



Perilaku Generasi Muda Dalam Menggunakan Produk Keuangan Syariah di Kota Palembang

Muhammad Ghazi Dhiaulhaq*, Rika Lidyah

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Abstrak: Studi ini bertujuan untuk menganalisis perilaku kaum muda dalam menggunakan produk keuangan Islam di Kota Palembang. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan informan berusia 17–30 tahun yang memiliki pengalaman dengan produk keuangan Islam. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan produk keuangan Islam dipengaruhi oleh kombinasi pengetahuan dasar, persepsi keagamaan, norma sosial, kebutuhan praktis, pengalaman digital, dan kualitas layanan. Meskipun tingkat kesadaran mengenai keuangan Islam relatif tinggi, pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip dasarnya masih terbatas. Studi ini menyimpulkan bahwa perilaku kaum muda bersifat dinamis dan pragmatis, menunjukkan bahwa penguatan literasi keuangan, peningkatan kualitas layanan digital, dan implementasi strategi pendidikan yang relevan sangat penting untuk meningkatkan penetrasi produk keuangan Islam di kalangan generasi muda.

Kata kunci: Perilaku Kaum Muda, Keuangan Islam, Palembang.

DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v7i1.3626>

*Correspondence: Muhammad Ghazi

Dhiaulhaq

Email:

muhhammadghazidhiaulhaq@gmail.com

Received: 14-11-2025

Accepted: 26-12-2025

Published: 10-01-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to analyze the behavior of young people in using Islamic financial products in Palembang City. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving informants aged 17–30 who have experience with Islamic financial products. The findings indicate that the use of Islamic financial products is influenced by a combination of basic knowledge, religious perceptions, social norms, practical needs, digital experience, and service quality. Although the level of awareness regarding Islamic finance is relatively high, an in-depth understanding of its fundamental principles remains limited. The study concludes that the behavior of young people is dynamic and pragmatic, suggesting that strengthening financial literacy, improving digital service quality, and implementing relevant educational strategies are essential to increasing the penetration of Islamic financial products among young generations.

Keywords: Youth Behavior, Islamic Finance, Palembang.

Pendahuluan

Industri keuangan global saat ini mengalami perkembangan pesat, termasuk di dalamnya sektor keuangan syariah yang terus menunjukkan pertumbuhan signifikan di berbagai negara. Keuangan syariah hadir sebagai alternatif sistem keuangan yang tidak hanya menawarkan stabilitas dan transparansi, tetapi juga menekankan pada prinsip keadilan, keberlanjutan, dan larangan praktik riba. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat dunia terhadap pentingnya sistem ekonomi yang etis dan berkelanjutan, keuangan syariah semakin mendapatkan perhatian yang luas.

Di Indonesia, sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, perkembangan industri keuangan syariah menjadi salah satu fokus strategis nasional. Pemerintah dan regulator, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta Bank Indonesia, terus mendorong percepatan inklusi keuangan syariah melalui berbagai program edukasi, penguatan regulasi, dan inovasi produk. Pertumbuhan perbankan syariah, fintech syariah, lembaga keuangan mikro berbasis syariah, serta investasi syariah menunjukkan bahwa ekosistem keuangan syariah semakin diterima oleh masyarakat. Namun demikian, tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah masih perlu ditingkatkan, terutama pada kelompok usia muda yang menjadi pengguna potensial.

Generasi muda merupakan kelompok yang memiliki karakteristik unik dalam perilaku keuangan. Mereka lebih adaptif terhadap teknologi, cepat menerima inovasi, dan seringkali menjadikan kenyamanan, efisiensi, serta kepraktisan sebagai pertimbangan utama dalam memilih layanan keuangan. Dengan dominasi platform digital dalam kehidupan sehari-hari, generasi muda memiliki kesempatan besar untuk berinteraksi dengan berbagai produk keuangan, termasuk produk keuangan syariah. Namun, pilihan mereka tidak hanya dipengaruhi oleh faktor religiusitas, tetapi juga oleh tingkat literasi keuangan, persepsi manfaat, citra merek, serta pengalaman penggunaan layanan (Ayustia et al., 2023). Di Indonesia, keterlibatan generasi muda dalam keuangan syariah masih menghadapi berbagai tantangan. Rendahnya literasi keuangan syariah, kurangnya pemahaman mengenai prinsip-prinsip syariah, serta terbatasnya kampanye yang efektif sering menjadi faktor penghambat adopsi produk keuangan syariah di kalangan anak muda. Padahal, generasi ini merupakan kunci bagi keberlanjutan dan masa depan industri keuangan syariah (Nurohman et al., 2025).

Kota Palembang sebagai salah satu kota besar di Sumatera Selatan memiliki potensi besar dalam pengembangan keuangan syariah. Berbagai lembaga keuangan syariah telah beroperasi di kota ini, baik perbankan syariah, koperasi syariah, maupun fintech syariah. Selain itu, tingginya jumlah pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda menjadikan Palembang sebagai wilayah yang kaya akan populasi pengguna potensial layanan keuangan syariah. Namun, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan produk keuangan syariah di kalangan generasi muda Palembang belum optimal dan masih menghadapi kendala seperti minimnya literasi keuangan syariah serta rendahnya minat dan persepsi positif terhadap produk-produk tersebut.

Berdasarkan kajian dari (Adiyanto et al., 2021) dalam rangka merangsang generasi muda agar lebih menggunakan produk jasa keuangan syariah, masyarakat perlu sosialisasi tentang keuangan syariah agar tumbuh minat untuk memanfaatkan produk jasa keuangan syariah. Minat merupakan kecenderungan individu dalam melakukan suatu aktivitas yang di sukainya. Jika individu memiliki minat pada suatu hal, umumnya yang bersangkutan akan dengan mudah menerima dan bersikap positif terhadap obyek atau lingkungan yang menjadi minatnya. Riset perilaku dalam menggunakan produk keuangan syariah telah banyak dilakukan. Penelitian terdahulu mengidentifikasi gambaran tentative mengenai pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah di Indonesia, yang

mempengaruhi sikap dan perilaku memilih masyarakat terhadap Lembaga keuangan syariah (Faidah & Anam, 2018).

Kebaruan ilmiah dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang secara spesifik mengkaji perilaku generasi muda di Kota Palembang dalam menggunakan produk keuangan syariah melalui pendekatan kualitatif yang mendalam. Penelitian sebelumnya umumnya menekankan aspek kualitatif seperti religiusitas, pengetahuan, atau persepsi dalam menggunakan produk keuangan syariah. Namun, penelitian ini menghadirkan *novelty* dengan menggali bagaimana kombinasi faktor-faktor tersebut berinteraksi secara nyata dalam pengalaman sehari-hari generasi muda, termasuk dinamika motivasi religius, pertimbangan praktis, tekanan sosial, dan pengalaman digital. Selain itu, penelitian ini mengungkap temuan baru bahwa generasi muda di Palembang tidak lagi menjadikan nilai-nilai syariah sebagai faktor tunggal dalam menentukan pilihan keuangan, tetapi lebih menekankan pada kualitas teknologi dan pengalaman pengguna sebagai penentu utama, suatu perspektif yang belum banyak disentuh dalam penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru berupa pemahaman komprehensif tentang pola perilaku keuangan syariah generasi muda, serta menawarkan paradigma bahwa keberhasilan penetrasi produk keuangan syariah sangat ditentukan oleh inovasi digital dan pendekatan layanan yang relevan dengan gaya hidup generasi Z dan milenial muda.

Oleh karena itu, penelitian mengenai “Perilaku Generasi Muda dalam Menggunakan Produk Keuangan Syariah di Kota Palembang” menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini berupaya memahami perilaku generasi muda dalam mengadopsi produk keuangan syariah, serta memberikan gambaran komprehensif mengenai perilaku, preferensi, dan tingkat penerimaan mereka. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran, edukasi, dan inovasi produk keuangan syariah di Kota Palembang, sehingga inklusi keuangan syariah dapat meningkat secara signifikan pada kelompok usia muda.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam perilaku generasi muda dalam menggunakan produk keuangan syariah di Kota Palembang. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena secara holistik melalui penelusuran makna, persepsi, pengalaman, serta alasan di balik keputusan generasi muda dalam memilih layanan keuangan syariah. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang melakukan interaksi langsung dengan responden melalui proses pengumpulan data di lapangan (Adlini et al., 2022).

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu generasi muda berusia 17–30 tahun yang berdomisili atau beraktivitas di Kota Palembang serta memiliki pengalaman menggunakan produk keuangan syariah seperti tabungan

syariah, mobile banking syariah, pembiayaan syariah, atau layanan fintech syariah. Untuk memperkaya data, penelitian juga menggunakan teknik observasi dan dokumentasi, seperti mengamati pola penggunaan aplikasi keuangan syariah, materi promosi, publikasi lembaga keuangan syariah, dan kebijakan terkait inklusi keuangan syariah (Karimah et al., 2022).

Proses pengumpulan data dilakukan secara bertahap hingga mencapai saturasi, yaitu kondisi ketika tidak ditemukan lagi informasi baru yang relevan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode analisis tematik, yang meliputi proses transkripsi wawancara, identifikasi tema-tema utama, dan interpretasi makna berdasarkan konteks penelitian. Analisis dilakukan secara simultan dengan proses pengumpulan data untuk memastikan kedalaman dan keakuratan temuan. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu membandingkan informasi dari berbagai informan dan metode pengumpulan data yang berbeda untuk memastikan keandalan hasil penelitian (Nurhayati et al., 2024).

Melalui pendekatan kualitatif ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan gambaran yang mendalam mengenai generasi muda dalam memanfaatkan produk keuangan syariah di Kota Palembang, sehingga memberikan kontribusi terhadap pengembangan layanan dan strategi inklusi keuangan syariah yang lebih tepat sasaran

Hasil dan Pembahasan

Perilaku konsumen merujuk pada proses pengambilan keputusan individu dalam memilih, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau layanan. Menurut Kotler & Keller, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, personal, dan psikologis. Dalam konteks keuangan syariah, generasi muda sebagai konsumen mempertimbangkan aspek kemudahan layanan, kebutuhan, pengalaman, serta nilai-nilai yang sesuai dengan prinsip syariah. Teori ini menjadi landasan dalam memahami bagaimana generasi muda membentuk preferensi dan keputusan dalam menggunakan produk keuangan syariah (Kurniawan et al., 2025).

Theory of Planned Behavior (Ajzen) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga komponen utama sikap terhadap perilaku (*attitude*), yaitu pandangan positif atau negatif seseorang terhadap penggunaan produk keuangan syariah. Dalam teori tindakan beralasan terdapat penambahan variabel yang sebelumnya tidak dikemukakan dalam teori tindakan beralasan. Variabel tersebut ditambahkan dengan tujuan agar keterbatasan individu dalam berperilaku dapat diukur atau dinilai. Teori ini menambahkan faktor persepsi kontrol perilaku yang diyakini sebagai kontributor minat seseorang dalam melakukan suatu tindakan, selain faktor sikap dan norma subjektif. Norma subjektif (*subjective norms*), Tekanan sosial dari keluarga, teman, komunitas, atau lingkungan Pendidikan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*), Dipengaruhi oleh kemudahan akses, kemampuan memahami produk, dan ketersediaan teknologi (misalnya mobile banking syariah). TPB sangat relevan untuk melihat keputusan generasi muda karena kelompok ini sangat dipengaruhi oleh

lingkungan sosial dan teknologi digital (Arif et al., 2023). *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan model yang umum digunakan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dan perilaku pembelian konsumen terhadap produk tertentu. Faktanya dalam teori ini mengatakan perilaku terencana adalah niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Semakin kuat niat untuk melakukan perilaku tertentu semakin besar pula kemungkinan untuk melakukannya (Muyasaroh & Bahita, 2024).

Hasil

Penelitian ini menghasilkan beberapa tema utama yang menggambarkan perilaku generasi muda Palembang terhadap produk keuangan syariah. Tema-tema tersebut muncul dari analisis tematik terhadap wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi:

1) Tingkat Kesadaran dan Literasi Keuangan Syariah

Sebagian informan menunjukkan pengetahuan dasar tentang konsep keuangan syariah (larangan riba, konsep akad), namun kedalaman pemahaman tentang mekanisme produk (mis. perbedaan detail akad murabahah vs. mudharabah) masih terbatas. Pengetahuan lebih kuat pada istilah umum (halal, syariah) daripada aspek teknis; banyak informan mengandalkan sumber digital (media sosial, website bank) untuk informasi awal. Literasi yang terbatas menyebabkan beberapa responden berhati-hati saat memilih produk atau lebih memilih produk yang mudah dipahami

2) Peran Religiusitas

Religiusitas mempengaruhi minat pada produk syariah, tetapi tingkat pengaruh berbeda-beda. Untuk sebagian, aspek agama adalah motif utama; bagi yang lain, faktor praktis (kemudahan, biaya) lebih dominan. Ada kelompok yang secara sadar memilih produk syariah karena ingin "keuangan yang halal", sementara kelompok lain memilih produk konvensional karena fitur lebih menarik.

3) Pengaruh Kemudahan Digital dan Inovasi

Fitur digital (aplikasi mobile, proses pembukaan rekening online, integrasi e-wallet) menjadi pendorong utama adopsi di kalangan generasi muda. Informan yang aktif menggunakan fintech/ mobile banking cenderung lebih terbuka mencoba produk syariah bila layanan digitalnya setara atau lebih baik dibanding konvensional

4) Kepercayaan dan Persepsi terhadap Lembaga

Kepercayaan terhadap institusi (bank syariah, fintech syariah) berkaitan dengan reputasi, keterbukaan informasi akad, dan pengalaman pengguna sebelumnya. Kasus-kasus pengalaman buruk (transaksi rumit, informasi tidak jelas) menurunkan tingkat kepercayaan dan menimbulkan preferensi untuk menunda penggunaan atau mencari alternatif

5) Faktor Sosial dan Norma

Pengaruh teman, keluarga, dan komunitas kampus/kerja signifikan; rekomendasi dari orang terdekat seringkali menjadi pemicu percobaan produk, Media sosial dan influencer lokal juga berperan dalam memperkenalkan produk baru

6) Hambatan dan Kekhawatiran;

Hambatan utama meliputi: kurangnya pengetahuan rinci (literasi), ketidakjelasan informasi akad, persepsi biaya lebih tinggi, dan kekhawatiran tentang keamanan digital.

Beberapa informan menyebut “kurangnya promosi yang relevan untuk anak muda” sebagai alasan tidak tertarik

7) Motivasi Pemilihan Produk

Motivator (a) kepatuhan agama (b) kemudahan dan kecepatan layanan digital (c) promosi/penawaran (mis. Cashback) (d) reputasi lembaga. Produk syariah yang mampu menggabungkan nilai religius dan keunggulan digital berpeluang besar diadopsi.

8) Pola Penggunaan dan Preferensi Produk

Produk yang paling banyak digunakan: tabungan syariah digital, dompet digital yang bermitra dengan lembaga syariah, dan produk pembiayaan mikro syariah untuk usaha kecil. Produk investasi syariah (emas, sukuk ritel) masih relatif kurang diminati kecuali yang disertai edukasi dan antarmuka digital mudah.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perilaku generasi muda dalam menggunakan produk keuangan syariah di Kota Palembang dipengaruhi oleh kombinasi faktor pengetahuan, persepsi religiusitas, motif praktis, dan pengalaman digital. Meskipun sebagian besar generasi muda memiliki *awareness* terhadap keberadaan produk keuangan syariah, tingkat pemahaman mereka masih berada pada kategori sedang. Informan lebih banyak mengasosiasikan keuangan syariah dengan “tanpa riba” dan “sesuai syariat,” namun belum memahami konsep-konsep inti seperti akad, bagi hasil, dan prinsip *risk sharing*. Kondisi ini memperlihatkan bahwa perilaku penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi muda lebih dipicu oleh persepsi sederhana dibanding pengetahuan mendalam. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa persepsi awal sering berfungsi sebagai pendorong keputusan meskipun informasi yang dimiliki belum komprehensif.

Religiusitas ditemukan sebagai salah satu faktor pendorong, namun bukan satu-satunya determinan dalam keputusan penggunaan produk keuangan syariah. Sebagian informan mengaku menggunakan bank syariah atau aplikasi syariah karena keinginan untuk menghindari riba, tetapi banyak pula yang mengungkapkan bahwa mereka tidak selalu memahami dasar hukumnya. Menariknya, beberapa informan menyatakan bahwa keputusan mereka lebih dipengaruhi oleh dorongan keluarga atau lingkungan, terutama orang tua yang lebih memahami prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa religi tidak berdiri sendiri, melainkan bersifat sosial dan kontekstual, dan dapat dipahami melalui konsep *subjective norms* dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dengan demikian, perilaku keuangan syariah generasi muda tidak melulu karena kesadaran personal, tetapi juga karena tekanan sosial dan budaya religius masyarakat Palembang yang kuat.

Namun secara kritis, penelitian juga menunjukkan bahwa religiusitas bukan faktor yang berdiri sendiri. Banyak informan yang religius secara identitas, tetapi tetap mengutamakan kenyamanan teknologi, sehingga keputusan mereka mencerminkan *value hybrid*: keinginan menjalankan prinsip syariah, tetapi tetap menuntut efisiensi dan kepraktisan. Hal ini mengindikasikan adanya perubahan paradigma religius di kalangan generasi muda bahwa religiusitas kini tidak hanya dimaknai sebagai kepatuhan ritual,

tetapi juga keselarasan dengan gaya hidup dan tuntutan modernitas. Dengan kata lain, mereka berperilaku *religiously pragmatic*. Perspektif ini memperluas teori TPB, karena menunjukkan bahwa norma subjektif dan sikap religius dapat dinegosiasi dengan kebutuhan praktis

Kemudahan akses digital menjadi faktor dominan yang mendorong penggunaan produk keuangan syariah, terutama di kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Temuan menunjukkan bahwa generasi muda cenderung memilih produk syariah yang memiliki fitur digital lengkap seperti mobile banking, pembayaran QRIS, hingga top-up e-wallet. Mereka menganggap bahwa kualitas aplikasi dan kemudahan transaksi jauh lebih menentukan daripada aspek keagamaan. Produk keuangan syariah yang memiliki fitur digital terbatas cenderung kurang diminati meskipun dianggap lebih patuh syariah. Inovasi digital menjadi kunci untuk mendorong penetrasi keuangan syariah di kalangan muda.

Selain itu, penelitian menemukan bahwa keputusan generasi muda menggunakan produk keuangan syariah juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan tingkat kepuasan layanan. Informan yang memiliki pengalaman positif terkait pelayanan ramah, proses cepat, dan transparansi biaya cenderung mempertahankan penggunaan produk syariah. Sebaliknya, pengalaman buruk seperti antrean panjang, keterlambatan proses, atau fitur aplikasi yang terbatas sering membuat informan kembali menggunakan produk keuangan konvensional. Ini menunjukkan bahwa loyalitas generasi muda terhadap lembaga syariah tidak semata-mata ditentukan oleh nilai-nilai syariah, tetapi sangat bergantung pada kualitas layanan dan efisiensi operasional.

Di sisi lain, penelitian juga menemukan adanya hambatan penting, yaitu kurangnya literasi keuangan syariah secara komprehensif. Generasi muda mengaku jarang mendapatkan sosialisasi langsung mengenai produk syariah, baik dari sekolah, kampus, maupun lembaga keuangan itu sendiri. Konten edukasi yang tersedia di internet dinilai kurang menarik dan terlalu teknis, sehingga tidak efektif membangun pemahaman. Akibatnya, banyak informan menggunakan produk syariah hanya sebagai pelengkap, bukan sebagai pilihan utama. Rendahnya literasi ini memperkuat teori bahwa perilaku keuangan dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diterima, dan jika informasi tidak efektif, maka keputusan yang diambil cenderung bersifat pragmatis.

Secara keseluruhan, temuan penelitian membuktikan bahwa perilaku generasi muda di Kota Palembang dalam menggunakan produk keuangan syariah merupakan hasil interaksi antara motivasi religius, kebutuhan praktis, kemudahan digital, serta pengalaman layanan. Meskipun kesadaran syariah berkembang, aspek fungsional dan pengalaman pengguna tetap menjadi faktor penentu yang lebih kuat. Oleh sebab itu, lembaga keuangan syariah harus memperkuat literasi, inovasi digital, dan kualitas layanan jika ingin meningkatkan penetrasi pasar di segmen generasi muda.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku generasi muda dalam menggunakan produk keuangan syariah di Kota Palembang dipengaruhi oleh kombinasi faktor pengetahuan, religius, kebutuhan praktis, kemudahan digital, serta pengalaman layanan..

Meskipun generasi muda menunjukkan tingkat kesadaran syariah yang cukup tinggi, pemahaman mereka mengenai konsep-konsep inti keuangan syariah seperti akad, prinsip bagi hasil, dan nilai *risk sharing* masih terbatas. Penggunaan produk syariah lebih banyak didorong oleh persepsi sederhana tentang “tanpa riba” dan dorongan lingkungan sosial dibandingkan pemahaman mendalam. Religiusitas memang menjadi motivasi penting, namun penelitian menemukan bahwa kepraktisan dan efisiensi digital menjadi penentu utama keputusan penggunaan. Generasi muda cenderung memilih layanan keuangan syariah yang menawarkan fitur digital lengkap dan pengalaman pengguna yang berkualitas. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah yang efektif menjadi hambatan signifikan dalam memperluas penggunaan produk syariah. Informasi yang terlalu teknis dan kurang menarik membuat generasi muda sulit memahami perbedaan antara produk syariah dan konvensional. Dengan demikian, keberhasilan produk keuangan syariah di kalangan generasi muda sangat bergantung pada kombinasi edukasi yang efektif, inovasi digital, dan peningkatan kualitas layanan berbasis kebutuhan generasi modern.

Referensi

- Adiyanto, M. R., Setyo, A., Purnomo, D., & Madura, U. T. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. 9(1), 1–12.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. Edumaspul: Jurnal Pendidikan, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/Edumaspul.V6i1.3394>
- Arif, H., Dikawati, D., & Azikin, N. (2023). Minat Investasi Syariah Generasi Z : Tpb , Perilaku Keuangan , Dan Religiusitas. 9(01), 15–29.
- Ayustia, R., Nadapdap, J. P., & Gatot, R. (2023). Literasi Keuangan Dan Adopsi Financial Technology Untuk Usaha Kecil Dan Menengah Di Daerah Perbatasan. Cv Mega Press Nusantara.
- Bin-Nashwan, S.A. (2023). Adoption of ZakaTech in the time of COVID-19: cross-country and gender differences. *Journal of Islamic Marketing*, 14(11), 2949-2979, ISSN 1759-0833, <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2021-0278>
- Bin-Nashwan, S.A. (2023). Social-related factors in integrated UTAUT model for ZakaTech acceptance during the COVID-19 crisis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(8), 1383-1403, ISSN 1759-0817, <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2022-0038>

- Brown, R.A. (2023). Islam and Capitalism in the Making of Modern Bahrain. *Islam and Capitalism in the Making of Modern Bahrain*, 1-556, <https://doi.org/10.1093/oso/9780192874672.001.0001>
- Doloh, A. (2023). The Role of Financial Behavior, Financial Stress, and Financial Well-Being Toward Islamic Financial Literacy. *Contributions to Management Science*, 167-176, ISSN 1431-1941, https://doi.org/10.1007/978-3-031-27860-0_15
- Faidah, A. N., & Anam, S. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Muslim Desa Gambiran Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang). 08(01), 1524–1546.
- Gazdar, K. (2021). The Development of Islamic Finance in Tunisia after the Arab Spring: Does Political Islam Matter?. *Politics and Policy*, 49(3), 682-707, ISSN 1555-5623, <https://doi.org/10.1111/polp.12408>
- Hazaveh, A.B. (2020). The Position of Madrasas in the Development of Transoxiana Islamic Culture (Case Study: Mir Arab Madrasa in Bukhara (1553-1880)). *Central Eurasia Studies*, 13(2), 371-390, ISSN 2008-0867, <https://doi.org/10.22059/jcep.2020.296798.449899>
- Ichwan (2019). WHY ARE YOUTH INTENT ON INVESTING THROUGH PEER TO PEER LENDING? EVIDENCE FROM INDONESIA. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 741-762, ISSN 2460-6146, <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1157>
- Jouini, N. (2022). Political consensus, economic reforms, and democratic transitions in the Middle East: Evidence from voting on Tunisian reform bills. *Politics and Policy*, 50(4), 851-871, ISSN 1555-5623, <https://doi.org/10.1111/polp.12489>
- Karimah, B. P. H., Priharsari, D., & Tibyani. (2022). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(3), 1298–1305. [Http://J-Ptiik.Ub.Ac.Id](http://J-Ptiik.Ub.Ac.Id)
- Khan, J.A. (2020). Making the Tunisian Resurgence. *Journal of King Abdulaziz University Islamic Economics*, 33(1), 135-141, ISSN 1018-7383, <https://doi.org/10.4197/Islec.33-1.10>
- Kurniawan, S. A., Tiong, P., Afiati, L., Nurbaiti, N., Deli, R., & Fattah, F. A. (2025). Perilaku Konsumen. Cv Mega Press Nusantara.
- Mahphoth, M.H. (2020). THE CONCEPT OF MASLAHAH IN ISLAMIC FINANCIAL LITERACY AMONG YOUTH IN BANK NEGARA MALAYSIA MUSEUM ART

AND GALLERY. *Jurisdictie Jurnal Hukum Dan Syariah*, 11(2), 314-327, ISSN 2086-7549, <https://doi.org/10.18860/j.v11i2.10864>

Muyasaroh, N., & Bahita, S. S. (2024). *Niat Berperilaku Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Melalui Pendekatan Theory Of Planned Behavior*. 7.

Nurhayati, Apriyanto, Ahsan, J., & Hidayah, N. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pt Sonpedia Publishing Indonesia.

Nurohman, D., Lestari, A. Della, & Faiqoh, E. (2025). *Membangun Kesadaran Investasi Sukuk : Tantangan Digital Bagi Generasi Z*. 10(204), 3056–3074.

Salim, M. (2021). *Factors Influencing the Acceptance of Islamic Crowdfunding in Malaysia: A Study of Youth Entrepreneurs*. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 15(3), 443-475, ISSN 1997-8553

Shihadeh, F.H. (2022). *Individual's behavior and access to finance: Evidence from palestine*. *Singapore Economic Review*, 67(1), 113-133, ISSN 0217-5908, <https://doi.org/10.1142/S0217590819420025>