

## Pengaruh Pengetahuan Produk dan Literasi Digitalisasi Terhadap Minat Transaksi Siswa SMK Tritech Informatika di Bank Syariah

Yuni Sulistiawati Sinurat<sup>1\*</sup>, Riyan Pradesyah<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara <sup>\*1, 2</sup>

<sup>\*1</sup>email: [yunisinurat33@gmail.com](mailto:yunisinurat33@gmail.com)

<sup>2</sup>email: [riyanpradesyah@umsu.ac.id](mailto:riyanpradesyah@umsu.ac.id)

### Artikel Info

<b>Received:</b> July 21, 2023	<b>Revised:</b> August 04, 2023	<b>Accepted:</b> August 28, 2023	<b>Published:</b> October 28, 2023
-----------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------

**Abstract:** The purpose of this study is to determine the influence of product knowledge, digitalization literacy and the transaction interest of SMK Tritech Informatics students at Sharia Banks. This research uses quantitative if research methodology, the data used are primary data. Data analysis techniques with descriptive tests, data quality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis tests. The authors are 60 students of SMK Tritech Informatika vocational Islamic banking who study Islamic banking through digital services in the form of product knowledge and digitalization literacy. The data processing process uses the SPSS program version 26.0. The result of this study is that the Product Knowledge variable (X1) has no effect on transaction interest seen from  $t < t_{table}$  ( $0.462 < 1.673$ ) and the significant level is greater than 0.05 ( $0.646 > 0.05$ ). The variable of Digitalization Literacy (X2) has an effect on transaction interest as seen from

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, literasi digitalisasi terhadap minat transaksi siswa SMK Tritech Informatika di Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, data yang digunakan adalah data primer. Teknik analisis data dengan uji deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Populasinya adalah 60 siswa SMK Tritech Informatika kejuruan perbankan syariah yang mempelajari perbankan syariah melalui layanan digital berupa pengetahuan produk dan literasi digitalisasi. Proses pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26.0. Hasil dari penelitian ini adalah variabel Pengetahuan Produk (X1) tidak berpengaruh terhadap minat transaksi terlihat dari  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,462 < 1,673$ )

the  $t > t_{table}$  ( $3.106 > 1.673$ ) and its significance which is smaller than 0.05 ( $0.003 < 0.05$ ). On the influence of product knowledge, Digitalization Literacy, affects transaction interest. The influence of product knowledge at SMK Tritech Informatika is 0.328 or 32.8%.

**Keywords:** Product Knowledge, Digitalization Literacy, Transaction Interest.

dan taraf signifikannya lebih besar dari 0,05 ( $0,646 > 0,05$ ). Variabel Literasi Digitalisasi (X2) berpengaruh terhadap minat transaksi terlihat dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,106 > 1,673$ ) dan taraf signifikannya yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,003 < 0,05$ ). Pada Pengaruh pengetahuan produk, Literasi Digitalisasi, berpengaruh terhadap minat transaksi. Pengaruh pengetahuan produk di SMK Tritech Informatika yaitu sebesar 0,328 atau 32,8%.

**Kata Kunci :** Pengetahuan Produk, Literasi Digitalisasi, Minat Transaksi.

### A. Pendahuluan

Perbankan syariah mulai di kenal di Indonesia sekitar tahun 1991, ketika undang-undang dibuat untuk mendukungnya. Undang-undang mengatakan bank syariah adalah bagian dari sistem perbankan nasional, dan ada aturan yang menyarankan mereka harus memiliki cabang syariah atau beralih ke bank syariah. Perbankan islam telah berkembang pesat selama bertahun-tahun sekarang. Dapat dilihat dari tahun 2015 mengalami peningkatan dari total asset yang awalnya Rp 204.961 di tahun 2014 menjadi Rp 213.423 (Otoritas Jasa Keuangan, 2015). Pada tahun 2016 pun total asset bank umum syariah mengalami kenaikan kembali menjadi Rp 254.184 Miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Pada tahun 2017 dan 2018 pun kenaikan total asset masih terjadi yakni sebesar Rp 299.027 Miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2018b) dan Rp 316.691 Miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Dan pada akhir tahun 2019 pun total asset masih mengalami kenaikan yaitu menjadi sebesar Rp 350.364 Miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2019).

Kenaikan suku bunga ini sebagai akibat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah, karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim. Namun, menurut Agustianto, ketua umum DPP Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia, perbankan syariah di Indonesia masih memiliki pangsa pasar perbankan yang relative kecil. Pangsa pasar produk perbankan syariah masih dibawah 4 % dari total asset perbankan nasional.

Pada umumnya untuk menentukan keputusan pemilihan produk, calon nasabah memiliki kualitas tersendiri. terutama dalam keputusan untuk memilih produk dan layanan perbankan, Secara umum, calon nasabah akan tertarik dengan produk perbankan yang memiliki banyak keunggulan dan manfaat baginya. Perusahaan memiliki banyak informasi tentang perbankan syariah dan produk yang mengikutinya cenderung lebih mudah untuk dipilih. Apakah nasabah dengan tingkat pengetahuan yang lebih tinggi, nasabah ini mungkin baik dalam pengambilan keputusan. Masyarakat akan lebih bijak dalam menangani informasi ,semakin banyak calon nasabah tahu tentang perbankan dalam menangani informasi. Semakin banyak konsumen tahu tentang perbankan syariah, semakin tinggi probabilitas berurusan dengan bank syariah. Pengetahuan nasabah merupakan factor terpenting dalam perkembangan bank syariah. Dapat dikatakan bahwa bahwa pemahaman pengetahuan adlah pengalaman nyata yang tersimpan secara konkret dalam pikiran manusia. Sumber informasi dapat diperoleh melalui berbagai media, antara lain media cetak dan elektronik.

Handida & Sholeh, (2019) dalam jurnal penelitian untuk menggambarkan bahwa kurangnya minat responden pada bank syariah terutama disebabkan oleh layanan dan barang yang kurang menarik yang ditawarkan oleh bank syariah. Menggunakan bank syariah di Maroko sangat dipengaruhi oleh kesesuaian keuntungan pribadi. Meskipun demikian, mereka tetap setia pada layanan perbankan konvensional karena bank syariah tidak dapat menawarkan sejumlah layanan. Literasi digitalisasi memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan atau tidak

menggunakan produk perbankan syariah, selain pemahaman nasabah dan kualitas layanan. Literasi digitalisasi menjadi sangat penting bagi para penganut produk dan perbankan syariah karena seperti yang telah diindikasikan sebelumnya dalam penelitian tertentu, memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi akan mendorong kemakmuran ekonomi suatu bangsa.

Individu yang memahami keuangan dalam segala aspeknya pasti dapat membuat perubahan positif dalam kualitas hidup mereka, yang juga akan berkontribusi pada kemajuan ekonomi suatu daerah atau bangsa. Literasi digitalisasi sendiri adalah kemampuan untuk memahami situasi keuangan diri sendiri dan bagaimana seseorang memikirkannya untuk membuat keputusan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih memiliki tingkat literasi digitalisasi yang rendah menurut. Beberapa individu dari kelas menengah ke bawah tidak secara langsung mengandalkan jasa keuangan. Menurut data yang dihimpun Bank Dunia, hanya 52% masyarakat di Indonesia yang menggunakan jasa keuangan formal, sedangkan 31% masyarakat perorangan menggunakan jasa keuangan informal. Sayangnya, jasa dan barang keuangan, baik formal maupun informal, tidak dipahami oleh 50% masyarakat Indonesia (Handida & Sholeh, 2019)

Perubahan revolusioner yang mengubah semua kebutuhan agar dapat terlayani dalam satu aplikasi disebut digitalisasi. Digitalisasi ini dapat membantu masyarakat untuk melakukan segala kebutuhan dan aktivitas dengan mudah. Digitalisasi memainkan peran penting dalam dunia perbankan dan sangat penting untuk memikirkan kembali. Berkat digitalisasi, pelanggan dapat mengakses berbagai hal dengan cepat, efisien, fleksibel, di mana saja dan kapan saja. Di Indonesia, beberapa bank telah menerapkan promosi dan pembiayaan untuk memulai transformasi melalui layanan digital. Contohnya adalah Jenius, aplikasi perbankan revolusioner dari Bank BTPN yang hadir dengan kartu debit VISA dan membantu pengguna lebih mudah dalam

aktivitas keuangannya seperti menabung, bertransaksi, dan mengelola dana, yang dapat dilakukan di mana saja, kapan saja melalui smartphone. Tarik uang ATM bank di mana saja tanpa potongan (Luthfiatussa'dyah et al., 2022).

## **B. Metode Penelitian**

Teknik penelitian memerlukan analisis dasar-dasar teoretis dari beberapa metodologi, serta kekuatan dan kekurangannya, sebelum memutuskan metodologi yang akan digunakan. Menurut Creswell, metode penelitian adalah prosedur untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data dalam kaitannya dengan tujuan penelitian. (Sugiyono, 2018)

Penulis penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, yang melibatkan penelitian lapangan. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan positivisme, yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, dan mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian sebelum dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. (Sugiyono, 2018).

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Pengumpulan data ini bertujuan agar data dan teori yang didalamnya valid dan sesuai sehingga dapat ditentukan berhasil atau tidaknya sebuah penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah:

1. Wawancara dan Observasi, yaitu cara pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti (populasi dan sampel).

2. Kuesioner (angket), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

### C. Hasil dan Pembahasan

#### Hasil Penelitian

##### 1. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Validitas

Variabel	No Item	Nilai Korelasi $R_{hitung}$	Nilai Ketentuan $R_{tabel}$	Keterangan
Pengetahuan Produk	1	0,407	0,254	Valid
	2	0,601	0,254	Valid
	3	0,660	0,254	Valid
	4	0,436	0,254	Valid
	5	0,768	0,254	Valid
	6	0,484	0,254	Valid
	7	0,595	0,254	Valid
	8	0,362	0,254	Valid
	9	0,346	0,254	Valid
	10	0,545	0,254	Valid
Literasi Digitalisasi	11	0,482	0,254	Valid
	12	0,482	0,254	Valid
	13	0,535	0,254	Valid
	14	0,515	0,254	Valid
	15	0,277	0,254	Valid
	16	0,328	0,254	Valid
	17	0,777	0,254	Valid
	18	0,415	0,254	Valid
	19	0,405	0,254	Valid
	20	0,567	0,254	Valid
	21	0,670	0,254	Valid

	22	0,378	0,254	Valid
	23	0,495	0,254	Valid
Minat Transaksi	24	0,240	0,254	Tidak Valid
	25	0,178	0,254	Tidak Valid
	26	0,713	0,254	Valid
	27	0,798	0,254	Valid
	28	0,480	0,254	Valid
	29	0,771	0,254	Valid
	30	0,641	0,254	Valid

- 1) Berdasarkan data tabel uji validitas instrumen pada variabel penelitian di atas, terlihat nilai  $r_{hitung}$  untuk variabel Pengetahuan Produk, semuanya bernilai diatas 0,254, artinya semua instrumen Pengetahuan Produk semuanya bersifat valid dan bisa diteliti lebih lanjut.
- 2) Berdasarkan data tabel uji validitas instrumen pada variabel penelitian di atas, terlihat nilai  $r_{hitung}$  untuk variabel Pengetahuan Produk semuanya bernilai 0,254, artinya semua instrumen Pengetahuan Produk semuanya bersifat valid dan bisa diteliti lebih lanjut.
- 3) Berdasarkan data tabel uji validitas instrumen pada variabel penelitian di atas, terlihat nilai  $r_{hitung}$  untuk variabel kepuasan nasabah tidak semuanya bernilai diatas 0,254, artinya sebagian instrumen kepuasan tidak semuanya bersifat valid dan tidak bisa diteliti lebih lanjut.

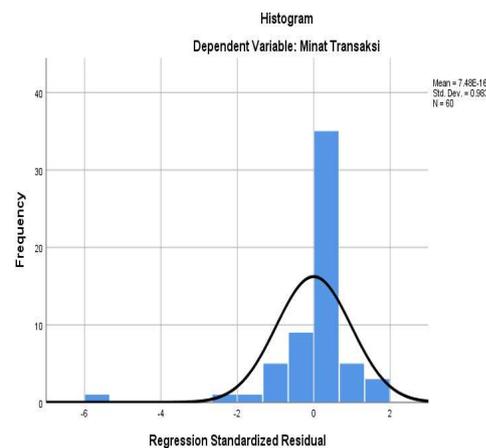
#### b. Uji Reliabilitas

**Tabel 2. Hasil Reliabilitas**

Variabel	Cronbach' Alpha	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	0,683	0,6	Reliabel
Literasi Digitalisasi (X2)	0,647	0,6	Reliabel
Minat Transaksi (Y)	0,637	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien dengan interperatasi reliabilitas lebih tinggi dari 0,60 dengan demikian seluruh instrumen variabel penelitian ini adalah reliabel atau layak, sehingga data yang digunakan untuk analisis berikutnya juga layak, karena reliabel ( dapat dipercaya).

## 2. Uji Normalitas



**Gambar 1. Histogram Normalitas**

Dari gambar di atas terlihat distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan, yang berarti penelitian ini berdistribusi normal. Kemudian dilihat juga histogram normalitas, jika distribusinya mengikuti garis diagonal maka penelitian ini berdistribusi normal.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikoleniaritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		d			

	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	3.204	4.505		.711	.480		
Pengetahuan Produk	.071	.153	.079	.462	.646	.392	2.550
Literasi Digitalisasi	.418	.134	.529	3.106	.003	.392	2.550

a. Dependent Variable: Minat Transaksi

Dari tabel diatas dapat diketahui kedua variabel independent yaitu  $X_1$ , dan  $X_2$  memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan sehingga tidak terjadi Multikolinearitas dalam variabel independent penelitian ini karena cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai factor inflasi varian (*Variance Inflation Factor / VIF*) dimana nilai tolerance bernilai lebih besar daro 0,10 yakni :

- a) Nilai VIF Pengetahuan Produk ( $X_1$ ) = 2,550 dan nilai *tolerance* Pengetahuan Produk ( $X_1$ ) 0,392.
- b) Nilai VIF Literasi Digitalisasi ( $X_2$ ) = 2,550 dan nilai *tolerance* Literasi Digitalisasi ( $X_2$ ) 0,392.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

**Correlations**

		Unstandard ized Residual	X1	X2
Spearman's Unstandardized Residual rho	Correlation Coefficient	1.000	-.142	-.231
	Sig. (2-tailed)	.	.279	.076
	N	60	60	60
X1	Correlation Coefficient	-.142	1.000	.780**

	Sig. (2-tailed)	.279	.	.000
	N	60	60	60
X2	Correlation Coefficient	-.231	.780**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.076	.000	
	N	60	60	60

Tabel diatas menjelaskan bahwa :

- a) Nilai sig (2-tailed) X1 = 0,279 > 0,05
- b) Nilai sig (2-tailed) X2 = 0.076 > 0,05

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala hederoskedastisitas, karena nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05.

#### 4. Uji Analisis Reggresi Linier Berganda

**Tabel 5.**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.204	4.505		.711	.480
	Pengetahuan Produk	.071	.153	.079	.462	.646
	Literasi Digitalisasi	.418	.134	.529	3.106	.003

a. Dependent Variable: Minat Transaksi

Model persamaan diatas adalah :

$$Y = 3,204 + 0,071X_1 + 0,418X_2 + e$$

Penjelasannya :

- 1) Nilai konstanta sebesar = 3,204 menunjukkan variabel independen yaitu Pengetahuan Produk dan Literasi Digitalisasi dalam keadaan konstan tidak

mengalami perubahan (sama dengan 0) maka akan menikkan rasa kepuasan siswa/i senilai 32,04% pada bank syariah.

- 2) Nilai koefisien regresi  $X_1$  adalah sebesar 0,071 menunjukkan bahwa jika Pengetahuan Produk mengalami peningkatan maka akan menaikkan rasa kepuasan siswa/i senilai 0,71% pada bank syariah.
- 3) Nilai koefisien regresi  $X_2$  adalah sebesar 0,418 menunjukkan bahwa jika Literasi Digitalisasi mengalami peningkatan maka akan menaikkan rasa kepuasan siswa/i senilai 4,18% pada bank syariah.

## 5. Uji Hipotesis

### 1) Uji Parsial $t_{test}$

**Tabel 6.**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.204	4.505		.711	.480
	Pengetahuan Produk	.071	.153	.079	.462	.646
	Literasi Digitalisasi	.418	.134	.529	3.106	.003

a. Dependent Variable: Minat Transaksi

- 1) Pengujian Pengetahuan Produk dengan Minat Transaksi Tabel 17, terlihat untuk nilai t adalah 0,462 dan taraf signifikannya dalah 0,646, dalam penelitian ini Pengetahuan Produk berhubungan negatif dengan profitabilitas terlihat dari  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,462 < 1,673$ ) dan taraf signifikannya lebih besar dari 0,05 ( $0,646 > 0,05$ ). Dalam hal ini  $H_a$  ditolak artinya secara persial Pengetahuan Produk berhubungan negatif, tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

- 2) Pengujian Literasi Digitalisasi dengan Minat transaksi

Tabel diatas terlihat nilai t adalah 3,106 dan taraf signifikannya adalah 0,003. Dalam penelitian ini Literasi digitalisasi berpengaruh terhadap minat transaksi terlihat dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,106 > 1,673$ ) dan taraf signifikannya yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,003 < 0,05$ ). Dalam hal ini  $H_a$  diterima artinya secara parsial Literasi Digitalisasi berhubungan positif, berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas.

### 2) Uji Simultan f

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.430	2	30.715	15.425	.000 <sup>b</sup>
	Residual	113.504	57	1.991		
	Total	174.933	59			

a. Dependent Variable: Minat Transaksi

b. Predictors: (Constant), Literasi Digitalisasi, Pengetahuan Produk

Dari tabel diatas terlihat  $f_{hitung}$  15,425 dan signifikan bernilai 0.000, untuk masing-masing variabel bebas, untuk uji kesalahan 5% (0,05) uji 2 pihak  $dk = n - 3 - 1$  ( $60 - 3 - 1 = 56$ ) diperoleh nilai  $f_{tabel} = 3,16$ . Dalam penelitian ini Pengetahuan Produk dan Literasi Digitalisasi berpengaruh terhadap minat transaksi, hal ini terlihat dari  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $15,425 > 3,16$ ) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dalam penelitian ini  $H_a$  diterima artinya secara simultan Pengetahuan Produk dan Literasi Digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi.

### 3) Uji R Square ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 <sup>a</sup>	.351	.328	1.411

a. Predictors: (Constant), Literasi Digitalisasi, Pengetahuan Produk

b. Dependent Variable: Minat Transaksi

Tabel di atas menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,328 berarti 32,8% hal ini memiliki arti bahwa 32,8% variabel (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu Pengetahuan Produk ( $X_1$ ), Literasi Digitalisasi ( $X_2$ ) sedangkan sisanya sebesar 67,2% dapat dijelaskan oleh variabel independent lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

#### **D. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Pengetahuan Produk dan Literasi Digitalisasi Terhadap Minat Transaksi Siswa SMK Tritech Informatika di Bank Syariah.

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t), Pengetahuan Produk memiliki dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,462 < t_{tabel}$  sebesar 1,673 dengan nilai signifikan  $0,646 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi siswa SMK Tritech Informatika pada Bank Syariah.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t), Literasi Digitalisasi memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,106 > t_{tabel}$  sebesar 1,673 dengan nilai signifikan  $0,003 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Literasi Digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi siswa SMK Tritech Informatika di Bank Syariah.
3. Berdasarkan hasil uji simultan (uji-f) nilai  $f_{hitung}$  sebesar  $15,425 > f_{tabel}$  sebesar 3,16 dengan nilai signifikan  $f_{hitung}$   $0,000 < 0,05$  dan dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Produk dan Literasi Digitalisasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi siswa SMK Tritech Informatika di Bank Syariah.

#### **E. Daftar Pustaka**

Handida, R. D., & Sholeh, M. (2019). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di

Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 15(2), 84–90.  
<https://doi.org/10.21831/jep.v15i2.23743>

Luthfiatussa'dyah, D., Kosim, A. M., & Devi, A. (2022). Strategi Optimalisasi Digitalisasi Produk Perbankan pada Bank Syariah Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 783–802.  
<https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2073>

Otoritas Jasa Keuangan. (2015). Statistik Perbankan Syariah: Sharia Banking Statistics 2015. *Otoritas Jasa Keuangan*, 53(9), 1689–1699.

Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Sharia Banking Statistics 2016. *Sharia Banking Statistics 2016*, 15(1), 1–103. [http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2016/SPS Desember 2016.pdf](http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2016/SPS%20Desember%202016.pdf)

Otoritas Jasa Keuangan. (2018a). Otoritas Jasa Keuangan Statistik Perbankan Syariah. *Statistik Perbankan Syariah*, 1–117.

Otoritas Jasa Keuangan. (2018b). Statistik Perbankan Syariah Shariah Banking Statistics Desember 2017. *Statistik Perbankan Syariah*.

Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Statistik Perbankan Syariah - Desember. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–117.  
[https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2019/SPS Desember 2019.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2019/SPS%20Desember%202019.pdf)

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.