan ke). Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=figUEQAAQBAJ>
- Jaelani, I., & Mutaqin, kikin. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH. 03(01).
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).” (n.d.). Retrieved April 14, 2025, from <https://kbbi.web.id/hipotesis>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga. In *Laksana. Terjemahan Fajar* (Vol. 79).
- Kusumadewi, R., Yusuf, H. A. A., & Wartoyo. (2019). *Literasi Keuangan Syariah di Kalangan Pondok Pesantren*.
- Lestari, D. I. P., Cahyaningtyas, S. R., & Isnaini, Z. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan, Religiusitas, Dan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 3(3), 68–82. <https://doi.org/10.29303/risma.v3i3.790>
- Liana, L. (2009). Using MRA with SPSS to Test the Effect of Moderating Variables on the Relationship between Independent Variables and Dependent Variables. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, 14(2), 90–97. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95>
- Liska, R., Machpudin, A., Khaza, M. A. M. H., Ratnawati, R., & Wediawati, B.

- (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(04), 1034–1043. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21796>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 65.
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada BSI Ex BSM). *Jurnal Syarikah P*, 7(2), 127–135. www.bankbsi.co.id
- Mahfuz. (2021). the Effect of Knowledge and Promotion on Interest in Saving in Sharia Bank. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 48–61. <https://doi.org/10.34005/elarbah.v5i1.1573>
- Mahira, Rani; Badina, Tenny; Najib Mohamad, A. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, PROMOSI, DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH DI UNIVERSITAS KOTA SERANG). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 3541–3554.
- Maimun dan Dara Tzahira. (2022). Prinsip Dasar Perbankan. *Sharia Economic Law*, 1(1), 125–142.
- Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512–520. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8309](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309)
- Mariamah, S., Hasanah, N., & Musrifah. (2024). Konversi, Pengaruh Persepsi Dan, Religiusitas. *Jurnal of Sharia and Law*, 3(1), 225–246.
- Mayasari, S. (2024). Pangsa Pasar Perbankan Syariah Tumbuh 7,38% pada Maret 2024, OJK Beberkan Pemicunya. [Kontan.Co.Id. https://keuangan.kontan.co.id/news/pangsa-pasar-perbankan-syariah-tumbuh-738-pada-maret-2024-ojk-beberkan-pemicunya](https://keuangan.kontan.co.id/news/pangsa-pasar-perbankan-syariah-tumbuh-738-pada-maret-2024-ojk-beberkan-pemicunya)
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Nashrullah, M., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, N., & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). In *Metodologi Penelitian*

Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>

Nasution, A. (2015). Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi. *Rake Sarasin*, 36.

Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>

Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4082. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11358>

Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=PzZZEAAAQBAJ>

Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 291–304.

Nurlaeli, I. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas. *Islamadina*, 18(2), 75. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v18i2.1922>

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>

Nurudin, Arifin, J., & Ma'ruf, A. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *EL MUDHORIB: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.53491/elmudhorib.v2i1.79>

Nuryadi, N., Astuti, D., Utami, S., & M Budiantara, M. B. (2017). *Dasar-dasar statistik penelitian*.

OJK. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Siaran Pers. file:///C:/Users/melis/Downloads/sumber referensi skripsi/Booklet Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022.pdf

OJK. (2025). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPKSI)*

2024. Otoritas Jasa Keuangan (OJK). <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2024.aspx>

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior & marketing strategy*. McGraw-hill.

Piolita, Z. (2024). Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Nasiah Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(1), 115–131. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i1.284>

Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).

Rahim, S. H. A., Rashid, R. A., & Hamed, A. B. (2016). Islamic financial literacy and its determinants among university students: An exploratory factor analysis. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(7Special Issue), 32–35.

Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>

Renaldi, & Hidayani. (2025). Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal LARIBA Jurnal Perbankan Syari'ah*, 6(02). <https://doi.org/10.53649/la-riba.v6i02.988>

Resmawa, I. N. (2017). Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention with Green Price as Moderating Variable on the Body Shop Products in Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–11.

Revonnarta, E., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Citra Bank Syariah terhadap Minat Menabung melalui Bank Syariah di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 37–49. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p37-49>

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.

- Rizaty, M. A. (2024). *Daftar Negara dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbesar di Dunia 2023, RI Teratas*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/varia/detail/daftar-negara-dengan-jumlah-penduduk-muslim-terbesar-di-dunia-2023-ri-teratas>
- Rokhani, S., & Nurkhin, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Business and Accounting Education Journal*, 2(2), 235–243. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>
- Rosidi, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 5(3), 444–450. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i3.15257>
- Rozikin, A. Z., & Sholekhah, I. (2020). Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank. *Iqtishadia*, 13(1), 95. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i1.6489>
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>
- Saadah, A., & Widyananto, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Prinsip Syariah Islam Terhadap Minat Memilih Bank Syariah. *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 57–70. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v2i1.7098>
- Safitri, E. N., & Mubarak, Z. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2875. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6076>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (Ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA. <https://books.google.co.id/books?id=PinKEAAAQBAJ>
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>
- Saputri, A. S., Lestari, N., & Achyar, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi Investasi dan Modal Minimal Terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa di Kebumen. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 4(01), 26–42.
- Sari, A. J., & Pradesyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan

- Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor, Malaysia, Melakukan Transaksi di Bank Islam. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 7(1), 163–173. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v7i1.3568>
- Sari, M. A., & Husaen, F. D. U. (2024). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, TINGKAT PEMAHAMAN PRODUK DAN KESADARAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BSI PADA GENERASI Z. *El-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 7(1), 1–18.
- Savitri, A. S. N., & Darmawan. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Lokasi, serta Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(3), 1669–1679.
- Shirin, K., & Kambiz, H. H. (2011). The Effect of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions. *Chinese Business Review*, 10(08), 601–615. <https://doi.org/10.17265/1537-1506/2011.08.004>
- Siregar, I. A. (2021). Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 39–48. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.25>
- Slameto, B. (2010). Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Jakarta: Rineka Cipta*, 182.
- Soraya, I. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT JAKARTA DALAM MENGAKSES FORTAL MEDIA JAKARTA SMART CITY. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, VI(1), 10–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v6i1.2458>
- Sudarman, L., Jejen, L., & Husriah, H. (2022). Peran Religiuitas dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.26905/jbm.v9i1.6792>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.
- Suliyanto, D. (2011). Ekonometrika terapan: teori dan aplikasi dengan SPSS. *Penerbit Andi: Yogyakarta*.

- Sundari, U. Y., Panudju, A. A. T., Nugraha, A. W., Purba, F., Erlina, Y., Nurbaiti, N., Kalalinggi, S. Y., Afifah, A., Suheria, S., & Elsandika, G. (2024). *Metodologi Penelitian* (Edisi Pert). CV. Gita Lentera. <https://books.google.co.id/books?id=e4nxEAAAQBAJ>
- Supriyati, T., Fattah, A., & Imamah, N. (2023). Pengaruh Religiusitas , Pelayanan , Pendapatan dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat pada Sistem Pembiayaan Perbankan di Kabupaten Sidoarjo. *Bharanomics*, 3(2), 55–61. <https://doi.org/10.46821/bharanomics.v3i2.572>
- Taherdoost, H. (2018). Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. *SSRN Electronic Journal*, 5(3), 28–36. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3205040>
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 46–57. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p46-57>
- Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah (2008).
- Usman, M. R. T., & Zulfison. (2024). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH PADA MAHASISWA STIE INDONESIA BANKING SCHOOL*. 2(1), 327–340.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). *Uji persyaratan analisis*. Klik Media. <https://core.ac.uk/download/pdf/386635802.pdf>
- Widowati, ayun sekar, & Mustikawati, R. I. (2018). the Effect of Savings Products Knowledge, Bank Reputation, and Customers Perception on Deposit Interest Rate on the Customer Saving Decision. *Jurnal Nominal*, 7(2), 141–156.
- Wirdayani, W. (2019). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Pembiayaan Musyarakah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 1–18.
- Yumanita, A. D. (2005). Bank syariah: Gambaran umum. In *Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI* (Issue 14).