

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PERSEPSI RISIKO  
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT PADA PRODUK  
TABUNGAN EMAS DI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA FEB &  
FEBI DI DIY)**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH**

**OLEH :**

**DICKY ANUGRAH PERDANA RITONGA**

**21108030122**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PERSEPSI RISIKO  
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT PADA PRODUK  
TABUNGAN EMAS DI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA FEB &  
FEBI DI DIY)**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH**

**OLEH :**

**DICKY ANUGRAH PERDANA RITONGA**  
**21108030122**

**PEMBIMBING:**

**MUHFIATUN, S.E.I., M.E.I**  
**19890919 201503 2 009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2025**

# HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1423/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PERSEPSI RISIKO DAN SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT PADA PRODUK TABUNGAN EMAS DI SHOPEE (STUDI KASUS: MAHASISWA FEB & FEBI DI DIY)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DICKY ANUGRAH PERDANA RITONGA  
Nomor Induk Mahasiswa : 21108030122  
Telah diujikan pada : Rabu, 20 Agustus 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Muhfiatun, S.E.I., M.E.I.  
SIGNED

Valid ID: 68ab8933ffa9



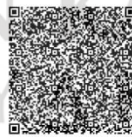
Penguji I  
Izra Berakon, M.Sc.  
SIGNED

Valid ID: 68abce91bd15



Penguji II  
Rizaldi Yusufarto, S.Pd., M.M.  
SIGNED

Valid ID: 68abcb0271a9



Yogyakarta, 20 Agustus 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.  
SIGNED

Valid ID: 68abeb82872ad

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dicky Anugrah Perdana Ritonga  
NIM : 21108030122  
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

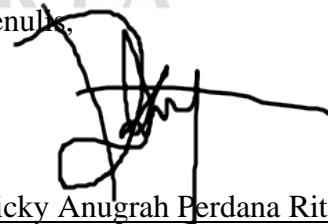
Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eklusif (*non-exclusive free right*) atas karya saya yang berjudul:

**“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko Dan *Service Quality* Terhadap Minat Pada Produk Tabungan Emas Di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa FEB & FEBI Di DIY)”**

Dengan perangkat pendukung yang relevan (jika diperlukan), saya memberikan izin kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk menggunakan tugas akhir saya tanpa dikenakan royalti dan secara non-eksklusif. Universitas berhak untuk menyimpan, mengubah format, mengelola, memelihara, dan memublikasikan karya saya dalam bentuk basis data, selama nama saya tetap dicantumkan sebagai penulis dan pemegang hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 12 Agustus 2025

Penulis,



Dicky Anugrah Perdana Ritonga  
NIM. 21108030122

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dicky Anugrah Perdana Ritonga  
NIM : 21108030122  
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko Dan Service Quality Terhadap Minat Pada Produk Tabungan Emas Di Shopee (Studi Kasus : Mahasiswa FEB & FEBI Di DIY)”** merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 12 Agustus 2025

Penulis,

  
  
Dicky Anugrah Perdana Ritonga  
NIM. 21108030122

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

### HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Dicky Anugrah Perdana  
Ritonga

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
D.I. Yogyakarta

*Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Dicky Anugrah Perdana Ritonga

NIM : 21108030122

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko Dan Service Quality Terhadap Minat Pada Produk Tabungan Emas Di Shopee  
(Studi Kasus : Mahasiswa FEB & FEBI Di DIY)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam ilmu manajemen keuangan Syariah.

Dengan ini saya mengharapkan agar skripsi di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 12 Agustus 2025  
Pembimbing

Muhfiatun, S.E.I., M.E.I  
NIP. 19890919 201503 2 009

v

## HALAMAN MOTTO

*Keberhasilan adalah perjalanan panjang dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat."*

-Winston Churchill-

*"Pendidikan adalah senjata paling kuat yang bisa digunakan untuk mengubah dunia."*

-Nelson Mandela-

*"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."*

(QS. Al-Insyirah: 6-8)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang telah diberikan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Tiada daya dan upaya melainkan atas izin-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi besar Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, suri teladan umat yang telah membawa cahaya ilmu dan kebenaran ke seluruh penjuru dunia.

Karya ini saya persembahkan dengan penuh cinta dan hormat kepada kedua orang tua tercinta, yang telah menjadi pilar kekuatan dalam hidup saya. Doa, kasih sayang, dan pengorbanan kalian adalah cahaya dalam setiap langkahku.

Untuk saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dukungan, canda tawa, dan semangat di kala suka maupun duka terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Kepada sahabat dan teman seperjuangan yang telah menemani dalam suka dan lelah selama masa studi, terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan segala kenangan yang tak ternilai.

Serta untuk almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tempat saya menimba ilmu dan membentuk karakter, semoga karya ini dapat menjadi kontribusi kecil yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Dalam skripsi, tesis, dan disertasi bidang keagamaan (baca: Islam), alih aksara atau transliterasi, adalah keniscayaan. Oleh karena itu, untuk menjaga konsistensi, aturan yang berkaitan dengan alih aksara ini penting diberikan. Pengetahuan tentang ketentuan ini harus diketahui dan dipahami, tidak saja oleh mahasiswa yang akan menulis tugas akhir, melainkan juga oleh dosen, khususnya dosen pembimbing dan dosen penguji, agar terjadi saling kontrol dalam penerapan dan konsistensinya. Dalam dunia akademis, terdapat beberapa versi pedoman alih aksara, antara lain versi *Turabian*, *Library of Congress*, Pedoman dari Kementerian Agama dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, serta versi Paramadina. Umumnya, kecuali versi Paramadina, pedoman alih aksara tersebut meniscayakan digunakannya jenis huruf (font) tertentu, seperti *font* Transliterasi, *Times New Roman*, atau *Times New Arabic*. Untuk memudahkan penerapan alih aksara dalam penulisan tugas akhir, pedoman alih aksara ini disusun dengan tidak mengikuti ketentuan salah satu versi di atas, melainkan dengan mengkombinasikan dan memodifikasi beberapa ciri hurufnya. Kendati demikian, alih aksara versi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta ini disusun dengan logika yang sama.

### 1. Padanan Aksara

Berikut adalah daftar aksara Arab dan padanannya dalam aksara latin:

Huruf Arab	Huruf Latin	Keterangan
ا		Tidak dilambangkan
ب	B	Be
ت	T	Te
ث	Ts	te dan es
ج	J	Je
ح	ḥ	h dengan titik bawah
ر	Kh	ka dan ha
د	D	De

Huruf Arab	Huruf Latin	Keterangan
ذ	Dz	de dan zet
ر	R	Er
ز	Z	Zet
س	S	Es
ش	Sy	es dan ye
ص	Ṣ	es dengan titik bawah
ض	ḍ	de dengan titik bawah
ط	ṭ	te dengan titik bawah
ظ	ẓ	zet dengan titik bawah
ع	‘	koma terbalik di atas hadap kanan
غ	G	Ge
ف	F	Ef
ق	Q	Ki
ك	K	Ka
ل	L	El
م	M	Em
ن	N	En
و	w	We
ه	h	Ha
ء	,	Apostrof
ي	y	Ye

## 2. Vokal

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah

terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

---َ' ---	Fathah	ditulis	A
---ِ' ---	Kasrah	ditulis	i
---ُ' ---	Ḍammah	ditulis	u
فعل	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	ditulis	<i>ḏukira</i>
يذهب	Ḍammah	ditulis	<i>yāḏhabu</i>

a. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	$\bar{A}$
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. Fathah + yā' mati	Ditulis	$\bar{a}$
تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	$\bar{I}$
كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	Ditulis	$\bar{u}$
فروض	Ditulis	<i>furūḏ</i>

b. Vokal Rangkap

1. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. Fathah + wāwu mati		<i>au</i>
قول		<i>qaul</i>

- c. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

- d. Kata Sandang Alif + Lam

- 1) Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”.

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- 2) Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

- 3) Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذويا لفروض	Ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

3. Kata Sandang

Kata *sandang*, yang dalam sistem aksara Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu dialihaksarakan menjadi huruf /l/, baik diikuti huruf syamsiyyah maupun huruf kamariah. Contoh: *al-rijāl* bukan *ar-rijāl*, *al-dīwān* bukan *ad-dīwān*.

#### 4. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (ـّ) (dalam alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan menggandakan huruf yang diberi tanda syaddah itu. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku jika huruf yang menerima tanda syaddah itu terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah. Misalnya, kata (الضرورة) tidak ditulis ad-darūrah melainkan al-darūrah, demikian seterusnya.

#### 5. *Ta Marbūtah*

Setiap tā' marbūtah ditransliterasikan sebagai "h," baik ketika berada di akhir kata tunggal maupun di tengah gabungan kata (seperti pada kata yang disambung dengan kata sandang "al"). Aturan ini tidak berlaku untuk kata-kata Arab yang sudah menjadi bagian dari bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali diperlukan bentuk aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>

#### 6. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam alih aksara ini huruf kapital tersebut juga digunakan, dengan mengikuti ketentuan yang berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia (EBI), antara lain untuk menuliskan 35 permulaan kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Jika nama diri didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya. Contoh: Abū Hāmid al-Ghazālī bukan Abū Hāmid Al-Ghazālī, al-Kindi bukan Al-Kindi. Beberapa ketentuan lain dalam EBI sebetulnya juga dapat diterapkan dalam alih aksara ini, misalnya ketentuan mengenai huruf cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*). Jika menurut EBI, judul buku itu ditulis dengan cetak miring, maka demikian halnya dalam alih aksaranya, demikian seterusnya. Berkaitan dengan penulisan nama, untuk nama-nama tokoh yang berasal dari

dunia Nusantara sendiri, disarankan tidak dialihaksarakan meskipun akar katanya berasal dari bahasa Arab. Misalnya ditulis Abdussamad al-Palimbani, tidak ‘Abd al- Samad al-Palimbānī; Nuruddin al-Raniri, tidak Nūr al-Dīn al-Rānīrī.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami sampaikan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“ Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko dan Service Quality Terhadap Minat Pada Produk Tabungan Emas Di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa FEB & FEBI di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Untuk itu, dengan penuh hormat dan rasa terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi setulusnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi, dengan ini penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., MA., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. Darmawan, SPd., MAB., CFRM., selaku Kepala Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Muhfiatun, S.E.I., M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah membimbing saya sejak awal masa studi hingga proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala ilmu, waktu, perhatian, serta arahan yang sangat berarti bagi perkembangan akademik dan pribadi saya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan, kesehatan, kemudahan dalam setiap

urusan, serta perlindungan-Nya kepada Ibu.

5. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah membekali saya dengan ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga melalui proses perkuliahan maupun kegiatan pelatihan, khususnya kepada para dosen di Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yang telah memberikan kontribusi besar dalam perjalanan akademik saya.
6. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan bantuan dan pelayanan dalam berbagai urusan administrasi akademik selama masa perkuliahan, sehingga segala proses dapat berjalan dengan tertib dan terkoordinasi dengan baik.
7. Teruntuk Ibunda tercinta, terima kasih atas setiap doa doa yang selalu engkau munajatkan kepada anakmu sehingga dapat lebih tenang dan berkeinginan untuk menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak akan mampu melalui proses panjang dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dengan keberkahan usia, kesehatan yang sempurna, dan kebahagiaan yang abadi di dunia maupun akhirat.
8. Seluruh Teman-teman dari Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2021 yang telah menemani dan membantu perjalanan penulis selama masa perkuliahan dan telah memberikan warna dalam setiap langkah menuju kesuksesan penulis.
9. Saudari Falah Sadjida yang telah bersedia menjadi tempat penampung emosi penulis selama masa penyusunan skripsi ini, sabar menghadapi segala tingkah laku dan perubahan *mood* penulis, menemani, menyemangati, mengingatkan, berusaha memahami dan membantu penulis, menjadi salah satu bagian penting dari cerita dalam perjalanan ini.
10. Seluruh pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
11. Terima kasih untuk diri saya sendiri karena sudah menjadi pribadi yang kuat, selalu berusaha untuk menjadi lebih baik, dan tidak menyerah untuk segala mimpi yang sedang diperjuangkan, meskipun terkadang jalannya terasa begitu

berat. Skripsi ini menjadi salah satu bukti perjuangan yang tidak sia-sia dari banyaknya hal yang diperjuangkan, semoga dengan selesainya skripsi ini dapat menjadi awal perjalanan baru yang lebih baik lagi, membawa banyak keberkahan dan banyak kebaikan hal lainnya.

Yogyakarta, 12 Agustus 2025

Penulis,



Dicky Anugrah Perdana Ritonga

NIM. 21108030122



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR .....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
ABSTRAK.....	xxiii
ABSTRACT.....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori .....	15

1. <i>Theory of Behavior Finance</i> .....	15
2. <i>Theory of SERVQUAL</i> .....	16
3. Literasi Keuangan Syariah.....	17
4. Persepsi Risiko.....	19
5. <i>Service Quality</i> .....	21
6. Minat Menabung.....	22
7. Tabungan Emas.....	23
B. Kajian Pustaka .....	24
C. Hipotesis Penelitian .....	29
1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat pada Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah di Shopee .....	29
2. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat pada Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah di Shopee .....	30
3. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Minat pada Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah di Shopee .....	31
D. Kerangka Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	33
B. Defenisi Operasional Variabel.....	33
1. Variabel Independen .....	33
2. Variabel Dependen .....	35
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
D. Metode Penentuan Populasi dan Sampel Populasi dan Sampel .....	36

E. Jenis dan Sumber Data.....	39
F. Metode Pengumpulan Data.....	40
G. Metode Analisis Data .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
B. Analisis Deskriptif.....	50
C. Hasil Penelitian.....	56
D. Pembahasan .....	68
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Keterbatasan .....	73
C. Implikasi dan Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>
<b>CURRICULUM VITAE.....</b>	<b>90</b>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Investasi Mayoritas Masyarakat Indonesia .....	4
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel Independen .....	34
Tabel 3.2 Variabel Dependen Minat Menabung .....	36
Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert .....	41
Tabel 4. 1 Uji Validitas .....	57
Tabel 4. 2 Uji Realibilitas .....	58
Tabel 4.3 Uji Normalitas .....	59
<i>Tabel 4. 4 Uji Glejser</i> .....	60
Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4. 6 Uji Regresi Linier Berganda .....	63
Tabel 4. 7 Uji t .....	65
Tabel 4. 8 Uji F .....	66
Tabel 4. 9 Uji Determinan Koefisien .....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Harga Emas pada tahun 2025 .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 4. 1 Presentase Pengalaman Investasi .....	51
Gambar 4. 2 Presentase Domisili .....	53
Gambar 4. 3 Presentase Tingkat Pendidikan.....	54
Gambar 4. 4 Presentase Jenis Kelamin .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	86
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	88
Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas .....	88
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas .....	88
Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	88
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	89
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Berganda.....	89
Lampiran 9 Hasil Uji T .....	89
Lampiran 10 Hasil Uji F .....	89



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko, dan *Service Quality* terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah melalui platform digital Shopee. Pendekatan kuantitatif dengan metode survei digunakan pada 160 responden mahasiswa FEBI dan FEB di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui regresi linier berganda untuk menguji pengaruh parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Persepsi Risiko dan *Service Quality* berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat menabung emas, sementara Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan. Namun, secara simultan ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa. Temuan ini menegaskan pentingnya persepsi risiko dan kualitas layanan digital dalam membentuk preferensi investasi berbasis teknologi syariah. Penelitian ini berkontribusi bagi strategi pemasaran produk keuangan syariah digital dengan menekankan aspek edukasi, keamanan, serta pengalaman layanan pengguna di era digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko, Kualitas Layanan, Minat Menabung, Tabungan Emas.



## ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Islamic Financial Literacy, Risk Perception, and *Service Quality* on students' interest in using Pegadaian Syariah Gold Savings through the Shopee digital platform. A quantitative approach with a survey method was applied to 160 respondents from the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) and the Faculty of Economics and Business (FEB) in the Special Region of Yogyakarta, using purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression to examine both partial and simultaneous effects. The results show that, partially, Risk Perception and *Service Quality* have a positive and significant effect on interest in gold savings, while Islamic Financial Literacy does not have a significant effect. However, simultaneously, the three variables significantly influence students' interest. These findings highlight the importance of risk perception and digital *Service Quality* in shaping preferences for Sharia-based technology-driven investments. This study contributes to developing marketing strategies for digital Islamic financial products by emphasizing education, security, and user experience in the digital finance era.

Keywords: Islamic Financial Literacy, Risk Perception, Service Quality, Saving Interest, Gold Savings.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Revolusi industri di dunia telah berkembang sedemikian rupa hingga saat ini. Dalam dunia bisnis, kita disuguhkan dengan sebuah istilah bernama *e-commerce*. *E-commerce* merupakan metodologi bisnis modern yang memenuhi kebutuhan organisasi, pedagang, dan konsumen untuk memangkas biaya sambil meningkatkan kualitas barang dan jasa serta meningkatkan kecepatan penyampaian layanan dengan menggunakan internet. Berbagai situs dalam pengaplikasian teknologi digital memberikan kemudahan untuk mengkoordinir setiap input dan output pelaku bisnis (Setiawan et al., 2025).

Kehadiran aplikasi digital dalam bisnis *e-commerce* berdampak besar pada kehidupan dan gaya hidup masyarakat, termasuk menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat untuk memulai bisnis secara perorangan (BPS , 2021). Selain itu, penggunaan teknologi digital terhadap bisnis juga mengefisiensi waktu pemrosesan dan mengurangi resiko *human error* serta dapat mengurangi penggunaan kertas dalam berbagai aktifitas pengerjaan mulai dari mendesain, promosi, memproduksi, pengiriman, pendistribusian hingga proses marketing.

Selain mendukung aktivitas perdagangan barang konsumsi, transformasi digital dalam *e-commerce* juga telah memperluas layanan keuangan dengan menghadirkan produk-produk investasi berbasis teknologi, seperti tabungan emas digital (OJK, 2022). Platform *e-commerce* memanfaatkan ekosistem digital untuk menyediakan layanan tabungan emas dengan nilai investasi awal

yang relatif rendah dan proses transaksi yang praktis, sehingga menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas termasuk generasi muda dan mahasiswa (Afriani & Asandimitra, 2020; Manisha, 2023a).

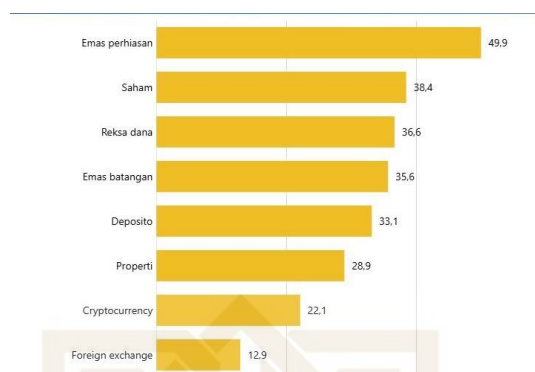
Di Indonesia, produk tabungan emas secara digital hadir di berbagai macam platform bisnis online dan telah terdaftar oleh lembaga yang kredibel seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI), yakni Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) dan PT. Pegadaian. Adapun tujuan diluncurkan produk tabungan emas adalah untuk memberikan kemudahan pada masyarakat yang ingin memiliki emas dengan cara menabung. Tabungan emas yang bersifat fleksibel merupakan solusi bagi masyarakat yang tertarik berinvestasi emas, dengan dana yang terbatas (Ramadan & Nasution, 2022). Adopsi layanan keuangan digital semacam ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kemudahan teknologi, tetapi juga oleh tingkat literasi keuangan syariah, persepsi terhadap risiko investasi, dan kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna (Ilfita & Canggih, 2021; Khasanah, 2019).

Melihat fenomena sekarang ini, masyarakat lebih senang memilih yang dianggap praktis dan ekonomis yang tidak memakan waktu lebih banyak, atau biasa disebut dengan persepsi kemudahan. Pesatnya perkembangan teknologi seluler nirkabel, khususnya aplikasi seluler dianggap sebagai alat penting untuk memperoleh beragam layanan (Rafique et al., 2020). Teknologi yang semakin canggih mempengaruhi transaksi yang dilakukan semakin mudah karena tidak lagi membutuhkan tenaga dan waktu yang lama untuk mencari barang yang kita

butuhkan. Karena esensi dari aplikasi digital *e-commerce* adalah memungkinkan proses jual beli tidak terhalang oleh jarak dan waktu (Lestari, 2021).

Oleh karena itu, penggunaan teknologi digital saat ini menjadi pilihan yang digunakan oleh banyak masyarakat. Apalagi pembangunan akses internet yang masif menggiring setiap lapisan masyarakat untuk terus dan cepat beradaptasi. Jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Dapat dipahami bahwa reaksi dan persepsi kemudahan penggunaan dari pengguna terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan teknologi (Bisnisan & Februari-Mei, n.d.; Setiawan et al., 2025).

Tabungan Emas Pegadaian adalah layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan yang memudahkan nasabahnya untuk berinvestasi emas secara mudah, murah, aman dan terpercaya. Nasabah yang ingin menabung atau mempunyai emas harus membeli saldo emas terlebih dahulu di pegadaian dengan harga yang telah ditetapkan. Setelah nasabah membeli saldo emas kemudian dititipkan ke pihak pegadaian dengan cara di masukkan dalam buku rekening tabungan emas (Amalia et al., 2023). Berikut ini merupakan data mayoritas masyarakat Indonesia berinvestasi emas:

**Tabel 1.1 Investasi Mayoritas Masyarakat Indonesia**

Sumber : Katadata (2025)

Menurut survei Kelompok Diskusi dan Kajian Opini Publik Indonesia (Kedai KOPI), sebanyak 73% dari total 900 responden di Indonesia mengaku punya aset investasi pada awal 2025. Dari kelompok tersebut, mayoritas atau 49,9% memiliki aset investasi berupa emas perhiasan (Fata Habibullah et al., 2024; Rexsa Assyarofi et al., 2024).

Aset investasi terpopuler berikutnya adalah saham yang dimiliki 38,4% responden, diikuti reksa dana 36,6%, emas batangan 35,6%, dan deposito 33,1%. Sementara yang memiliki investasi properti, *cryptocurrency*, *foreign exchange* (forex), obligasi, dan koleksi benda berharga proporsinya lebih sedikit seperti terlihat pada grafik (Rexsa Assyarofi et al., 2024).

Kedai KOPI juga menyurvei tujuan responden melakukan investasi jangka panjang. Hasilnya, mayoritas atau 75,6% responden berinvestasi untuk memiliki dana pensiun di masa tua. Ada pula yang menginginkan kebebasan finansial (66,2%), untuk kebutuhan dana pendidikan anak (65,3%), dan kebutuhan properti (37,7%). Kedai KOPI menggelar survei ini terhadap 900

responden berusia 17-55 tahun di Indonesia. Responden terdiri dari 51,1% perempuan dan 48,9% laki-laki (Fata Habibullah et al., 2024).

**Harga Emas Batangan**

Diperbarui 14 Juni 2025 07:00:00

Satuan	Harga
Satuan	Rp 95.395.000,00
50 gram	Rp 3.898.000,00
2 gram	Rp 476.643.000,00
250 gram	Rp 9.629.000,00
5 gram	Rp 190.714.000,00
100 gram	Rp 1.062.000,00
0,5 gram	Rp 952.163.000,00
500 gram	Rp 19.157.000,00
10 gram	Rp 1.964.000,00
1 gram	Rp 47.796.000,00
25 gram	Rp 47.154.000,00
	Rp 188.369.000,00
	Rp 470.688.000,00
	Rp 94.231.000,00
	Rp 9.480.000,00
	Rp 1.017.000,00
	Rp 18.909.000,00
	Rp 1.881.822.000,00
	Rp 940.912.000,00
	Rp 3.821.000,00
	Rp 1.940.000,00

Sumber : Sahabat.Pegadaian.Co.Id 2025

**Gambar 1.1 Harga Emas pada tahun 2025**

Pegadaian Syariah telah melakukan berbagai upaya untuk mendorong masyarakat untuk menabung emas. Pertama, waiib dikombinasikan dengan pengetahuan keuangan syariah. Literasi keuangan syariah adalah keterampilan keuangan yang berasal dari pengetahuan, pemahaman, dan evaluasi informasi yang dapat memengaruhi cara seseorang membuat keputusan yang bijak dan efektif yang sesuai dengan Syariah (Tulasmi & Mukti, 2020).

Jual beli emas digital dalam marketplace shopee mengusung pada kepercayaan antara konsumen, penjual dan shopee sebagai pihak ketiga. Pembelian emas digital yang di lakukan di Shopee memiliki system dimana konsumen dapat membeli namun kepemilikan hanya dalam bentuk digital, jika ingin diwujudkan dalam bentuk fisik dapat dilakukan di Pegadaian sebagai partner kerjasama Shopee (Suprapdi & Mujib, 2023). Fenomena ini dalam pandangan Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah dapat dimasukkan sebagai bentuk akad Salam. Penjelasannya adalah akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahannya pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai di majlis akad (Yusfiarto et al., 2023).

Adapun pihak Shopee hanya menuntut adanya beban pajak sebesar Rp 30.000,- kepada pengguna yang diterapkan pada tahun kedua. Selain itu, dalam proses penjualan emas harus ada jaminan endapan saldo emas yang dimiliki yaitu senilai 0,05 gram harga emas untuk menjadi jaminan agar pengguna tetap setia menggunakan layanan platform Shopee. Dan kondisi tersebut sudah menjadi bentuk ijab yang dilakukan oleh Shopee sebelum pengguna menyetujui pembelian emas. Jadi, sistem jual-beli emas digital di Shopee dalam hal ini sama halnya dengan sistem jual-beli salam dalam konteks muamalah yaitu, barang yang diperjualbelikan akan diterima dengan pembayaran terlebih dahulu atau dimuka (atau pembayaran lebih dulu daripada barangnya) dan emas yang dimaksud bukan lagi tsaman (uang) melainkan barang seperti biasanya (Hayat & Kraeussl, 2011),

Sehingga semua perdagangan dalam Shopee dilakukan secara elektronik dan dirancang untuk memungkinkan pelaksanaan tujuan bisnis. Sebagai yang diungkapkan oleh Wigand, (2017) bahwa sebagai sebuah *e-commerce* Shopee menerapkan teknologi informasi dan komunikasi secara transparan dari titik asal ke titik akhir di sepanjang rantai nilai seluruh proses bisnis. Sehingga semua perdagangan dalam Shopee dilakukan secara elektronik dan dirancang untuk memungkinkan pelaksanaan tujuan bisnis (Aisyah, 2015).

Pemilihan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai lokasi penelitian didasarkan pada statusnya sebagai kota pelajar yang memiliki konsentrasi perguruan tinggi tertinggi di Indonesia (BPS DIY, 2023). Keberadaan kampus-kampus Islam seperti UIN Sunan Kalijaga, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, hingga berbagai STAI dan PTAI lainnya menjadikan wilayah ini memiliki populasi mahasiswa FEBI yang relevan untuk penelitian di bidang keuangan syariah (Kemenag, 2022).

Selain itu, mahasiswa di DIY menunjukkan tingkat literasi digital dan penggunaan platform e-commerce yang tinggi, termasuk Shopee sebagai salah satu platform dominan dalam aktivitas belanja dan keuangan digital (We Are Social & Hootsuite, 2023). Fitur tabungan emas Shopee menjadi bagian dari tren fintech yang mulai diadopsi oleh kalangan muda, khususnya mahasiswa, yang tertarik pada bentuk investasi ringan dan fleksibel (AFTECH, 2022).

Secara kultural, masyarakat Yogyakarta dikenal religius dan menjunjung nilai-nilai keislaman, yang menciptakan ekosistem yang kondusif untuk pertumbuhan minat terhadap produk keuangan syariah (Ismal, 2014).

Mahasiswa FEBI di DIY juga memiliki paparan kurikulum yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dengan praktik keuangan modern, sehingga memungkinkan mereka menjadi responden yang tepat dalam menilai produk tabungan emas berbasis digital dari sisi literasi, persepsi risiko, maupun kualitas layanan (Nasution & Rafiki, 2020).

Kombinasi antara latar belakang pendidikan Islam, keterpaparan teknologi, dan tren investasi digital menjadikan mahasiswa di wilayah ini sebagai populasi ideal untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi minat terhadap tabungan emas syariah di platform *e-commerce* seperti Shopee (Setiawan & Maulana, 2022).

Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (2022) merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan ekonomi masyarakat (OJK, 2022). Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan yang bertujuan untuk memperoleh kekayaan (Lusardi & Mitchell, 2014).

Persepsi risiko adalah keseluruhan risiko yang diterima seseorang saat menggunakan suatu sistem. Persepsi risiko atau *Perceived Risk* juga dapat disebut sebagai ketidakpastian pemikiran dan konsekuensi seseorang yang dapat diperoleh dari layanan dalam sistem yang digunakan (Cox & Rich, 2017). Persepsi risiko terdiri dari 2 kata yaitu persepsi dan risiko. Secara terminologi, pengertian persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui penginderaan (Appiah &

Agblewornu, 2025). Sedangkan risiko secara umum adalah kemungkinan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan yang menimbulkan kerugian.

Persepsi risiko didefinisikan sebagai penilaian oleh seseorang secara subjektif terhadap suatu kemungkinan yang akan ditimbulkan dari sebuah kejadian dan seberapa khawatirnya seseorang dengan konsekuensi atau dampak yang kemungkinan akan ditimbulkan oleh kejadian tersebut (Featherman & Pavlou, 2003)(Sari Hr dkk., 2020). Persepsi risiko di sini juga termasuk dalam melakukan pembelian secara online yang memiliki keterbatasan–keterbatasan diantaranya konsumen tidak bisa meraba dan merasakan produk yang akan dibelinya sehingga rentan terjadinya penipuan (Naiyi, 2004).

Menurut Komara (2014) *E-Service Quality* pada dasarnya merupakan pengembangan kualitas layanan jasa seperti yang telah disampaikan sebelumnya dari cara tradisional menjadi layanan secara elektronik dengan menggunakan media internet. Selain itu, menurut Amin (2016) *E-Service Quality* merupakan cara pelanggan merasakan kualitas layanan pada lingkungan situs atau online yang berbeda dengan layanan tradisional (Amin, 2016; Saragih, 2019).

Menurut Anggraini dan Hermaini (2018) *E-Service Quality* adalah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dari sebuah penyedia layanan berbasis internet meliputi pembelian dan penyampaian jasa. Menurut Syah dalam Bari'ah, Zaenal Abidin, dan Herlina Nurtjahjanti (2008) menjelaskan bahwa minat (*interest*) berarti kecenderungan atau kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.<sup>12</sup> Minat bukan istilah yang populer

karena ketergantungannya pada faktor-faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan (Suryani et al., 2020; Tobagus, 2018).

Untuk memahami minat mahasiswa terhadap produk tabungan emas berbasis digital, perlu dianalisis sejumlah faktor psikologis dan kualitas layanan yang memengaruhi pengambilan keputusan. Salah satu faktor tersebut adalah literasi keuangan syariah, yang merujuk pada pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip keuangan Islam, termasuk larangan riba, ketentuan zakat, dan manajemen risiko berbasis syariah (Lusardi & Mitchell, 2014; OJK, 2021). Literasi ini penting karena akan menentukan sejauh mana seseorang mampu menilai kesesuaian produk keuangan digital dengan nilai-nilai syariah yang diyakininya (Rahmawati & Rokhim, 2020).

Selain itu, persepsi risiko turut menjadi pertimbangan penting dalam keputusan menggunakan layanan keuangan digital, terutama yang menyangkut penyimpanan emas secara virtual. Persepsi risiko mencakup kekhawatiran terhadap keamanan data, potensi penipuan, maupun ketidakpastian terhadap kehalalan mekanisme layanan tersebut (Featherman & Pavlou, 2003; Abed et al., 2015). Dalam konteks mahasiswa Muslim, persepsi risiko juga dapat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan terhadap platform digital dan jaminan kepatuhan syariah dari penyedia layanan (Hanudin Amin, 2016).

Faktor lainnya adalah kualitas layanan (*Service Quality*), yang mencakup keandalan sistem, kemudahan penggunaan, kecepatan layanan, dan responsivitas terhadap keluhan pelanggan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry,

1988). Semakin tinggi persepsi terhadap kualitas layanan, semakin besar pula kemungkinan seseorang tertarik untuk menggunakan produk tabungan emas digital (Alalwan et al., 2018). Dalam konteks Shopee sebagai platform e-commerce, *Service Quality* menjadi krusial karena mahasiswa sebagai pengguna cenderung sensitif terhadap pengalaman pengguna (user experience) dan kepercayaan digital (Lim et al., 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dan adanya research gap dari penelitian terdahulu, Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko Dan *Service Quality* Terhadap Minat Pada Produk Tabungan Emas Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB di DI Yogyakarta).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat produk tabung emas di Shopee pada Mahasiswa FEB & FEBI di DIY?
2. Bagaimana pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat produk tabung emas di Shopee pada Mahasiswa FEB & FEBI di DIY?
3. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap minat produk tabung emas di Shopee pada Mahasiswa FEB & FEBI di DIY?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat produk tabung emas di Shopee pada Mahasiswa FEB & FEBI di DIY.

2. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat produk tabung emas di Shopee pada Mahasiswa FEB & FEBI di DIY.
3. Untuk menganalisis pengaruh *E-Service Quality* terhadap minat produk tabung emas di Shopee pada Mahasiswa FEB & FEBI di DIY.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penelitian ini akan meneliti masalah sebagaimana yang telah disebutkan dalam rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Untuk dapat memberikan kontribusi, referensi, dan informasi sebagai model penelitian bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai literasi keuangan syariah, *Persepsi Risiko*, dan *E-Service Quality* terhadap minat produk tabung emas di Pegadaian Syariah yang akan meneliti pengaruh minat investasi logam mulia terhadap perkembangan ekonomi syariah.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembelajaran bagi peneliti terkait pengimplementasian ilmu dan teori yang didapat selama perkuliahan ke dalam tulisan karya ilmiah serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai materi yang diteliti tentang minat investasi emas pada perkembangan ekonomi syariah.

- b. Bagi Perusahaan

Penambah ilmu pengetahuan tentang Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Persepsi Risiko* Dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Pada Produk Tabungan Emas di pegadaian syariah dan menjadi tolak ukur dan bahan evaluasi untuk memberikan suatu keputusan dan kebijakan baru di bank syariah dalam upaya menambah jumlah nasabah.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan masyarakat tentang Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Persepsi Risiko* Dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Pada Produk Tabungan Emas di pegadaian syariah dan menarik minat masyarakat untuk melakukan investasi emas terhadap keputusan menabung di Pegadaian Syariah.

## **E. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini mencakup: Latar Belakang Masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, teknis penulisan, dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan diuraikan konsep atau teori yang menyangkut judul yang diteliti, adapun teori-teori yang dijelaskan adalah: Pengertian Literasi Keuangan Syariah, *Persepsi Risiko*, *E-Service Quality* dan Minat Menabung. Pada bab ini juga membahas Review studi terdahulu, hipotesis dan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN DAN GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini akan membahas mengenai gambaran umum masyarakat dan

mahasiswa DI Yogyakarta dalam minat berinvestasi emas di Pegadaian Syariah, dan dijelaskan metode penelitian yaitu: Objek Penelitian, Pendekatan dan Jenis Penelitian, Sumber Data, Populasi dan Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik pengolahan dan Analisis Data.

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

Pada bab ini penulis akan membahas analisis pengaruh perencanaan keuangan terhadap minat masyarakat dalam menempatkan dana di lembaga keuangan syariah yang meliputi: seberapa besar minat mahasiswa dan masyarakat yang ada di DIY dalam minat berinvestasi pada lembaga Pegadaian Syariah melalui perkembangan teknologi dengan menggunakan konsep Literasi Keuangan Syariah, *Persepsi Risiko* dan *E-Service Quality* di lembaga keuangan syariah.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bagian bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan merupakan jawaban terhadap perumusan masalah, serta beberapa saran dari penulis.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menabung emas di Shopee pada mahasiswa FEB dan FEBI di DIY. Meskipun responden memiliki pemahaman mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah seperti *akad salam*, konsep *halalan thayyiban*, dan mekanisme pembelian emas digital, pengetahuan tersebut belum mampu secara langsung mendorong keputusan untuk berinvestasi melalui platform digital.

Sebaliknya, Persepsi Risiko terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung emas, di mana mahasiswa yang menilai risiko investasi meliputi stabilitas harga, jaminan kepatuhan syariah, dan keamanan data transaksi sebagai rendah cenderung memiliki minat yang lebih tinggi. Hal ini menegaskan pentingnya strategi mitigasi ketidakpastian antara lain melalui transparansi harga *real time* dan penyediaan sertifikasi syariah yang mudah diakses.

Selain itu, *Service Quality* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung emas, dengan aspek seperti kemudahan navigasi aplikasi, kecepatan proses transaksi, kejelasan informasi produk, dan responsivitas layanan pelanggan terbukti meningkatkan minat mahasiswa.

Secara simultan, ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menabung emas mahasiswa, yang

mengindikasikan bahwa pengembangan produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah di Shopee memerlukan pendekatan terintegrasi antara edukasi literasi keuangan syariah, pengelolaan persepsi risiko, dan peningkatan kualitas layanan untuk memaksimalkan partisipasi investasi emas berbasis teknologi digital.

#### **B. Keterbatasan**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi dan penerapan temuan. Pertama, rancangan *cross-sectional* yang digunakan dengan pengumpulan data tunggal melalui kuesioner online hanya mencerminkan kondisi, persepsi, dan intensi responden pada satu titik waktu. Pendekatan ini tidak mampu menangkap dinamika perubahan literasi, persepsi risiko, dan penilaian kualitas layanan seiring berjalannya waktu, sehingga tidak dapat digunakan untuk menilai tren longitudinal ataupun efek jangka panjang intervensi edukasi atau peningkatan fitur aplikasi. Selain itu, metode *self-reported* berpotensi menimbulkan bias desirabilitas sosial, di mana responden mungkin menilai literasi dan kualitas layanan lebih tinggi daripada kenyataannya, serta kesalahan interpretasi butir kuesioner yang dapat memengaruhi keakuratan data.

Kedua, generalisasi hasil penelitian terbatas oleh karakteristik sampel yang relatif homogen yaitu 160 mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga dan FEB di perguruan tinggi negeri serta swasta di DIY. Variasi demografis terbatas pada usia, latar belakang pendidikan, dan domisili di

satu wilayah administratif membuat temuan kurang mewakili populasi mahasiswa secara nasional atau segmen non-akademisi yang juga menjadi sasaran produk Tabungan Emas. Selain itu, cakupan variabel yang diuji hanya mencakup Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko, dan *Service Quality*, tanpa mempertimbangkan faktor-faktor penting lainnya seperti norma subjektif, tekanan sosial, motivasi ekonomi spesifik, atau elemen teknologi seperti gamifikasi dan fitur edukasi dalam aplikasi. Hal ini mengindikasikan bahwa model prediktif yang dikembangkan belum sepenuhnya komprehensif, sehingga penelitian lanjutan perlu menambah variabel mediasi atau moderasi serta memanfaatkan desain campuran (mixed methods) untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan holistik mengenai minat investasi digital berbasis syariah.

### **C. Implikasi dan Saran**

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini memperkaya literatur keuangan syariah digital dengan mengintegrasikan variabel literasi keuangan syariah, e-commerce, dan *e-Service Quality* dalam satu model empiris. Implikasi teoritisnya adalah tersedianya kerangka acuan bagi studi lanjutan yang ingin mengeksplorasi faktor-faktor determinan minat investasi logam mulia di platform digital, khususnya di kalangan mahasiswa. Metode pengumpulan data primer melalui kuesioner online pada populasi mahasiswa FEBI dan FEB di DIY juga dapat dijadikan contoh

penerapan prosedur sampling dan validasi instrumen dalam konteks fintech syariah.

Sebagai saran, peneliti selanjutnya disarankan mengadopsi desain mixed-methods dengan mengombinasikan survei kuantitatif dan wawancara mendalam atau *focus group discussion*, agar motivasi dan kendala perilaku investasi dapat terungkap lebih komprehensif. Penambahan variabel moderasi seperti religiusitas, kepercayaan merek, atau norma subjektif juga sangat dianjurkan untuk menguji mekanisme mediasi dan moderasi dalam membentuk minat investasi emas digital.

## **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko dan kualitas layanan merupakan pendorong utama minat menabung emas di Shopee. Implikasi praktisnya, Shopee dan Pegadaian Syariah perlu memprioritaskan transparansi harga, jaminan sertifikasi syariah, serta peningkatan kemudahan dan kecepatan transaksi dalam aplikasi. Penguatan kapabilitas customer support juga menjadi kunci agar pengguna merasa aman dan terlayani dengan baik saat melakukan investasi.

Sebagai langkah konkret, perusahaan sebaiknya mengimplementasikan fitur notifikasi pergerakan harga emas harian dan simulasi proyeksi imbal hasil/risiko yang terintegrasi langsung di dashboard pengguna. Selain itu, modul edukasi interaktif misalnya webinar singkat, video tutorial, atau FAQ dinamis dapat disematkan

dalam aplikasi untuk meningkatkan literasi dan kepercayaan pengguna terhadap produk Tabungan Emas Syariah.

### **3. Bagi Pengambil Kebijakan**

Penelitian ini menegaskan bahwa pengetahuan syariah semata tidak cukup untuk mendorong minat berinvestasi; pengalaman langsung dalam menggunakan platform digital, pemahaman risiko, serta penilaian kualitas layanan juga memiliki peran krusial. Implikasi bagi pengambil kebijakan, khususnya regulator, lembaga pendidikan, dan penyedia jasa keuangan syariah, adalah perlunya mengintegrasikan literasi normatif dengan literasi digital dan finansial dalam program edukasi serta strategi pemasaran. Hal ini penting agar generasi muda mampu mengambil keputusan investasi yang matang dan bertanggung jawab.

Oleh karena itu, pengambil kebijakan disarankan untuk memperkuat ekosistem literasi investasi syariah digital melalui dukungan kegiatan komunitas, webinar, serta penyediaan konten edukatif yang mudah diakses. Penyedia platform juga diharapkan mengembangkan fitur simulasi investasi, notifikasi harga, dan verifikasi sertifikasi syariah yang transparan guna meningkatkan rasa aman dan kepercayaan investor muda dalam berinvestasi emas syariah digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS)*. Andi Publisher.
- Abdullah, & Naved Khan, M. (2021). Determining mobile payment adoption: A systematic literature search and bibliometric analysis. In *Cogent Business and Management* (Vol. 8, Issue 1). Cogent OA. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1893245>
- Adnan. (2018). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner Dan Strategis Jurusan Manajemen*, 7(2), 1–9. <https://journal.unimal.ac.id/visi/article/view/354>
- Afriani, T., & Asandimitra, N. (2020). Determinants of customer preference to save in Islamic bank. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v4n1.p1-17>
- Agustianto. (2014). *Membangun literasi keuangan syariah*.
- Aisyah, M. (2015). Peer group effects on Moslem consumer's decision to purchase halal-labeled cosmetics. *Al-Iqtishad*, 7(2), 165–180. <https://doi.org/10.15408/aiq.v7i2.1682>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Simintiras, A. C. (2016). Jordanian consumers' adoption of telebanking: Influence of perceived usefulness, trust and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 690–709. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2015-0093>
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: An exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Amin, M. (2016). Internet banking *Service Quality* and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 280–306. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2014-0139>
- Appiah, T., & Agblewornu, V. V. (2025). The interplay of perceived benefit, perceived risk, and trust in Fintech adoption: Insights from Sub-Saharan Africa. *Heliyon*, 11(2). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41992>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Data populasi Muslim di Indonesia*.
- Barlas, Y. (1996). *Formal aspects of model validity and validation in system dynamics*. *System Dynamics Review*, 12(3), 207.

- Bisnisman, J., & Februari-Mei, ; (n.d.). *Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat di Tinjau Dari New-era Business: Transformasi digital, dividen digital, dan kewirausahaan* (Vol. 5, Issue 1). <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652–661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Clement, J. (2023). *Countries where Shopee is available 2015–2023*.
- Cox, D. F., & Rich, S. U. (n.d.). *Perceived Risk and Consumer Decision-Making-The Case of Telephone Shopping*. *Journal of Marketing Reseaech*, 1, 32-30.
- Ekonomi, F., Unisma, B., Sholiha, W., & Ridwan Basalamah, M. (n.d.). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Pengaruh Label Halal, Brand Image, Kualitas Produk, Dan Jasa Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu (Studi Pada Ibu-ibu di Desa Lesanpuro)*. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Esso, N., & Dibb, S. (2004). Religious influences on shopping behavior: An exploratory study. *Journal of Marketing Management*, 20(7–8), 683–712. <https://doi.org/10.1362/0267257041838728>
- Fata Habibullah, Akhlis Fatikhul Islam, Diva Carrisa Putri, Zhella Annisa, & Rachma Indrarini. (2024). Investasi Digital dalam Perspektif Syariah. *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak*, 1(4), 88–108. <https://doi.org/10.61132/eksap.v1i4.555>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Firdaus, D. F., & Alawiyah, T. (2021). Analisis pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), 654–663. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i2.2161>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least square: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 (Edisi 2)*. Badan Penerbit Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8\\_15-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1)
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.

Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>

- Handayani, A., Azman, H. A., & Ismail, I. (2019). Pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap perilaku memilih bank syariah dengan faktor religiusitas sebagai moderating variable. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934>
- 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). *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Hayat, R., & Kraeusl, R. (2011). Risk and return characteristics of Islamic equity funds. *Emerging Markets Review*, 12(2), 189–203. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2011.02.002>
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195–204. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199902\)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199902)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7)
- Ifita, K., & Cangghih, C. (2021). The influence of sharia financial literacy, religiosity, and perception of saving students' interest in sharia banking. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 3(2), 113–134. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>
- Khasanah, M. (2019). Equivalence of Islamic financial literacy index with Islamic financial inclusion index in the Islamic banking sector: A case study of DIY society. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 255–282. <https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.2.3241>
- Lestari, D. (2021). *Pengaruh e-commerce dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Magetan pengguna aplikasi online shop*. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/16203/>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga.
- Manisha, C. (2023a). *Analisis minat menabung nasabah terhadap produk tabungan emas unit Pegadaian Syariah Kutacane*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/34287>
- Manisha, C. (2023b). *Analisis minat menabung nasabah terhadap produk tabungan emas unit Pegadaian Syariah Kutacane*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/34287>

- Nainggolan, C. I., & Handayani, P. W. (2023). Factors Affecting Individuals' Behavioral Intention To Use Online Capital Market Investment Platforms In Indonesia. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 18, 1–29. <https://doi.org/10.28945/5067>
- Naiyi, Y. E. (2004). Dimensions of Consumer's Perceived Risk in Online Shopping. In *Journal of Electronic Science and Technology of China* (Vol. 2, Issue 3).
- Nasution, A. W., & AK, M. F. (2019). Analisis faktor kesadaran literasi keuangan syariah mahasiswa keuangan dan perbankan syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40–63. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/4258>
- Nugraheni, T., & Mahardhika, A. S. (2023). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Investasi Digital pada Investor Milenial Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 213–222. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1767>
- Nurudin, N., 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>
- OJK. (2022). *Booklet Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*.  
*perceived risk further considerations*. (n.d.).
- Priantinah, D., Wahyu Dewanti, P., Tiara Novitasari, B., & Candra Sari, R. (2023). Factors Of Investor Behavior In Sharia Stock: A Theory Of Planned Behavior Perspective. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11(2).
- Pribowo, K. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Sistem Pembayaran terhadap Minat Investasi Emas Digital pada Generasi Milenial (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(3), 133–142.
- Puji, P. S., & Hakim, L. (2021). Peran Gender sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p1-12>
- Rafique, H., Almagrabi, A. O., Shamim, A., Anwar, F., & Bashir, A. K. (2020). Investigating the Acceptance of Mobile Library Applications with an Extended Technology Acceptance Model (TAM). *Computers and Education*, 145. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103732>
- Rahmadani, N., Handayani, M., Rohminatin, & Putri, P. (2020). Pemanfaatan e-commerce bagi generasi milenial. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada*

- Masyarakat) *Royal*, 3(2), 123–128.  
<https://doi.org/10.33330/jurdimas.v3i2.505>
- Rahman, S., Fadrul, F., Yusrizal, Y., & Marlyna, R. (2022). Improving the Satisfaction and Loyalty of Online Shopping Customers Based on E-Commerce Innovation and E-Service Quality. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 56–81.  
<https://journal.ugm.ac.id/gamaijb/article/view/58783/33090>
- Rahmawati, A., & Hamdan, A. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Minat Penggunaan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Warugunung Surabaya). *International Conference On Islam Education Management and Sharia Economics*, 2(1), 377–397.
- Ramadan, N., & Nasution, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Tabungan Negara (BTN KC Syariah Medan). *Jurnal AKMAMI*, 3(3), 569–579.  
<http://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/756>
- Ramadania, Juniwati, & Limanto, M. (2020a). Interaksi E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Pembelian Kembali Dalam Transportasi On-Line Gojek. *MATRIK: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(2), 264–278.
- Ramadania, Juniwati, & Limanto, M. (2020b). Interaksi E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Pembelian Kembali Dalam Transportasi On-Line Gojek. *MATRIK: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(2), 264–278.
- Rexsa Assyarofi, M., Rahmawati, E., Nisa, U., & Agung Wijayanto, S. (2024). Pengaruh Financial Knowledge dan Financial Attitude terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta. In *Journal of Economics and Business Research* (Vol. 3, Issue 1).
- Ripada, N. I. (2020). Analisis Keamanan dan Risiko Investasi Emas Digital Terhadap Minat Investasi: Studi pada Pegadaian Digital Service. *KASABA: Jurnal Ekonomi Islam*, 101–107. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/KASABA>
- Roy, S. K., Paul, R., Quazi, A., & Nguyen, B. (2018). Developing a service value measurement scale in retail banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 36(4), 616–633. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2017-0055>
- Safitri, N. D. (2023). Analisis Perkembangan Pegadaian Syariah di Indonesia. *Mu'asarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 5(1), 22–32.  
<https://doi.org/10.18592/msr.v5i1.9375>
- Saragih, M. G. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi pada Pelanggan Toko Online Shopee di Kota Medan). *Jurnal*, 3(1), 190–195.

- Setiawan, A., Diadani, P. S., Masyita, R., Putri, S. R. A., & Nurbaiti, N. (2025). Strategi Digitalisasi di Bank Syariah untuk Meningkatkan Daya Saing. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(1), 260–270. <https://doi.org/10.62335/6v1maz65>
- Sri, L. (2022). *Pengaruh Aksesibilitas, Etika Pemasaran dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank Jateng KCPS Kota Salatiga)*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suprapdi, & Mujib, A. (2023). Analisis Perlindungan Hukum Konsumen Tabungan Emas pada E-commerce Tokopedia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 8(1). <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/12622>
- Suryani, T., Fauzi, A. A., & Nurhadi, M. (2020). The Determinant of Website Quality and E-Service Quality at SME in Indonesia. *JMK: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(2), 131–141. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.131>
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction pada Pengguna di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1), 1–10. <https://journal.stiba.ac.id/index.php/khiyar/article/view/652/337>
- Triani, A., & Mulyadi, H. (2019). Peningkatan Pengalaman Keuangan Remaja untuk Literasi Keuangan Syariah yang Lebih Baik. *I-Finance*, 5(1), 9–22. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/I-Finance/article/view/3714/2585>
- Tulasmu, & Mukti, T. (2020). Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 239–245. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1072/640>
- Winata, T. P., & Gustin, V. (2022). Tinjauan Yuridis Terhadap Praktik Investasi Emas Digital di Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(8). <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/9198/5227>
- Yusfiarto, R., Nugraha, S. S., Mutmainah, L., Berakon, I., Sunarsih, S., & Nurdany, A. (2023). Examining Islamic capital market adoption from a socio-psychological perspective and Islamic financial literacy. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(4), 574–594. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2022-0037>